

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Жанрово-тематичні тренди в спортивних інтернет-медіа
України»

Виконав: студент 2 курсу, групи 6.0617-1ж
спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»)

Шелухін О. Г.

Керівник: доц., к. філол. н.

Пирогова К. М.

Рецензент: доц., к. філол. н.

Усманова О. В.

Запоріжжя – 2022

ЗМІСТ

Завдання.....	3
Реферат.....	5
Вступ.....	7
Розділ 1. Сучасні тренди та жанри в спортивній журналістиці України.....	11
1.1 Провідні жанри в спортивній інтернет журналістиці. Блог як жанр комунікації.....	11
1.2 Спортивна журналістика доби незалежності. Проблеми популяризації спорту.....	21
1.3 Роль соціальних мереж в спортивній журналістиці. Подкасти як сучасний тренд в медіа.....	26
Розділ 2. Журналістський та користувачський контент на спортивному порталі «ua.tribuna.com».....	31
2.1 Tribuna.com як провідне українське спортивне видання.....	31
2.2 Журналістський контент на сайті «Tribuna.com», його характеристика, неоднорідність та особливості	34
2.3 «Tribuna.com» та соціальні мережі. Специфіка функціонування.....	43
Висновки.....	50
Список використаної літератури.....	52
Додаток.....	57
Summary.....	60

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Освітній ступінь «магістр»
Спеціальність 061 – «Журналістика»
Освітньо-професійна програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
Соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності
Березенко В.В.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
ШЕЛУХІНУ ОЛЕКСАНДРУ ГЕННАДІЙОВИЧУ**

1. Тема роботи – «Жанрово-тематичні тренди в спортивних інтернет-медіа України» («Genre-thematic trends in sports online media in Ukraine»), керівник роботи – Пирогова Кристина Михайлівна, доц., канд. філол. наук, затверджені наказом ЗНУ від 29.06.22 номер 743-с.
2. Строк подання студентом роботи – 12.12.22.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Бабенко, О. Шекера, Г. Безбедова, В. Березина, В. Лук'янова та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) вивчити та узагальнити науково-теоретичні положення, що стосуються жанрів спортивної журналістики; 2) дослідити методи і прийоми поширення контенту у провідних спортивних інтернет-виданнях України; 3) проаналізувати журналістське наповнення сайту «ua.tribuna.com»
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання Прийняв
Вступ	Пирогова К.М., доцент	10.05.22	15.09.22
1 розділ	Пирогова К.М., доцент	10.05.22	17.10.22
2 розділ	Пирогова К.М., доцент	10.05.22	03.11.22
Висновки	Пирогова К.М., доцент	10.05.22	28.11.22

6. Дата видачі завдання– 10.05.22

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. Написати попередній варіант вступу і змісту.	10.05.22	Виконано
2.	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	15.06.22	Виконано
3.	Написання вступу і змісту	15.09.22	Виконано
4.	Написання розділу 1	17.10.22	Виконано
5.	Написання розділу 2	03.11.22	Виконано
7.	Пройти попередній захист на кафедрі	07.11.22	Виконано
8.	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	28.11.22	Виконано
9.	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	09.12.22	

Студент _____ О.Г. Шелухін

Керівник роботи ____ К.М. Пирогова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т.В. Іванюха

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 52 стор., 40 джерел.

Об’єкт: спортивні інтернет-медіа (які висвітлюють різні види спорту) України («ua.trubuna.com»).

Предмет: тематична і жанрова різноманітність матеріалів в спортивному медіа України «ua.trubuna.com».

Мета дослідження: визначити жанрові та тематичні особливості в спортивних інтернет-медіа України.

Методи дослідження: для з’ясування тематико-жанрових пріоритетів та особливостей видання «ua.tribuna.com» було використано такі методи: аналіз, описовий метод, контент-аналіз, метод класифікації та узагальнення.

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати такі **завдання:**

- 1) визначити, які теми домінують у спортивних медіа України;
- 2) з’ясувати, які жанри спортивної журналістики найбільш актуальні та чому;
- 3) виявити характер читацьких запитів, дослідити аудиторію спортивних видань, виокремити найбільш популярні інтернет-жанри серед користувачів.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають праці дослідників О. Бабенко, О. Шекера, Г. Безбедова, В. Березина, В. Лук’янова та ін.

Наукова новизна полягає в тому, що в цій дипломній роботі простежується наповнення спортивного інтернет-сайту в Україні, що у нашому науковому середовищі є унікальним явищем.

Сфера застосування: матеріали проведеного дослідження можуть бути використані у професійній діяльності журналістів. Ця робота може

статі у пригоді майбутнім студентам, що навчатимуться на факультеті журналістики.

Отримані результати: досліджено теоретичні засади вивчення явища спортивної журналістики. Розглянуто приклади використання користувацького контенту на сайті «ua.trubuna.com» та соціальних мереж Facebook, Twitter, Instagram, YouTube та Telegram. Визначено роль соціальних мереж в діяльності сучасних журналістів та особливості їх використання редакційним колективом регіональних медіа.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: СПОРТИВНЕ ІНТЕРВ'Ю, СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА, СПОРТИВНИЙ РЕПОРТАЖ, СПОРТИВНИЙ ЛОНГІРД, СПОРТИВНА АНАЛІТИКА.

ВСТУП

Актуальність дослідження. Через стрімку популяризацію інтернету та технологізацію суспільства, в українському медіапросторі з'явилося чимало інтернет-видань, які з кожним днем продукують все більше різноманітного мультимедійного контенту. Якщо раніше публікації на сайті містили лише текст та декілька ілюстрацій (рідше вони супроводжувались відео), то зараз вже подібним нікого не здивуєш. Наразі в тренді постають журналістські матеріали, в яких впроваджені всі здобутки технологічних досягнень. Інфографіка, слайд-шоу, постерна презентація, мультимедійний лонгрід, застосування комп'ютерних анімацій - це те, чим наразі намагається зацікавити свою аудиторію будь-яка конвергентна редакція видання.

При цьому нікуди не зникли й традиційні засоби привернення уваги читачів: голослівні заголовки й провокативні фото все ще активно можуть сприяти клікабельності публікацій. Маючи у наявності весь перелік мультимедійних засобів не всі матеріали збирають однакову кількість переглядів. Матеріали, що висвітлюють події футболу (а їх переважна більшість в українських спортивних виданнях) пропонують читачу не лише новинні публікації, а й мультимедійні лонгриди, розписану аналітику, якісні підготовленні онлайн репортажі. Таким чином, іншим видам спорту значно менше приділяється уваги, хоча раніше (наприклад на початку нульових) їх висвітлювали частіше, не лише в інтернеті а й радіо, телебаченні та в друкованій пресі.

Наприклад, трансляції Чемпіонату світу зі снукеру, чемпіонату України з баскетболу та гандболу організовувалися на загальнонаціональному каналі «Мегаспорт» і вони мали свої рейтинги, бокс та Суперкубок України з футболу були візитівкою телеканалу «Інтер». Наразі ж існує лише телеканал Xsport, що транслює лише нішеві

види спорту, такі як жіночий волейбол та єдиноборства. Весь український та світовий рейтинговий спортивний контент доступний лише на платних стрімінгових майданчиках на кшталт «Setanta» чи «Megogo». Звісно, ті вболівальники, які особливо цікавляться ММАчи футболем (наприклад Англійською прем'єр лігою) придбають собі підписку, але все ж таки у багатьох випадках український глядач не розуміє, навіщо йому платити за цифровий контент, якщо раніше його транслювали безкоштовно по телевізору. Але часи змінюються та український медіа ринок поступово переходить на технологію Pay-per-view (один з видів сервісу платного телебачення). Саме в такий час популяризаторами спорту в країні, як правило, стають провідні українські спортивні видання, а «Трибуна» слугує ідеальним майданчиком для цього.

Специфіка наповнення матеріалами, спосіб їх подачі та висвітлення формує односторонню зацікавленість у читача, де багато уваги приділяється деяким видам спорту, в той час коли інші потроху відходять на другорядні позиції. Неоднорідне висвітлення тем вимагає глибинного дослідження, адже Україна - це велика спортивна країна.

Мета магістерської роботи: з'ясувати, які журналістські тренди та жанри превалюють в сучасних спортивних інтернет-виданнях, та яким видам спорту приділяється найбільше уваги на прикладі провідного українського спортивного сайту «ua.tribuna.com».

Поставлена мета формує такі *завдання*:

- 1) визначити тематичне розмаїття у спортивних медіа України;
- 2) з'ясувати жанрову специфіку спортивної журналістики;
- 3) проаналізувати контент на сайті «Tribuna.com»

В цілому поставлена мета визначає такі завдання дослідження: проаналізувати тематичні особливості спортивної журналістики; продемонструвати вплив жанрових перетворень на відображення проблемних тем у спортивній пресі; розглянути основні приводи

спортивної проблематики; проаналізувати роль мультимедійних процесів відображення спортивної проблематики; дослідити вплив «Tribuna.com» на вирішення проблем в українському спорті.

Об'єкт дослідження – журналістські матеріали на сайті «ua.tribuna.com» та соціальних мережах (Instagram, Facebook, Twitter, Telegram та YouTube).

Предмет дослідження – різноманіття контенту та жанрова своєрідність журналістських матеріалів на сайті «ua.tribuna.com».

При написанні кваліфікаційної роботи магістра використані такі *методи дослідження*: дедукція, аналіз, огляд, моніторинг публікацій

Теоретична основа дослідження полягає в моніторингу, аналізі, та огляді головних трендів та жанрів спортивної журналістики, розглянуто специфіку її існування.

Наукова новизна полягає в тому, що в цій дипломній роботі простежується наповнення спортивного інтернет-сайту в Україні, що у нашому науковому середовищі є унікальним явищем. У роботі:

- Проаналізовано різноманіття журналістського та користувальницького спортивного контенту,
- систематизовано та окреслено провідні спортивні жанри та тренди журналістики,
- розширено розуміння того, як має виглядати сучасний спортивний інтернет-сайт.

Практичне та теоретичне значення одержаних результатів матеріали можуть бути використані під час підготовки до практичних та семінарських занять на факультеті журналістики та у практичній діяльності журналістів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, теоретичного та практичного розділу, висновків та списку

використаних джерел, додатків. Основний обсяг роботи – 55 сторінок.
Список використаних джерел містить 37 найменувань.

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ЖАНРИ В СПОРТИВНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ УКРАЇНИ

1.1 Провідні жанри в спортивній інтернет журналістиці. Блог як жанр комунікації

Спортивна журналістика – це діяльність щодо збору, обробки та подання актуальної та важливої інформації через канали масової комунікації (преса, радіо, телебачення, інтернет). Також це комплекс діяльності спортивного журналіста [23].

Спортивна журналістика має такі ж класичні жанри, як і інші види журналістики.

- Інформаційні жанри.
- Аналітичні жанри.
- Художньо-публіцистичні.
- Розважальні жанри

Замітка, репортаж, коментар, есе, фейлетон – це традиційні інформаційні аналітичні та художньо-публіцистичні жанри, що використовуються в мережевих ЗМІ. Для замітки на сайті буде важливим не просто заголовок і перший абзац, а ключові слова та посилання.

Дослідник І. Михайлин вважає: «Категорія жанру є найбільш консервативною в журналістиці, найбільш міцно утримує сталі, вироблені в процесі історичного розвитку ознаки. Про це свідчить те, що жанрова система з паперової спокійно перекочувала в електронну журналістику. І все ж під тиском мінливої, еволюціонуючої соціальної дійсності відбувається поступове оновлення і жанрової системи в цілому, і внутрішньої конституції кожного жанру зокрема» [16, с. 374].

Як зауважує А. Іващук, «система жанроутворення української журналістики – складний процес, який постійно розвивається, відповідно

до зміни соціально-економічних суспільних умов, запитів громадської думки, творчості окремих особистостей, які щоденно збагачують систему жанрів індивідуальними новаціями, що згодом стають колективним досвідом. Аналізуючи систему жанроутворення, слід урахувати ці фактори в комплексі, передбачаючи вплив окремих компонентів на саморозвиток системи в цілому» [9].

Специфіка спортивної журналістики, як здається, виявляється у характеризуючих її особливостях. Одна з головних якостей – запрограмованість оперативних подій, а значить матеріалів. Хто, крім спортивного журналіста, може заздалегідь знати, де і в який час відбудеться та чи інша подія, про яку обов'язково доведеться розповісти? Відставку того чи іншого чиновника можна, наприклад, лише прогнозувати. Аварії та катастрофи прогнозувати зовсім неможливо. Журналісти часто не можуть знайти тему, над якою варто працювати. Добре, що існують свята та пам'ятні дати. Матеріал з історичним минулим можна заздалегідь планувати, як і брифінги, на які запрошують за один або кілька днів до події. Спортивний журналіст точно знає, про що йому потрібно писати через місяць або півроку. Причина всьому - спортивний календар [25].

Так історично склалося, що жанром, найбільш прийнятним не тільки для оперативного відображення спортивних подій, але й для наочного зображення його ключових моментів, залишається репортаж.

Як наголошує Л. Кайда, саме репортаж передає динаміку і напруження спортивних подій, доносить до вболівальників емоції і хвилювання учасників змагань, розповідає про всі перипетії поєдинків. Найхарактернішою ознакою репортажу є ефект присутності - читач ніби потрапляє на стадіон без квитка, бачить те, що не може побачити сам, переживає подію разом з журналістом. Все це досягається такими прийомами: актуалізованою оповіддю (в теперішньому часі); великою

кількістю деталей, що передають загальний емоційний фон; ритмічною послідовністю подій; живими репліками учасників [10].

І на останок, під час репортажу спортивний кореспондент не має права демонструвати власні симпатії. Він має пам'ятати, що серед слухачів є прихильники тієї та іншої команди, і тих та інших спортсменів. Навіть якщо доводиться розповідати про міжнародні змагання, коли практично вся аудиторія переживає свою національну команду, слід зберігати об'єктивність в оцінці виступів.

Інтерв'ю як інформаційний жанр має свої різновиди: бесіда, повідомлення, міркування тощо. Жанр бесіди як різновид інтерв'ю передбачає дискусію зі співбесідником, коментар на його відповідь та оцінку події. Інтерв'ю-міркування – це не лише інформаційний жанр, а й аналітичний. Окрім викладу події важливими є роздуми респондента з її приводу [6].

Інтерв'ю – жанр журналістики, що становить собою бесіду з однією чи декількома особами з певних актуальних, суспільно значущих питань, призначену для поширення в пресі, по радіо, телебаченню. Точний синонім англ. слова *interview* – бесіда. Інтерв'ю – це призначена для опублікування розмова журналіста з політичним, громадським або яким-небудь іншим діячем. Поняття «інтерв'ю» в журналістиці вживається у двох значеннях: як метод отримання інформації і як жанр. Основне завдання методу інтерв'ю полягає в отриманні необхідної інформації, яка потім може бути опублікована у будь-якій формі [8, с. 90].

Взагалі, “Словник журналіста” подає таке визначення інтерв'ю: «інтерв'ю (від англ. *interview* – буквально зустріч, бесіда) – жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною в якійсь справі людиною переважно на важливу тему, призначений для оприлюднення в мас-медіа. Інтерв'ю – розмова журналіста з політичним,

громадським, культурним чи іншим діячем, призначена для публікації в пресі, передачі по радіо, показу по телебаченню» [22, с.10].

Інтерв'ю-думка про плани на майбутні змагання.

Напередодні будь-яких змагань кожен спортсмен робить прогнози та плани, про які журналісти можуть написати статтю. Так само, як і спортсмени, такою інформацією можуть поділитись і тренери клубу. Прогноз на майбутні змагання викликає інтерес у читачів.

Інтерв'ю-думка після змагань. Так само, як і перед матчем, у спортсменів та тренерів є своя думка та коментарі з приводу минулих змагань, у них є своя думка про причини перемоги чи поразки.

Нагородження спортсменів за особливі досягнення. Такий інформаційний привід, як нагородження спортсменів за особливі досягнення, виникає набагато рідше, ніж спортивні змагання, і викликає великий інтерес як у журналістів, так і у читачів.

Вагому роль у сучасній спортивній журналістиці відіграє коментар.

Як зазначає О. Бабенко та О. Шекера коментар є вербальною рефлексією спортивної події, мовною особистою ознакою спортивного коментатора, чия комунікативна поведінка характеризується модальною модеративністю, наявністю когнітивної та аксіологічної компетентності, дескриптивністю та презентаційністю, що проявляються в обов'язковій образності висловлювання [1, с. 179].

Вочевидь, спортивний коментар має деякі відмінності від інших журналістських жанрів. Головна мета спортивного коментаря – це висвітлення перебігу актуальних спортивних подій, іноді відбувається в реальному часі. Журналісту важливо в такий спосіб подавати лише правдиву, достовірну, актуальну інформацію, при цьому утримуватися від надання власних оцінок та суджень. Стислі, точні речення й невелика кількість специфічних слів – головна запорука вдалого коментаря.

Коментар повинен фокусувати увагу аудиторії на певній спортивній події, він має бути динамічним та цікавим одночасно.

Відомий український спортивний коментатор Віктор Вацко у своєму інтерв'ю ділиться трьома важливими компонентами вдалого спортивного коментування: «Мова – її багатство, знання і тембр голосу. Обізнаність та ерудиція. І реакція - не бути «тормозом». Навіть якщо ти – Олександр Друзь і в тебе чотири кришталеві сови, а мова багата, як у Ліни Костенко. Якщо людина віддала пас, а ти про це сказав через 20 хвилин – будеш «тормозом» [4].

Формально інтерв'ю тяжіє до статусно-орієнтованого дискурсу, спрямованого на регулювання офіційних відносин, у яких особистість, як правило, не розкривається повною мірою. Іроте унікальна здатність мовлення презентувати людину, що говорить, зумовлює можливість вияву соціально-психологічних рис мовців навіть в інституційному спілкуванні. Інтерв'ю посідає особливе місце серед публіцистичних жанрів, виступає як специфічний тип вербальної інтеракції. У ньому поєднується міжособистісне контактне спілкування співрозмовників – журналіста (кореспондента, інтерв'юера) та респондента – з опосередкованим, дистантним спілкуванням з масовим адресатом [20].

І на останок, можна зробити висновок, що спортивний коментар це не лише про інформування певних подій через сухий виклад фактів: офіційних повідомлень, статистичних даних. Спортивний коментар має реалізувати ще й експресивну функцію: вираження емоцій та почуттів, які виникають під час перегляду спортивних подій.

Професіоналізм коментаря залежить від того, наскільки багата і різноманітна мова журналіста, наскільки він обізнаний у своїй темі, та як добре розуміє те, що відбувається під час спортивного змагання.

Мова коментатора має бути наближена до усного мовлення, оскільки саме ця особливість дає можливість встановити контакт з адресатом, викликати у нього зацікавленість.

Спортивна лексика як невід'ємна складова журналістських матеріалів. Особливе місце у спортивній лексиці посідають іменні лексичні одиниці, тобто слова та словосполучення, до складу яких входить: ім'я або прізвище людини, географічна назва, етнонім тощо.

Спортивна іменна лексика ділиться на два розряди: термінологічний та нетермінологічний. Термінологічний розряд слів широко представлений у спортивних термінологічних словниках. Іменні терміни вживаються, як правило, через їх стислість та пізнаваність у спортивному середовищі. Більш складним видається питання нетермінологічного розряду спортивної іменної лексики, куди ми включаємо спортивні професіоналізми (жаргонізми), лексеми з невизначеним лексикографічним статусом, застарілі слова тощо. Але така стратифікація цього розряду слів багато в чому є умовною [21].

Наразі популярним трендом в спортивній інтернет журналістиці є створення власного блогу.

Крім того, популярною також стає ідея, що кожен дописувач у мережі інтернет може вважатися журналістом, така концепція має прихильників і тих, хто проти. Блог – один із засобів, з допомогою якого користувач може виявити всі свої літературні навички, не побоюючись різкої критики редакторів чи видавців. Відсутність структури, сюжету, ознак певного жанру в текстах електронного щоденника не є порушенням норм і правил. Видавати бажане за реальне, розміщувати чужі матеріали без зазначення авторства, паплюжити інших людей – це все залишається у межах внутрішнього етичного саморегулювання автора блогу [7].

Іншої думки дослідниця О. Голік: «Розвиток й набуття популярності блогів дали можливість журналістам бути вільнішими у виборі форми

подання матеріалу [5, с. 405]. На трансформаційні процеси у системі жанрів, на думку дослідниці, вплинули: динамічність політичних процесів – чим відкритіша політична система, тим більше інформації продукується й активніше використовуються добірки інформаційних заміток, хроніки, репортажі, інтерв'ю, коментарі, блищопитування; ринкові умови функціонування соціальних комунікацій; розвиток Інтернету у сфері соціальних комунікацій – друковані видання потужно використовують можливості веб-сайтів, мають рубрику «Блоги»); взаємодія мас-медіа між собою; розвиток зарубіжних друкованих ЗМІ; вплив суміжних із журналістикою сфер людської діяльності; загальний культурний рівень аудиторії.

Як вказує дослідниця Г. Крижанівська, «різновиди блогів залежать від того, який напрямок обрав автор, яку платформу використовує, які види публікацій розміщують. Наприклад, за авторством, розрізняють персональні (особисті), корпоративні, «примарні» (від імені невідомого) блоги.

За видом мультимедіа – текстові, фотоблоги, музичні, відеоблоги, подкасти, блогкасти, а за технічною основою – блог на окремій платформі та блог на блог-платформі. За тематикою розрізняють тематичні (кулінарія, мода, спорт тощо) блоги та блоги загальної тематики. Маючи власну мету, кожен блогер обирає власну стратегію, але усіх об'єднує бажання знайти свою аудиторію та збільшувати її».

Авторка зазначає, що профіль є обов'язковою невід'ємною частиною блогу, де розміщена інформація про користувача (стать, вік, освіта, місце проживання, інтереси тощо). Основна сторінка – це стрічка записів, які розташовані у зворотному хронологічному порядку, об'єднані заголовком, підзаголовком, системою тегів та рубрик. Блоговий запис супроводжується аватаром (зображенням автора), рубрикою, до якої

відноситься текст тематичними помітками (тегами) та інформацією про обставини написання тексту (настрій, місце тощо) [13].

На основній сторінці також знаходиться бічна панель керування для зручної навігації (календар, посилання на додаткові ресурси, список записів з кількістю коментарів до них, кількість/список читачів блогу тощо). Сторінка окремого запису дає його повну версію тексту та коментарі до нього. Стрічка друзів – це список блогів, які читає автор – пости різних користувачів, об'єднані в одну стрічку у зворотному хронологічному порядку, здебільшого оформлена на зразок записів самого автора. Усі із зазначені елементи є обов'язково присутні у композиційній структурі жанру і формують образ цього жанру.

Взагалі блогер – це частина аудиторії, яка споживає інформацію. Він одночасно може подавати факти та аналізувати їх з точки зору споживача інформації.

Метою блогера є не дотримання журналістських стандартів (він може бути непрофесійним журналістом), а робота на аудиторію, спонукання. Пости в блогах мають перш за все тримати читача в напрузі, викликати якусь реакцію. Тут постає питання про етичні стандарти: так само варто створювати окрему систему етичних норм для інтернет-журналістики.

Спортивна журналістика і публіцистика. Функціонування художньо-публіцистичних жанрів необхідно нині розглядати з точки зору їх адаптації до потреб спортивної журналістики. Т. Крайнікова дуже точно акцентувала увагу на зростанні популярності громадської журналістики та занепаді професійної [12].

Але, далеко не всі блоги мають стосунок до журналістики. Широкі можливості Інтернету відчиняють двері у блогосферу всім охочим. Це може бути як виявом бажання реалізувати себе у творчості, розвивати свій письменницький хист, так і просто намаганням привернути увагу, вилити свої емоції, задовольнити психологічні потреби. Все ж, певна межа між

пересічним блогером і блогером-журналістом існує. Дослідниця Л. Лазарева вважає: «Дотримання чи недотримання професійних стандартів, з нашого погляду, і є тим водорозділом, який визначає належність блога до журналістики» [14].

Такі жанри, як нарис, есе, замальовка, вимагають від журналістів, редакцій спортивних програм і телеканалів високого рівня професійної підготовки, майстерності, досвіду, динамізму в роботі, новітніх технічних рішень і що дуже важливо – багато часу на реалізацію, тому у практиці вітчизняної спортивної тележурналістики вони зустрічаються не часто.

Як вважає М. Шлемкевич, обмежувати поняття публіцистики тільки до політичних, економічних і громадських проблем так само не справедливо, як наприклад журналістом називати тільки того, хто пише політичні чи економічні статті, але виключати літературного рецензента і автора мистецьких оглядів [30].

Разом з тим такі ознаки цих жанрів, як авторські думки, враження й узагальнення, присутні в деяких інформаційних та аналітичних жанрах на телебаченні. Спортивні нариси і замальовки зустрічаються нині в окремих телепередачах, наприклад, у програмі В. Уткіна «Футбольний клуб».

Дуже популярним художньо-публіцистичним жанром у спортивній журналістиці є біографічний нарис. Це можуть бути матеріали присвячені видатним спортсменам минулого і, як правило, вони виходять до якихось пам'ятних дат. Наприклад, в авторській телепередачі А. Бублій «Моя гра» на телеканалі «Футбол 1» біографічний нарис використовується як заставка програми з функцією представлення головного героя випуску [27, с. 33].

Отже, творче використання різноманіття жанрів дає можливість різнобічно і зацікавлено висвітлювати спортивне життя в Україні та світі, що становить великий інтерес серед глядацької аудиторії. Загалом слід

зазначити, що спортивна журналістика тісно з іншими жанрами, хоча намагається функціонувати й окремо.

Наприклад, дослідниця Кірстен Франдзен наголошує, що спортивна журналістика завжди вважалася «несправжньою журналістикою або «відділом іграшок» у професійній ієрархії журналістики, оскільки у таких матеріалах не піднімаються гострі політичні та суспільні теми. Спортивна журналістика зосереджена на висвітленні подій, ігор, конкуренції і суперництва, виграшах та програшах. Тому така галузь журналістики не має чітко журналістських сформованих професійних стандартів, а має власний простір, який дає змогу журналістам висловлювати свою власну пристрасть, хвилювання і судження. Це має вирішальне значення для встановлення і підтримання довірливих відносин з багаточисленною аудиторією [32].

1.2 Спортивна журналістика доби незалежності. Проблеми популяризації спорту

Спортивна журналістика в Україні наразі є в стані активного розвитку. Науковці поступово її виділяють, як окремий вид журналістики.

Найбільш плідним в історії спортивної журналістики України став її розвиток в період незалежності. У цей період українська журналістика зазнала кардинальних змін: різко зросла кількість періодики в українському інформаційному просторі, значно зменшилися накладі видань, відбувалася приватизація часописів та поступове зникнення державних ЗМІ радянського часу, видань компартії, на ринку з'явилися нові сегменти журналістики. Формуванню української преси цього часу сприяла низка законів, зокрема відміна в березні 1990 р. 6 ст. конституції СРСР, що визнавала за КПРС монопольне право на видання періодичних органів, а також прийняття законів України «Про інформацію» (від 02.10.1992), «Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні»

(від 16.11.1992) тощо. Як зазначає Сазонова Ю.О. спортивну пресу України цієї доби, можна виокремити в декілька періодів (зважаючи на загальний розвиток української спортивної періодики):

Перший період (1991–1998) – зародження і формування спортивної періодики незалежної України (це сьомий період в історії української спортивної преси). Ознаменований появою на медіаринку в 1991 р. першої незалежної футбольної газети на теренах України – «Український футбол» та першої щоденної транснаціональної спортивної газети країни – «Спорт-Експрес».

Другий період (1999–2014) – розквіт спортивної преси незалежної України, її реформування та модернізація (восьмий період в історії української спортивної журналістики). Розквіту спортивної преси послужило прийняття ЗУ «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» (від 23.09. 1997), що поліпшило умови для видання ЗМІ.

Третій період (2013 – наш час) – цей період є дещо суперечливим, адже в той час, коли футбол, та й увесь спорт перебуває в занепаді (найбільший тріумф – фінал Ліги Європи УЄФА 2015 року, в якому грав дніпропетровський «Дніпро», поступившись іспанській «Севільї»), то розвиток технологій сприяє створенню нових каналів комунікації та нових форматів спілкування із аудиторією [19].

Насправді, в цей період серйозно постраждав в цілому весь український спорт. Грошей в ньому з кожним роком стає менше, спортивні клуби припиняють роботу, а нові школи, які б могли виховувати якісну молодь, не з'являються. В зв'язку з цим, у сучасній молоді зникає бажання активно займатися спортом через відсутність перспектив та розвитку. Деякі люди не мають змоги професійно займатися спортом через стан здоров'я. Адже щоб досягати результатів у ньому потрібно мати відсутність патологій та хвороб.

Як відомо, вченими було помічено негативну тенденцію по всьому світу – погіршення стану здоров'я населення планети. Головним чинником є глобальна екологічна катастрофа. Нові покоління живуть у часи стрімких змін, які потребують рішучих дій, значної уваги та концентрації, певних профілактичних заходів. На сучасному етапі розвитку нашого суспільства однією з актуальних проблем є пошук дійових факторів оздоровчого впливу на школярів та студентів. Тривожні тенденції збільшення контингенту у спеціальних медичних групах свідчать не тільки про проблематичність їх подальшого всебічного розвитку, а й про можливі перспективи зростання кількості молоді зі зниженою працездатністю і навіть ранньою інвалідністю [28].

Проте, потрібно зазначити, що спорт вищих досягнень має стати тригером до зайняття молоді масовим спортом, а не професійним. Молодь повинна розуміти, що спорт це дисципліна та здоров'я, а тренери донести цю ідею до молоді та обрати серед тисячі молодих людей 10-15 %, які потенційно можуть стати видатними спортсменами та показувати результати світового рівня, а інша частина повинна отримати знання та вміння, які в подальшому допоможуть правильно вести здоровий спосіб життя та тримати себе у гарній фізичній формі.

Важливим аспектом розвитку спорту вищих досягнень в Україні є також його позиціонування в суспільстві та розуміння важливості на рівні держави. Тобто, держава повинна не тільки фінансово підтримувати професійних спортсменів та займатись розбудовою спортивної інфраструктури в Україні, але й займатись профорієнтаційною роботою серед молоді. Реалізовувати проекти державного рівня присвячені популяризації спорту серед молоді на рівні школи, не бути осторонь також роботи з батьками (мінімізація впливу усталеного твердження про перешкоджання спорту навчанню, про значні проблеми спортсменів після

завершення професійної кар'єри пов'язаних не тільки з працевлаштуванням, але й з пошуком свого місця у суспільстві) [3].

Окрім того, немало важливим чинником для формування здорового способу життя молоді є опитування. Адже саме таким чином можна дізнатися про всі потреби та бажання молодих людей, з'ясувати популярність того чи іншого виду спорту чи навпаки, зацікавити людину дізнатися щось нове про світ спорту.

Опитування – це інструмент, який може допомогти покращити стан фізичного здоров'я населення. Якість методу полягає в тому, що короткий структурований блок питань може за невеличкий проміжок часу з'ясувати фізичну активність людини та її психіко емоціональний стан. Користуючись загальними даними, можуть бути виявлені дефекти, недоліки і способи їх вирішення.

Багато країн світу, створюють проекти для розробки загального інструментарію опитувань, який зібрав би загальні дані про різні національності та їхній стан здоров'я. Результати опитування населення можуть виявити первісні відмінності у стані здоров'я та фактори, які на нього впливають.

Як правило, індикатори здоров'я, представлені в доповідях про стан громадського здоров'я, включають соціально-демографічні показники, частоту виникнення і поширення захворювань і обмежень життєдіяльності, дані про частоту звернень за медичною допомогою і інформацію про спосіб життя. Індикатори здоров'я повинні якомога краще відображати базові компоненти здоров'я, аналізувати їх міжкультурне значення і забезпечити розвиток галузі охорони здоров'я.

Так, В.Черба [29] наголошує на «необхідності доцільного та ефективного розвитку індустрії масового та професійного спорту».

Однак так склалося, що спортивна інфраструктура і фізична активність населення України знаходяться в прямо пропорційній

залежності. Отже, кількість і якість об'єктів спорту безпосередньо повинні впливати на рухову активність громадян. Слід зазначити, що в країні в спортивної індустрії завершується період будівництва великих спортивних об'єктів і намічається стійкий тренд в сторону будівництва невеликих спортивних споруд.

Спортивна інфраструктура - це спортивні зали, басейни, фітнес-центри, стадіони, майданчики та багато інших об'єктів, призначених для активного заняття спортом.

Складна економічна ситуація в Україні зумовила кризовий фінансовий стан фізичної культури і спорту. Скорочення обсягу виділених з державного бюджету фінансових коштів негативно позначився на розвитку фізичної культури і спорту. У подібних умовах фізкультурно-оздоровча та спортивна інфраструктура ставиться на межу виживання.

Життя міст з розвинутою спортивною інфраструктурою відрізняється від міст, які не мають спортивних об'єктів, умовами і привабливістю, якістю життя як такого. Розвиненість і доступність спортивно інфраструктури завжди приваблює молодь, що означає зниження рівня соціальної агресії вмісті. Також, наявність розвинутої інфраструктури дозволяє місту залучати міжнародну увагу, місто може, наприклад, організувати великі міжнародні змагання, що означає приплив туристів і економічний розвиток. Спорт номер один у світі – футбол.

Але історія вітчизняного футболу не обмежується лише постатями відомих футболістів. Варто згадати перемоги «Динамо» (Київ) на європейській арені в середині 70-х та 80-х років ХХ ст. Найвищим досягненням футболу незалежної України вважається перемога донецького «Шахтаря» у Кубку УЕФА сезону 2008/2009 рр. Але сьогодні футбол в Україні – це не просто гра. Це впливовий засіб переведення політичних протистоянь в іншу, футбольну, площину. Український футбол – це цілий світ, у якому діють свої правила. А для українських

вболівальників футбол вже давно перестав існувати лише у формі перемог та поразок.

Та разом із цим футбол має велику популярність в нашій країні. Природно, що на фоні популяризації футболу в країні, особливого значення набувають футбольні мас-медіа. Зокрема, інтернет-ресурси, що спеціалізуються на футболі.

Спортивні медіа за останні кілька років зробили величезний крок вперед. І можна однозначно говорити про те, що це сталося завдяки кільком факторам:

а) глобалізації (Інтернет став на «масові» рейки, і власники українських медіа побачили як працюють закордонні Інтернет-ЗМІ);

б) постійній конкуренції між кількома китами українського футбольного Інтернет-простору, яка стимулювала прогрес».

1.3 Роль соціальних мереж в спортивній журналістиці. Подкасти як сучасний тренд в медіа

Виникнення соціальних сервісів та соціальних мереж пов'язане із задоволенням потреби користувачів мережі Інтернет у безпосередньому спілкуванні та співпраці. Вивчення доступних джерел, що стосуються функціонування соціальних сервісів та соціальних мереж свідчить про те, що навколо змісту цих понять точиться дискусія. Найзагальнішим визначенням поняття «соціальна мережа» є таке: «Соціальна мережа – це віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, зокрема і обмін даними між користувачами, який передбачає попереднє створення облікового запису» [15].

Сучасна спортивна Інтернет-журналістика щільно пов'язана з мобільними пристроями та сильно трансформується, насамперед, у плані дизайну та формату повідомлень. Також ми спостерігаємо, що окремими

виробниками інформації взагалі нема чого задумуватися про дизайн: інформація поставляється на певний універсальний для користувача інтерфейс. А сам користувач вибирає, з яких джерел йому краще і зручніше отримувати інформацію. Для того, щоб подавати актуальний контент він бути загальнодоступним на всіх пристроях (телефон, планшет або будь-який інший гаджет) та у всіх форматах. І це, на даний момент вдається багатьом Інтернет-ЗМІ. Є як сайти певних спортивних видань, так і мобільні додатки [15]. Також у більшості великих команд будь-якого з видів спорту є свої сайти, мобільні програми, сторінки у різних соціальних мережах. Все дуже мобільно та доступно.

Зараз часто можна зустріти таку тенденцію: аудиторії легше і простіше переглянути короткий відео-огляд про цікавий спортивний захід, ніж читати довгі статті. Це дозволяє блогам виходити на новий рівень подання інформації. Короткі відео-огляди можна розміщувати на сторінках у соціальних мережах, ютуб-каналі, навіть на сторінці Instagram. І не обов'язково, щоб це був саме журналіст [7]. Будь-яка людина може взяти інформацію з Інтернету та розмістити її у себе на сторінках. Це доводить те, що блоги можуть бути затребувані через свою простоту у користуванні та широкий функціонал. Але не варто забувати, що при будь-якому копіюванні будь-якого контенту потрібно вказувати його джерело. Інакше це вважається як плагіат.

З усього вище викладеного можна зробити висновок, що із застосуванням сучасних інформаційних технологій спортивна журналістика та журналістика в цілому стрімко набирає популярність. Все частіше з'являються різні спортивні Інтернет-сайти та програми, і, звісно ж, блогери-аматори, що висвітлюють спортивні події.

Крім того, соціальні мережі не вимагають фінансових внесень, реєстрація акаунтів у всіх популярних соціальних мережах безкоштовна. В них спілкування відбувається за типом діалогу, а іноді форуму,

користувачі звикли коментувати дії друзів, вступати в дискусії, відзначається більш швидке поширення інформації, ніж в офіційних ЗМІ. За допомогою репостів можна максимально розширити аудиторію, яка побачить новину. Зараз відзначається тенденція, що цільова аудиторія — вболівальники, спонсори, спортивна аналітика — набагато частіше користується соціальними мережами, а не офіційними сайтами [14, с. 84].

У соціальних мережах легко проводити пілотні дослідження, особливо пов'язані з питанням громадського огляду. Можна також відстежувати вболівальницькі спортивні тренди, адже у кожного користувача є профіль, де вказані інтереси та захоплення.

Але потрібно розуміти, що соціальні мережі — канал зворотного зв'язку, який дозволяє слухати фанатів і спортсменів, оперативно реагувати на події в різних соціальних групах. Так як більшість коментарів на офіційних сайтах клубів піддаються цензурі, соціальні мережі дають можливість транслювати думки та прохання аудиторії у вільному стилі, не офіційно.

Участь в соціальних мережах припускає, що доведеться отримувати незручні запитання і негативні коментарі, потрібно бути морально готовим до цього.

За допомогою соціальних мереж відбувається розмиття географічних кордонів. Завдяки соціальним мережам спортивний клуб може виходити на нові ринки, збільшувати базу вболівальників в інших регіонах та країнах. Доступність команди в мережі також допомагає фанату бути причетним до клубу, навіть якщо він не має змоги відвідати стадіон.

Тим не менш, використання соціальних мереж дозволяє клубу отримувати додатковий дохід — як через розширення загальної бази вболівальників, які потім відвідують стадіон та фаншоп, так і через створення платних сервісів (підписок) та послуг у мережі. Мобільні програми клубів, інтегровані з соціальними мережами, дозволяють

створити потужний майданчик для інформування, спілкування, продаж послуг.

К. Дубняк пропонує розглядати соціальні мережі як зовсім новий вид засобів масової комунікації – віртуальні ЗМІ: «Не маючи власної технологічної бази, вони, проте, стоять окремо від всіх інших інтернет-ресурсів. Через це, у свою чергу, стали дуже зручною технологічною й ідеологічною базою для створення повноцінних засобів масової інформації. Серед усіх переваг онлайн-соціальних мереж варто виокремити невисокі витрати на такі комунікації. Маловідомі блогери, молоді журналісти з розвитком інтернету отримують шанс бути почутими або впливати на державну політику [8].

Через взаємодію між клубом та вболівальником через соціальні мережі варто керуватися головним правилом – потрібно орієнтуватись на запити своєї аудиторії. Головне, що продає клуб своїм фанатам – це емоції. Соціальні мережі у цьому плані стають чудовим каналом комунікації.

Подкаст (англ. podcast — скор. від англ. iPod + англ. broadcast), або аудіопрограма — цифровий медіа-файл або низка таких файлів, які розповсюджуються інтернетом для відтворення на портативних медіапрогравачах чи персональних комп'ютерах. За змістом вони можуть нагадувати радіошоу, звукову виставу, включати інтерв'ю, лекції тощо, що належить до усного жанру [17].

Незважаючи на прогнози двох-, трьох-річної давності про розвиток подкастів, ми стоїмо тільки на порозі того, аби подкасти стали масовим явищем в медіапросторі, хоча їх популярність зростає з кожним роком. Тим не менш, подкасти стали активно об'єднуватися і запускати бізнеси, пов'язані з продажем реклами або інформаційних продуктів, аби просувати інші проекти в рамках творчих об'єднань. Поки що подкасти

тільки набирають обертів, і рекламодавці розглядають їх якнішевий майданчик, а не повноцінний канал взаємодії з великою аудиторією.

Взагалі дослідники говорять, що подкасти (podcasts) – «це цифрові медіафайли, які розповсюджуються в інтернеті, та які за змістом нагадують ток-шоу, містять інтерв'ю, бесіди чи будь-що інше, та належить до усного жанру мовлення» [25].

Як зазначає дослідниця І. Стражко «онтологічна основа подкасту – це спілкування, діалог, спільна комунікація людей в мережі, незалежно від географічних і соціальних кордонів. Результативність, успішність функціонування подкасту у мережі визначається його змістом, а отже його впливом, як на конкретну людину, так і на суспільство» [24].

Подкаст є цифровим «носієм», засобом для зберігання і передавання інформації. Також він може бути посередником між автором та аудиторією та засобом їхньої комунікації. Роль подкастингу унікальна, та його можна задіяти у різних сферах (медійній, освітній, науковій, політичній тощо).

РОЗДІЛ 2

ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТА КОРИСТУВАЦЬКИЙ КОНТЕНТ НА СПОРТИВНОМУ ПОРТАЛІ TRIBUNA.COM

2. 1 Tribuna.com як провідне українське спортивне видання

«Tribuna.com» (*Додаток А, Рис. 2.1.1*) – багатофункціональний український спортивний сайт, який розпочав свою діяльність у 2010 році.

У своїй роботі висвітлює провідні європейські чемпіонати та веде статистику понад 150 турнірів у всьому світі з різних видів спорту. Аналітика щодо різноманітних спортивних поєдинків, репортажі з місця подій, інтерв'ю зі спортсменами та спортсменками, новинна журналістика у світі спорту – це те, чим активно займається портал. Екосистема «Tribuna.com» окрім редакційних матеріалів має користувацькі блоги, де кожен може зареєструватися та створювати журналістські матеріали за бажаною темою.

Окрім того, видання розвиває власні спортивні проекти на платформі YouTube: «Трендець», «Трибуна», «ТайкМайсон», має додатки на Android та iOS. «Tribuna.com» пропонує широкі можливості для налаштування сайту під себе. Зокрема можна сформувати власну стрічку новин: обрати конкретні види спорту, виділити окремі журналістські теми та жанри, структурувати фото та відео. Наразі аудиторія «Трибуни» в Україні перевищує п'ять мільйонів чоловік на місяць, а принаймні чотири мільйони осіб щомісячно користуються сайтом і мобільними додатками видання. Портал активно розвиває свої соціальні мережі: Twitter, Facebook, Instagram, присутній також у Telegram та навіть в TikTok.

Структура сайту повністю відповідає структурі західноєвропейських та американських ЗМІ. В цьому контексті є повне копіювання методів і принципів роботи закордонного сайту. Такі тенденції розвитку можна віднести до позитивних явищ української спортивної журналістики.

Матеріали на порталі представлені в тематичних рубриках, будь-яка з них присвячена певному виду спорту. На головній сторінці наявні футбол, баскетбол, гандбол, теніс, бокс, біатлон, теніс, покер. Враховуючи сьогоденні реалії, видання першочергово висвітлює тему Чемпіонату світу з футболу 2022 та перебіг україно-російської війни. Розділ «Більше» відповідає за новини тих видів спорту, які у нас в країні користуються низькою популярністю.

Головна сторінка сайту оснащена інфографікою, що відображає результати останніх матчів. Також наявні турнірні таблиці провідних європейських чемпіонатів та ліг, їх головні бомбардири та асистенти. Ці дані оперативно оновлюються в режимі «лайв».

«Tribuna.com» першочергово розміщує на своєму сайті найбільш актуальні та популярні блогові матеріали від користувачів. Рейтинг матеріалів забезпечує кількість відвідувань публікацій. Чим більше переглядів і коментарів, тим більша ймовірність того, що блоговий допис потрапить на першу стрічку новин.

Рубрика «Новини» містить інформаційні повідомлення за останню добу, які класифікуються в залежності до певного виду спорту. Важливою особливістю новин на сайті є розділ із залученням новинних повідомлень з інших засобів масової інформації (інформаційних агентств і друкованих видань) з вказівкою посилань на першоджерело. Усі новини мають активні тематичні теги. Це дозволяє класифікувати їх за різними критеріями.

Теги є головною структурною одиницею на «Tribuna». Він же і спосіб організації контенту. На спортивному порталі всі новини, тексти та фото мають теги. Теги відводяться для всіх організацій, команд, турнірів, персонажів, які є героями публікацій та фото на «Tribuna». Навіть якщо ці команди чи персонажі не надто відомі. Пошук точкової інформації забезпечує саме тег. Сторінка тега – це міні-сайт про відповідний турнір,

клуб. Усі новини мають активні тематичні теги. Це дозволяє класифікувати їх за різними критеріями

Нижня панель сайту призначена для отримання комерційної інформації для користувачів, спонсорів, медіа організацій. Також пропонуються вакансії для журналістів. Портал «Tribuna.com» синхронізований із соціальними мережами, такими, як Facebook, Instagram, Twitter, TikTok. Це свідчить про інтерактивність сайту та конвергентність.

Головною особливістю порталу є блоги спортивних журналістів «Tribuna.com». Більшість із них являють собою не банальні матеріали з «сухим» викладанням фактів, а емоційні переживання авторів, їх аналіз спортивних змагань і результати виступів улюблених команд (як правило, блогери намагаються писати у своїх блогах саме про ті команди, які їм імпонують).

Звісно ж, записи в блогах складно віднести до якогось конкретного жанру: це можуть бути інформаційні повідомлення, репортажі в режимі «онлайн», та навіть великі аналітичні матеріали (лонгріди). Яскравою особливістю блогів є можливість поєднання різних видів інформації: текстової, візуальної, аудіальної, що особливо вітається за часів конвергентної журналістики.

Спортивний портал за своєю структурою є універсальним. Він розрахований на велику аудиторію з широким інформаційним діапазоном і, отже, прагне відобразити всі сфери спортивного життя. Аудиторію порталу з кожної спортивної тематики можна умовно поділити на такі групи:

1. Професіонали від спорту: спортсмени, тренери;
2. Прихильники певного виду спорту;
3. Фанати.

Ці категорії можуть виступати одночасно і авторами спортивного порталу, тобто вести свій блог, або брати участь в обговоренні будь-яких тем.

Головним цільовим призначенням сайту є отримання користувачем актуальної інформації. Якщо видання пропонує аналітику, то візуально привабливо оформлює матеріал. Також наявний великий обсяг розважального контенту, який виконує рекреаційну функцію.

Отже, спортивне інтернет-видання «Tribuna.com» можна зарахувати до розважально-пізнавального типу. Здебільшого на порталі представлені такі види контенту:

1. Власне журналістський контент. Це новинна інформація як про український, так і світовий спорт: аналітика, статистика, інтерв'ю, відео та фото;

2. Контент спортивних блогів. Це блоги тренерів та спортсменів фанатів окремих видів спорту. Автори знайомлять читачів із біографіями спортсменів, розповідають про свої улюблені команди, про виступи всесвітньо відомих гравців.

2.2 Журналістський контент на сайті «Tribuna.com», його характеристика, неоднорідність та особливості

Наразі, головною ціллю моніторингу є виявлення особливостей контенту та жанрової специфіки сайту «Tribuna». Доцільно буде з'ясувати яким видам спорту приділяється найбільша увага та які жанри матеріалів найбільш актуальні у читачів. Тут обрана стрічка новин по днях, та простежено, новини якого характеру та якої направленості, тематики присутні частіше.

Для прикладу візьмемо стрічку новин на «Tribuna» (за середу 9 листопада, 18:00-22:00, 2022 року) та проаналізуємо подані новини. Всього у цей час вийшло 47 новинних публікацій.

Таблиця 2.2.1

Кількість матеріалів на «Tribuna»

Вид спорту	9 листопада, середа (18:00-22:00) 2022 року Всього новин: 47
Футбол	32 матеріалів
Бокс	5 матеріалів
Баскетбол	4 матеріали
Інше (гімнастика, біатлон, теніс, футзал)	6 матеріалів (загалом)

Як ми бачимо, головний акцент у новинах віддано переважно темі футболу, саме він є грою номер один в Україні. Тут переважно висвітлюються новини вітчизняного чемпіонату та майбутнього Чемпіонату світу. Новини закордонних європейських чемпіонатів в цей період не були основною темою, адже це вибірка матеріалів, які публікувалися серед тижня. В цей період європейські чемпіонати не проводилися, на відміну від українського.

Візьмемо також частину матеріалів з позначкою «Головна новина» за 09.11.22 (ранок, 8:00-10:00), для того, щоб зрозуміти на якому виді спорту заострюють свою увагу редактори сайту.

- 9 ЛИСТОПАДА, 08:00 ІЕМ RioMajor 2022, стадія «Легенд»: MOUZ виграли в ENCE, Liquid — в Spirit
- 9 ЛИСТОПАДА, 08:24 Олександр Усик: «Усі західні політики, які підтримують Путіна – це його кишенькові маріонетки»
- 9 ЛИСТОПАДА, 08:27 Піке - арбітру матчу з «Осасуною»: «Й#####а ганьба. Я с###ю на твою й#####у матір»

- 9 ЛИСТОПАДА, 09:27 Олег Верняєв: «Усіх російських та білоруських спортсменів, які підтримують війну та риторику кремля, слід довічно дискваліфікувати»

Все ж видно, що інтернет-сайт велику увагу зосереджує не тільки на футболі, а й на навколо спортивних темах, зокрема й на тих, які стосуються політики, але дотичні зі спортом. З початком повномасштабного російського вторгнення на територію України багато українських спортсменів засудили дії нашого східного сусіда та його божевільного президента.

Також у вибірці наявна новинна публікація, що стосується теми кіберспорту. У ній розповідається про заключні матчі стадії «Легенд» IEM РіоМажор 2022. У турнірі також брала участь українська команда NAVI, а самі кіберспортивні змагання серії Мажор з CS:GO є найпрестижнішими в світі з цієї дисципліни, тому цей матеріал стосувався такої уваги.

Новина про экс-футболіста «Барселони» теж розташована серед головних за ранок 9 листопада. В ній розповідається про футболіста Жерара Піке, який лайливо висловлювався в адресу головного арбітра зустрічі. Як ми бачимо, галасливі та хайпові заголовки все ж ще традиційно привертають велику увагу до читача, незважаючи на еру цифрових досягнень. Велика кількість переглядів та коментарів для новини гарантована, якщо справа стосується скандалів у великому спорті. Новини такого характеру традиційно набирають багато переглядів, лайків та коментарів, тому завжди будуть актуальні в медіапросторі. У таких новинах, «Трибуна» має на меті публікувати матеріал не тільки для своєї цільової аудиторії.

Також необхідно зазначити, що у підводках сайту не спостерігається явище ненормативної лексики як прямого коментаря тієї або іншої особи, але у самому тексті чи заголовку таке явище присутнє.

На протывагу минулій вибірці за середу 9 листопада, цікаво було дослідити блок новин на сайті, який виходив у вихідний день. Адже саме на вихідних відбуваються більшість ігор європейських чемпіонатів, чемпіонат світу з Формули 1, та інші спортивні події.

Для прикладу візьмемо стрічку новин на «Tribuna»(за суботу 12 листопада, 18:00-22:00, 2022 року) та проаналізуємо подані новини. Всього у цей час вийшло 33 новинних публікацій.

Таблиця 2.2.2

Кількість матеріалів на «Tribuna»

Вид спорту	13 листопада, субота (18:00-22:00) 2022 року Всього новин: 33
Футбол	14 матеріалів
Бокс	5 матеріалів
Баскетбол	6 матеріали
Інше (кіберспорт, волейбол, теніс, фігурне катання, боротьба)	8 матеріалів (загалом)

Як показують результати, новини на тему футболу мають не таку велику перевагу, як ми бачили на попередній таблиці, хоча всі європейські чемпіонати відбуваються саме на вихідних. Але про більшість ігор писалося ще раніше, оскільки основний блок матчів топ чемпіонатів був зіграний ще вдень. Що особливо було несподівано, так те, що сайт активно висвітлює тему кіберспорту, адже ця індустрія зараз дуже популярна та актуальна у молоді .

Окремо варто зазначити, що «Tribuna» велику увагу зосереджує на висвітленні російського вторгнення в Україну. До уваги читачів

пропонуються не тільки новини політичного спрямування та думки, політиків. Ще сайт активно розповідає про те, як різні спортивні особи в Україні та світі підтримують Україну, розповідають як змінилося їх життя, діляться досвідом пережитого.

Хокейній тематиці на «Трибуні» приділяється значно менше уваги, ніж футболу, баскетболу та боксу. Що стосується боксу та баскетболу, то найчастіше автори пишуть про важливі новини та аналізують лише поєдинки великих турнірів.

Окремо потрібно дослідити низку новин за ранок понеділка 14 листопада (8:00-9:00), та визначити, чи зміщується акцент на інші види спорту після вихідних, коли відбувається значна кількість футбольних поєдинків.

- 14 ЛИСТОПАДА, 09:00 Янніс Адетокумбо - про Вембаньяму: «Якщо ви не готові, він стане великою проблемою»
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:49 ДаріусГарленд першим у новому сезоні НБА дістався позначки в 50 очок в одному матчі
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:43 НХЛ: «Тампа» перемогла «Вашингтон» та інші результати
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:38 Сіммонс не вийшов на майданчик у матчі з «Лейкерс» через біль у коліні
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:36 К'єза вперше за 308 днів відзначився результативною дією за «Юве»
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:34 Ембїїд набрав 59 очок у матчі з «Ютою»
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:28 Підручний представив програму перед виборами президента Федерації біатлону України
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:22 Наїнголан взимку залишить «Антверпен»
- 14 ЛИСТОПАДА, 08:10 НБА, регулярний чемпіонат: «Голден Стейт» програв «Сакраменто» Леня, «Нью-Йорк» Михайлюка поступився «Оклахомі» та інші результати

Як видно, це той випадок коли новини футболу не переважають у стрічці новин, адже більшість інфопривидів на цей вид спорту припадає саме на вихідних, коли відбуваються ігри національних чемпіонатів.

З початком Чемпіонату світу з футболу-2022 видання активну увагу приділяє висвітленню цього турніру. Для того, щоб це зрозуміти, ми візьмемо низку новин, які мають позначку «головна» (за 21 листопада, 8:00-12:00) та з'ясуємо чи так це насправді.

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 11:58 Гравці збірної Англії збираються встати на коліно перед матчем з Іраном

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 11:48 КріштіануРоналду про фото з Мессі: «Хотів би бути тим, хто зробить йому «шах і мат»

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 11:44 ФабріціоРомано: «Не вважаю, що трансфери Жезуса та Зінченко були помилкою, бо «Ман Сіті» потрібні були гроші для переходів Голанда, Філіпса та Аканджі»

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 11:11 Харлан стала амбасадоркою проекту «Спортивний фронт»

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 10:53 КріштіануРоналду – журналістам: «Ви занадто багато помиляєтеся. Ставте гравцям збірної питання про ЧС, а не про мене»

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 10:00 Тренери УПЛ дали прогнози на ЧС-2022: Йовичевич та Бартулович вважають переможцем Хорватію, найбільше голосів у Аргентини

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 09:02 «Шахтар» не дограватиме перенесені матчі з «Минаєм» та «Львовом» у 2022 році

Головна новина

– 21 ЛИСТОПАДА, 08:10 НБА: «Нью-Йорк» Михайлюка програв «Фініксу», «Сакраменто» Леня переміг «Детройт» та інші результати

За цей період вийшло вісім новин з позначкою «головна» та шість із них стосуються теми футболу, половина – про Мундіаль. Також у рубрику потрапляють ті публікації, які розповідають про український футбол або ж про тих українських футболістів які грають за кордоном. Активно згадується АПЛ, Ліга чемпіонів, або ж Ла Ліга, але зараз ігри цих турнірів не відбуваються. Що ж стосується боксу, тенісу, баскетболу та хокею, то береться до уваги висвітлення лише великих турнірів (Чемпіонати світу та Європи), змагання вітчизняного рівня згадуються рідше.

Варто додати, що сайт влаштовує аукціони та допомагає грошима українській армії. Зокрема, «Tribuna.com» активно співпрацює з волонтерською організацією UkraineAlive 2022 та Білоруським фондом спортивної солідарності. Спільними зусиллями було створено багато аукціонів WorldSportsForUkraine на міжнародному майданчику eBay. Така співпраця триває і нині. Лотами на аукціоні стали унікальні речі, які надали українські та світові зірки спорту.

Але візитівкою порталу, як вже було зазначено вище, є блоги спортивних журналістів «Tribuna.com». Більшість із авторів публікують не сухі коментарі або новинний контент, факти, а емоційні переживання авторів, їх аналіз змагань та результатів, виступів улюблених команд, а також великі збалансовані мультимедійні матеріали, де наявні всі сучасні види подачі інформації.

Основна мета блогу - залучення та утримання аудиторії. Показником активності аудиторії є коментарі читачів до записів і відповіді авторів, що надходять до читачів у коментарях. Отже, блогінг – справжній феномен у

медіапросторі, а для сайту «Трибуна» - особливість, що виділяє видання серед інших.

Причому автори часом обирають не лише окремих вид спорту, а й конкретну країну, а потім відображають цікаві події спорту. Важливою особливістю роботи журналістів порталу є використання різних нестандартних мовних засобів, зокрема сленгові вирази. Вибір на користь блогового методу подання інформації дозволяє порталу «Tribuna.com» бути більш інтерактивним, ніж інші, статичні ЗМІ даного сегменту та відстежувати актуальність тієї чи іншої теми у спортивній сфері. Яскраві, експресивні висловлювання, використання сленгових оборотів, дружні звернення до читачів дозволяють «Tribuna.com» залишатися на вершині списку рейтингових профільних спортивних інтернет ЗМІ.

Так, наприклад, блог «Український футбол» розповідає про події українського футболу в деталях. Цінність даного блогу полягає в економії часу читача, для якого все найцікавіше та найактуальніше буде регулярно представлено на одній веб-сторінці. Засновниками цього блогу є працівники сайту «Трибуна». У своєму блозі автори діляться аналітикою, результатами матчів, розповідають про відомих українських футболістів, публікують різноманітні інтерв'ю. І нехай матеріали з'являються на сторінці блогу в середньому один раз на день, всі вони є значущими для українського футбольного медіапростору.

Розглянемо текстовий зразок, в якому продемонстровано ознаки того, що цей блог – журналістський. Наприклад, матеріал (*Додаток А, Рис. 2.1.4*) «Секрет історичного успіху «Руха» U19 в Європі – спадщина «Карпат», залучення гравців першої команди та міцний захист».

У вищезгаданому матеріалі розповідається про історію становлення дитячо-юнацької академії футбольного клубу «Рух» та її молодіжну команду. У матеріалі говориться про те, що основу сьогоденних юніорів складають гравці львівських «Карпат», які вже припинили своє існування.

А інфоприводом для написання публікації стали успіхи молодіжної команди «Руха» в молодіжному розіграші Ліги чемпіонів. Автор розповідає про юних футболістів, пропонує читачу статистику по гравцям та команди в ЮЛЧ. Фото для матеріала взято з офіційного сайту команди, що зазначено в кінці статті. Сам текст поділений на заголовки й має гіперпосилання, в кінці наявні активні теги що стосуються актуальної теми. Також в кінці матеріалу наявне гіперпосилання на інші публікації сайту, на той блог, який теж ведуть журналісти «Трибуни».

Разом з тим, повною протилежністю до попереднього блогу виступає профіль TopFive читача сайту «Трибуна» Дмитра Болотова. Автор має своє чітке розуміння того, як потрібно оформлювати і подавати читачеві інформацію про футбол. Яскравим прикладом цього є матеріал (*Додаток А, Рис. 2.1.4*) від 15.12.20 «Делі Аллі на вихід? «Тоттенгем» планує розстатися із гравцем». У своїй роботі Дмитро ділиться з нами прогнозами щодо того, до якої команди може перейти півзахисник «Тотенхема» та головна зірка команди Делле Аллі. Автор не соромиться давати свої прогнози та оцінки майбутньому трансферу, підкріплюючи свої слова інформацією, яку пропонують західні журналісти. Згодом, як показало майбутнє, хлопець не помилився.

Сам матеріал написаний живою мовою, з використанням сленгу та афоризмів. Варто ще додати те, що публікація має гучний і пафосний заголовок, який зневажливо ставиться до гравця. Але в цій ситуації це зіграло на користь, адже матеріал швидко набрав пристойну кількість переглядів та лайків. Це той випадок, коли стаття, написана нашвидкуруч, увірвалася на головну сторінку сайту. Дана ситуація ілюструє те, що в нас користувальницька журналістика з роками вийшла на новий рівень, нічим не поступаючись професійній. У це вірять і самі журналісти сайту «Трибуна», щороку організовуючи конкурс на найкращий блог, де кожен може зареєструватися та зарекомендувати себе. Як заявляє редакція

видання, цей конкурс став трампліном для багатьох журналістів-початківців, які без досвіду та відповідної освіти почали публікуватися у рейтинговому українському виданні.

Отже, концепція блогів є глобальним комунікаційним простором, що сприяє швидкому та неконтрольованому поширенню інформації серед значної аудиторії. Зрозуміло, що при плануванні та здійсненні своєї діяльності журналіст зобов'язаний враховувати існування блогів та їх роль у комунікаційному процесі, адже за великим рахунком, професійна журналістика та громадянська наразі функціонують як одне ціле.

2.3 «Tribuna.com» та соціальні мережі. Специфіка функціонування

Функціонування «Трибуни» не обмежується лише одним сайтом з висвітленням новин про український та світовий спорт. У цілому сайт має широку інтеграцію з соціальними мережами в інтернеті. Звичайному користувачеві не завжди потрібно відкривати сайт новинного медіа в браузері. Багато користувачів знайомляться з контентом медіа через соціальні мережі, таким чином, підписуються на канал в Telegram, YouTube, чи групу Facebook. «Трибуна» активно використовує подібні канали соціальної комунікації у власній діяльності для того, щоб бути ближче до своєї аудиторії та отримувати зворотній зв'язок.

Спортивні YouTube канали в Україні поки що не можуть продемонструвати вкрай високі показники переглядів, але сучасні тренди в журналістиці та медіа все ж формують в аудиторії попит на споживання контенту через різноманітні відеохостинги. «Tribuna» активно популяризує своє ім'я та бренд через платформу YouTube, де має не один проект, що стосується футболу і не тільки.

Один із провідних каналів медіа на YouTube – це «TRIBUNA – футбол України». У своїй діяльності канал розповідає про найцікавіші новини

українського футболу. На каналі говорять про такі турніри та чемпіонати як: Українська Прем'єр-Ліга (УПЛ), Перша ліга України, Ліга чемпіонів, Ліга Європи, Ліга конференцій, чемпіонат світу, чемпіонат Європи, Ліга Націй. Канал першочергово доносить новини українського, а вже потім світового футболу у жанрі «інфотеймент». З початком повномасштабного російського вторгнення на каналі з'явилися відео, де можна помітити політичні новини, які так чи інакше пов'язані з футболом.

Канал має більше 10 тисяч підписників та був створений у вересні 2022 року. Відео виходять регулярно та набирають в середньому 20-30 тисяч переглядів. Потрібно зазначити, що видання має ще один канал з подібною назвою, який налічує майже 100 тисяч підписників. Але він наразі неактивний та на ньому нічого не публікується.

Але все ж таки візитівкою медіа є інший канал на YouTube. Проект «Трендець» має понад 368 тисяч підписників. Контент складають авторські матеріали. В середньому на відео понад 200-300 тисяч переглядів, деякі відео мають мільйонні перегляди, але це скоріш виняток, ніж правило.

На цьому каналі відомий український блогер та журналіст Дмитро Поворознюк розповідає про життя клубу «Верес» зсередини, показує тренування разом з командою, знімає відео про виїзди на ігри. А вже з командою Прем'єр-ліги автор каналу підписав повноцінний контракт та активно висвітлює її навколо футбольне та футбольне життя. На своєму YouTube-каналі блогер виклав першу серію документального серіалу про свій старт у професійному футболі. До слова, YouTube-канал «Трендець» є одним з найпопулярніших україномовних спортивних каналів мережі. Головна особливість каналу – його динамічність та жвавість.

Спочатку канал створювався для того, аби розповісти українській футбольній спільноті про молодих талантів вітчизняного футболу. Також у відео були репортажі з футбольних матчів, організовувалися

найрізноманітніші челенджі за участю відомих українських футболістів. Але згодом автор вирішив змінити формат.

Окремо серед інших виділяється проект «Майк Тайсон». Цей канал розповідає найцікавіші історії про український та світовий бокс. Оперативні новини, огляди боїв, інтерв'ю зі спортсменами – це те, що лежить в основі проекту.

Автори зазначають, що під їхньою увагою особливо постають такі боксери: Олександр Усік, Василь Ломаченко, брати Клички, ТайсонФ'юрі, Канело Альварес, Ентоні Джошуа, Майк Тайсон, ЕвандерХоліфілд. Адже навколо цих персон створюється найбільше інфоприводів за останній час.

Обліковий запис Instagram «Tribuna.com» – (@tribuna_ua) (Рис. 2.1.3) має не підтверджений статус облікового запису. Проте користувачі можуть бути впевнені ще це справжній Instagram видання, адже посилання на нього є на офіційному сайті з доменом <https://ua.tribuna.com/uk/>. Таким чином це дозволяє користувачам бути впевненими у достовірності джерела інформації.

Наявність медіа в різних соціальних мережах свідчить про те, що наразі є прагнення редакції вести повноцінно акаунти у всіх соціальних мережах і має на меті сконцентрувати користувачів у найбільш популярних. У шапці профілю є лише посилання на публікацію «Tribuna.com оголошує збір доказів підтримки російськими спортсменами війни проти України», де «Трибуна» збирає докази російських спортсменів, які підтримали війну проти України. В умовах повномасштабного вторгнення це актуальна і потрібна річ, але традиційно тут може бути розташоване посилання на головну сторінку веб-сайту. Це класичний підхід щодо використання опису профілю Instagram.

В якості іконки задіяний фрагмент логотипу видання, що не створює перешкод для його ідентифікації. Наразі він виконаний в синьо-жовтих кольорах. На фотоматеріалах подібне маркування також є. Вербальна

комунікація не є уніфікованою, вона у кожному окремому випадку виступає як самостійна одиниця. Розглядаючи використовувані формати контенту, можна виділити велику кількість фотознімків, відеоматеріали теж присутні, але їх дещо менше використовують. Серед жанрів публікацій можна виділити: інформаційні повідомлення привітання, наявна також різноманітна статистика та результати поєдинків. Частота публікацій облікового запису «Трибуна» вкрай висока. Це говорить про велику актуальність соціальної мережі на території України.

Наприклад, лише протягом доби 26.11.22 було розміщено до 20 публікацій, деякі мають характер «реklamних», але майже всі, так чи інакше, стосуються футболу. Наразі переважна більшість постів стосується Чемпіонату світу з футболу, адже це тема номер один для висвітлення. Крім того, публікування нового контенту відбувається ледве не кожену годину. Це говорить про те, що зараз футбольний мундіаль особливо актуальний.

Розглядаючи використовувані формати контенту, можна виділити велику кількість матеріалів переважно розважального характеру. Практично всі пости включають хештеги та емоджи, кількість яких може досягати до 30 одиниць. Серед жанрів публікацій особливо можна виділити інформаційні повідомлення.

Таким чином, можна зробити висновок, що обліковий запис повністю використовує всі можливості соціальної мережі, зокрема наявні InstagramStories (публікуються регулярно). Ці ознаки дозволяють користувачам бути впевненими в приналежності облікового запису заявленому медіа.

На каналі в Telegram медіа має понад 35 тисяч підписників, де розміщується до 50 публікацій на день. Знову ж таки дублюються новини з основного сайту, але є й оперативні новини, військові зведення. Є реакції на публікації, але коментарі закриті, а перегляди сягають понад 10 тисяч.

Зазначимо, що в кінці кожної новини з сайту, міститься гіперпосилання на сайт. Таким чином журналісти заохочують аудиторію до співпраці.

Майже всі пости в своєму Telegram «Трибуна» структурує за одним принципом: коротке повідомлення, що складається із яскравого привабливого заголовка та опису новини з використанням емоджи та гіперпосилань. Контент нескладний та оформлений лаконічно: оригінальні зображення та відео, інфографіка, новинні дайджести, картинки з цитатами. Популярністю також користуються аналітичні статті, інтерв'ю, прогнози, огляди та рекомендації, але подібні матеріали існують на сайті, а Телеграм виступає лише каналом поширення такого контенту.

Таким чином, в Telegram користувач може отримати набагато більше інформації переглянувши стрічку постів у каналі, ніж в офіційних джерелах, причому в режимі реального часу і в найдоступнішій для сприйняття формі. Пости мають високий ступінь інтерактивності, але їхнім основним наповненням є текстові повідомлення. При всій лаконічності постів, мова Телеграм-каналу «Трибуна» відрізняється максимальною інформативністю та емоційною насиченістю. Розповідь, зазвичай, ведеться живою мовою. Контент месенджера формується з урахуванням інтересів читачів і відповідає максимально кліповій свідомості сучасної людини, для якої читання – найважча праця. У зв'язку з цим, канал в Telegram є альтернативою спортивним ЗМІ, він дозволяє автору знаходити зацікавленого читача і надавати інформацію в найбільш зручному для нього вигляді в максимально швидкі терміни.

Одна з найбільш популярних соціальних мереж «Трибуни» це сторінка групи в «Facebook» (*Додаток, Рис. 2.1.2*), яка налічує майже 350 тисяч підписників. На ній дублюються новини з основного сайту в форматі короткої текстової підводки та віджету. Але кількість постів у групі щодня коливається від 40 до 50 на день. Активність на публікаціях

залежить від теми, зараз найбільше реакцій на новинах що стосуються теми Чемпіонату світу.

У Facebook публікуються, переважно, пости з посиланнями на новини з сайту, веселі картинки (інтернет-меми), аналітичні статті. Всі пости з посиланнями на матеріали супроводжуються текстом і зображенням. Текст може бути також і на самій картинці, тому що користувачі, насамперед, звертають увагу на зображення та текст на ньому. Тому в анонсі матеріалу редакція намагається подати публікацію так, щоб користувач перейшов за посиланням. Картинки «Трибуни» в соціальних мережах та меседжерах, як правило, яскраві, з текстом та гумором. Майже всі матеріали групи Facebook супроводжуються веселими картинками, іноді вони постають у вигляді мемів. Деякі ілюстрації робляться за допомогою графічних редакторів, в окремих випадках використовуються останні актуальні фото.

Є теми, які гарантовано набирають багато коментарів (Чемпіонат світу з футболу, скандали, сварки, бійки спортсменів, непристойні висловлювання, політика). Подання інформації вирізняється неформальним стилем спілкування з користувачами. При цьому особлива увага приділяється заголовкам повідомлень. Наведемо кілька прикладів: «Канело - Агуеро: «Не будь лицеміром, виродку», або ж: «Упс, Роберто Карлоса застукали з сигаретою на матчі Бразилії та Швейцарії (ВІДЕО)». Подібні заголовки збирають значну кількість лайків, репостів і коментарів.

Крім того, зацікавившись заголовком, багато відвідувачів із «Facebook» переходять на сайт «Трибуни», а вже потім й на інші платформи. У групі багато картинок, колажів та відео. Присутній доречний гумор, здоровий сарказм і, що важливо, є активна дискусія в коментарях.

При цьому чудово передана загальна концепція соціальної мережі Facebook. Публічна сторінка дозволяє не просто оперативно інформувати

читачів про останні події, а максимально індивідуалізувати процес доставки контенту новин. Певною мірою це можна пояснити тим, сайт «Трибуна» більш орієнтований на підлітків та молодь.

Ще один верифікований акаунт сайт має у Twitter. Сторінка має трохи менше 25 тисяч підписників, доволі непоганий результат. Адже ця соціальна мережа у нас в країні користується меншою популярністю, ніж Instagram чи Facebook. Але лайків та коментарів зовсім не багато і вони не відображають реального активу аудиторії сторінки.

Варто додати, що обов'язково проглядаються інформаційно-технічні переваги соціальної мережі, адже редактори перетворюють пости під формат мікроблога, щоб потім перенаправляти читача на головний сайт.

Як бачимо соціальні мережі значно спрощують споживання контенту читачеві. Тепер йому не потрібно шукати певну інформацію на сайті, достатньо відкрити на своєму гаджеті додаток Facebook або Instagram. Короткі інформативні повідомлення зі статистикою та результатами, або ж розважальні картинки з мемами, це саме те, що зараз пропонують соціальні мережі своєму користувачеві. Довгих розгорнутих аналітичних матеріалів у наш час на подібних платформах не знайти, та це і не потрібно, враховуючи кліпове мислення сучасного суспільства, особливо молоді. У нинішніх реаліях базовим інструментом для посту є гучний заголовок і яскрава картинка, наявність ліда не завжди обов'язкова, хоча якщо подається серйозна новина або довга розгорнута історія, то його наявність рекомендована.

ВИСНОВКИ

Отже, провівши аналіз журналістських та користувальницьких матеріалів сайту «Трибуна», можна стверджувати, що спортивна журналістика в нашій країні намагається наслідувати функції та структуру західноєвропейських конвергентних медіа. Проте, відповідно до загальних тенденцій ЗМІ вона так само таблоїдизована, реалізує популяризаторські функції, використовує методики розважальності та візуального превалювання над текстовою складовою журналістських матеріалів. Все також у тренді постають гучні заголовки, які сприяють клікабельності матеріалів.

Сучасний стан спортивної журналістики в нашій країні розцінюється як кризовий, насамперед через її комерціалізованість та заангажованість, недостатню компетентність окремих журналістів. Сучасна журналістика дуже залежна від тих матеріалів, що публікуються. Іншими важливими аспектами, що впливають на розвиток сучасної спортивної журналістики, є складність адаптації ЗМІ старого типу (газети, журнали) до сучасних технологічних реалій. Великий вплив на зниження довіри та популярності до спортивних ЗМІ та об'єктивності представленої ними матеріалів є велика кількість матеріалів на однакову тематику.

Специфіка функціонування сучасних ЗМІ полягає в тому, що вони намагаються залучити велику фанатську аудиторію через окремі види спорту, думаючи, що ними цікавляться всі без винятку. У нас надто багато уваги приділяють футболу, боксу, баскетболу, але майже не пишуть про Формулу 1, волейбол, гандбол, хоча шанувальників цих видів спорту у нас в країні достатньо.

Також наші ЗМІ мають практику залучення відомих, публічних персон до коментування матчів, аналізу спортивних поєдинків. Багато спортсменів, політиків, шоуменів, таким чином, завдяки сучасним ЗМІ

стали справжніми медійними персонами, що також впливає на об'єктивність, достовірність і точність подання інформації.

Ще однією традиційною практикою спортивної журналістики є реалізація популяризаторської функції, яка виражається в історичних оглядах, коментарях ветеранів спорту, що теж є не дуже добре.

І одна з найголовніших наших особливостей це те, що розважальна функція сучасної спортивної журналістики часто виходить на передній план: ігри, розповіді про сімейне життя спортсменів, історії з їхнього дитинства, публікація сімейних фото, побутові скандали, сварки з колегами, історії фанатів та вболівальників – чи не центральні теми для журналістів, щоб підняти рейтинг.

Але все ж таки, сучасна індустрія спортивних медіа є складною системою виробництва, переробки та поширення спортивного контенту, темпи якого збільшуються чи не щодня. При цьому спортивна журналістика все ж таки має позитивну динаміку розвитку, тому що спортивні баталії так чи інакше цікавтимуть суспільство. Все тому, що спорт представляє яскраве відображення економічної, соціальної, культурної ситуації в країні.

Пов'язані ці інновації як із освоєнням нових технологій людьми загалом, так зі зміною ментальності сучасного суспільства, культури споживання інформаційних і як продуктів. При цьому розвиток спортивних медіа та спортивної журналістики в сучасних умовах має вкрай нерівномірний характер. У той час як в одних країнах вони давно й міцно зайняли нішу одного із значних елементів економіки, у нас спортивні ЗМІ не відіграють якомось значущою економічною ролі.

Традиційно, що в нашій країні, що в країнах Західного світу велику аудиторію збирають ключові спортивні змагання, як чемпіонати світу та Європи з футболу, ігри Ліги Чемпіонів та Ліги Європи. Проблема полягає

в тому, що на Заході цей контент виробляють та продають, ми ж змушені витратити гроші та платити за право показувати ці турніри.

Іншою сучасною тенденцією розвитку спортивних медіа стали зміни, пов'язані з технологічною революцією, яка сталася в другій половині 90-х років минулого століття. Насамперед Інтернет став головним соціальним явищем людства. Її можливості як дозволили залучити до орбіту споживання спортивного контенту масу нових споживачів, а й викликало до життя безліч інших процесів.

Насамперед до них належить криза традиційних спортивних ЗМІ та активне зростання нових медіа, пов'язаних зі спортом, розвиток конвергентних технологій. Причому спочатку проблеми з'явилися, перш за все, у друкованих видань, змушених скорочувати тиражі і поступово переходити в онлайн, а потім свій вплив поступово почало втрачати і телебачення, програми якого все частіше з'являються в Інтернеті наприклад на YouTube. Причиною цих проблем став частковий відхід аудиторії в онлайн-сегмент, де отримання інформації менше залежить від прив'язки до місця та часу. Це пов'язано з культурними та економічними чинниками у нас в країні та в світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабенко О.В., Шекера О.О. Спортивний інтернет-дискурс як предмет лінгвістичного дослідження. *Молодий вчений*. 2017. Вип. 11. С. 178-181.
2. Бакуменко Л.А. Спортивна термінологія: історія, стан перспективи. *Вісник Харківського національного університету. Серія "Філологія"*. Харків, 2000. Вип. 491. С. 360-365.
3. Бойко А. О., Циганюк Д. Л., Чевгуз К. М. Соціальні аспекти реформування системи охорони здоров'я за рахунок популяризації спорту вищих досягнень. *Вісник СумДУ. Серія «економіка»*. 2021. Вип. 4. URL : https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/87308/1/Voiko_social_activities.pdf;jsessionid=08CF6390D56B64BC480496530A13EB5D (дата звернення: 10.10.2022).
4. Віктор Вацко – про свій шлях у коментаторстві. 19-27. 2022. 7 червня. URL : <https://1927.kiev.ua/news/view/50409>(дата звернення: 19.10.2022).
5. Голік О. Новітні тенденції жанроутворення в українській пресі на початку XXI ст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2009. Вип. 1. С. 400-412. URL : <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2009/JRN/PDF/31.pdf> (дата звернення: 14.09.2022).
6. Горбова . О . *Вітражі* : Збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів. Упор. В. І. Башманівський, І. О. Горбова, Т. Є. Клименко, С. А. Чорна. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2014. Вип 5. С. 21-24. URL : http://eprints.zu.edu.ua/11728/1/%D0%A0%E2%80%93%D0%A0%D1%98%D0%A0%D1%95%D0%A0%D2%91%D0%A0%D1%91%D0%A1%E2%80%9E._%D0%A1%E

2%80%93%D0%A0%D0%85%D0%A1%E2%80%9A%D0%A0%C2%B5%D0%A1%D0%82%D0%A0%D0%86_%D0%A1%D0%8B%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D1%80%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%84.pdf

(дата звернення: 14.09.2022).

7. Городенко Л. Концепція блогу як технології нових медіа. URL : <http://surl.li/ggmi>

8. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 122-126.

9. Іващук А. А. Варіативність та взаємоперехід інформаційних жанріву сучасній українській пресі : втореф. дис. канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.04. Київ, 2009. 17с.

10. Колісник О. М. Структура інтернет-газет: квінтесентні особливості. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. Вип. 1. С. 63-66.

11. Крайнікова Т. ЗМІ в умовах глобальної трансформації медіаспоживання. *Вісник Книжкової палати* : науково-практичний журнал. 2012. № 6. С. 38–42. URL : https://www.libr.dp.ua/text/vkr_2012_6_11.pdf (дата звернення: 25.11.2022).

12. Крижанівська Г. Т. Блог як жанр комунікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2022. № 53 (1). С. 77-80. URL : http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v53/part_1/Filologi53_1.pdf#page=77 (дата звернення: 28.11.2022).

13. Лазарева Л. М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури* : зб. наук. пр. 2010. Вип. 25. С. 151–159.

14. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] 5-ге вид., переробл. та доп. Київ : Центр учбової л-ри. 2011. 494 с.

15. Подкаст. *Вікіпедія*. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%82> (дата звернення: 26.11.2022).

16. Послідовність проведення інтерв'ю. *TheLib*. URL : <https://thelib.info/psihologiya/1089474-poslidovnist-provedennya-intervju/> (дата звернення: 22.10.2022).

17. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація: монографія. Миколаїв. Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с. URL : <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/425/1/%D0%A1%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%207%D0%BD%D0%B8.pdf> (дата звернення: 24.11.2022).

18. Сахарова О. В. Жанр інтерв'ю як спосіб вияву мовної особистості. Випуск 13. *Теоретичні питання*. 2012. Випуск 13. С. 13.

19. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / укл.: Ю. Бідзілі. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.

20. Спортивна журналістика. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0 (дата звернення: 27.11.2022).

21. Стражко І.В. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. Вип. 71. С. 83-89. URL : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19109/Strashko%2C%20Iryna.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 10.11.2022).

22. Тонкіх І.Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник для студентів III курсу спеціальності: 061–«Журналістика». Запорізький національний технічний університет. 2017. 130 с. URL : http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh_Internet-Journalism.pdf (дата звернення: 12.11.2022).

23. Урманець І. Жанри спортивної журналістики на українському телебаченні. *Магістерський науковий вісник*. 2018. Вип. 30. С. 32-34.

24. Христова Т.Є., Суханова Г.П. Основи лікувальної фізичної культури. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Фізичне виховання». Мелітополь. 2015. ТОВ «КолорПринт». 172 с. URL : <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/1946/1/%D0%9B%D0%A4%D0%9A.pdf> (дата звернення: 18.11.2022).

25. Черба В. М., Герасимова Є. В. Стан та перспективи розвитку сфери фізичної культури в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 7. С.70-75. URL : http://www.economy.in.ua/pdf/7_2017/16.pdf (дата звернення: 14.10.2022).

26. Шлемкевич М. Новочасна потуга. Верхи життя і творчості. URL : <https://lysty.net.ua/novochasna-potuha/>

27. Шпірко Д. Українські футбольні інтернет-ЗМІ : сучасний погляд. Матеріали шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції «Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми»: збірник наукових праць. Суми. 2011. С. 74-76. URL : https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/15347/1/konf_111.pdf(дата звернення: 17.10.2022).

28. Frandsen K. Sports broadcasting, journalism and the challenge of new media. *MedieKultur: Journal of media and communication research*. 2012. Vol. 28 (53). 17 p. URL

:<http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/4285/6476>
(date of application: 16.10.2022).

ДОДАТОК

Приклади матеріалів та сторінок соціальних мереж інтернет-видання «ua.tribuna.com»

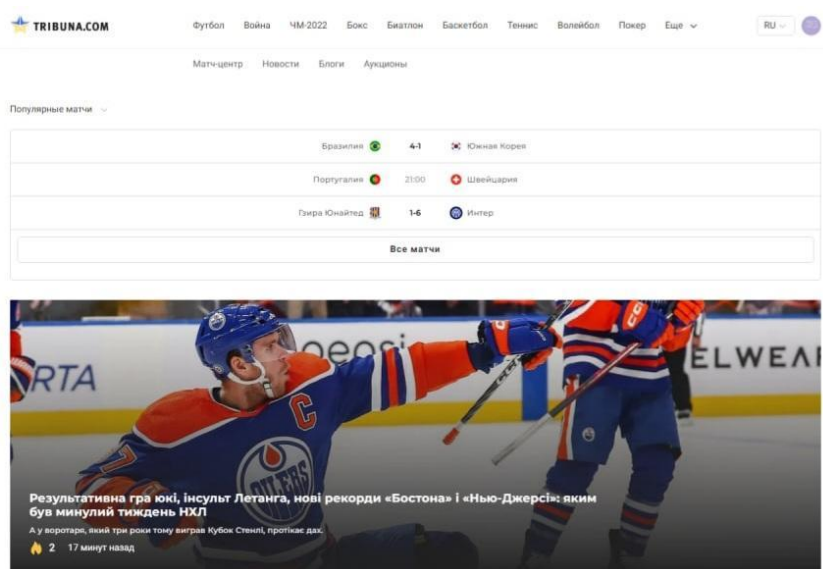


Рис. 2.1.1 Головна сторінка сайту «ua.tribuna.com»



Рис. 2.1.2 Facebook видання «Трибуна»

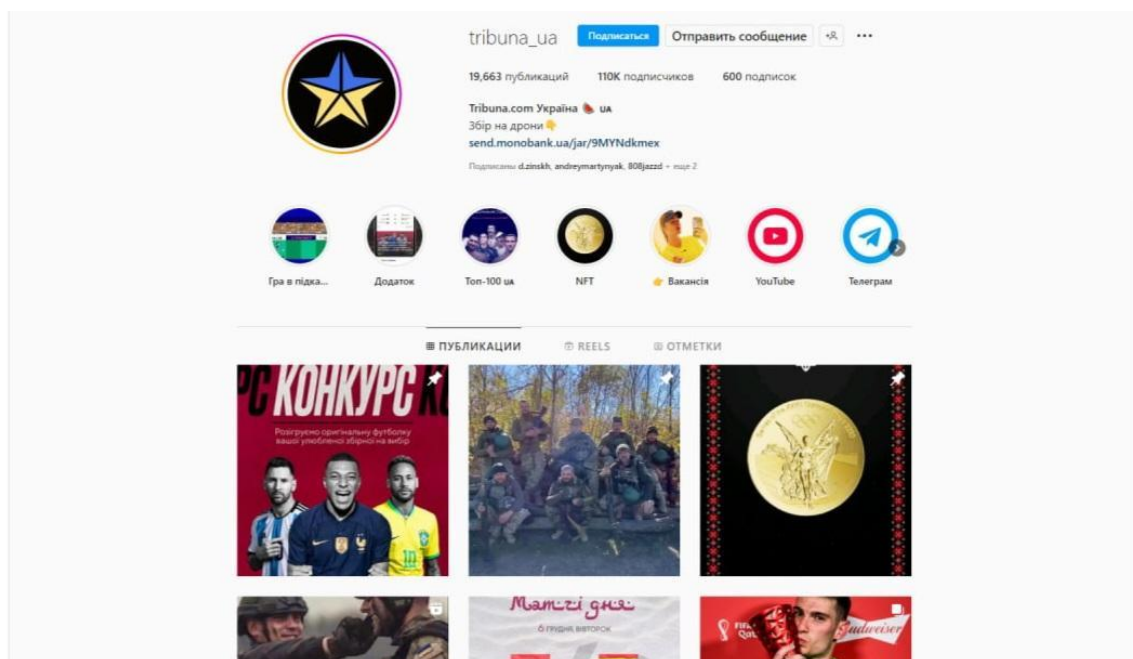


Рис. 2.1.3 Instagram видання «Трибуна»

TRIBUNA.COM Футбол Воєна ЧМ-2022 Бокс Бiatлон Баскетбол Теніс Волейбол Покер Більше UA

Матч-центр Новини Блоги Аукціони

Секрет історичного успіху «Руха» U19 в Європі – спадщина «Карпат», залучення гравців першої команди та міцний захист

Андрій Кудирко – про академію львів'ян.

Блог · Український футбол · Автор · Tribuna.com · 5 листопада, 10:30



Можливо, ще не всі це усвідомили, але ми стали свідками історичної події – вперше в історії одразу дві українські команди пробилися у раунд плей-оф Юнацької ліги УЄФА. В принципі, сам факт виходу з групи чи прохід двох етапів кубкового Шляху чемпіонів для нас – не дивина. У 2015 році «Шахтар» дійшов аж до фіналу ЮЛН, у 2014-му грав у 1/8 фіналу. Тричі до цієї стадії потрапляло «Динамо» (2017-й, 2019-й, 2022-й). Але лише у сезоні-22/23 ми отримали двох представників на вирішальних раундах розіграшу одночасно.

Інші пости блогу

Сьогодні, 09:30
Анонімки розіграли інфу, що у віцепрезидента УАФ є російський паспорт. Після ствердження, що спалив документ у 2014-му 5

2 грудня, 22:58
Пристрасти навколо УАФ: Шевченка висунули в президенти, Павленко жаліється ФІФА та УЄФА на політичний тиск 21

2 грудня, 11:45
Клуб власника АТБ ревіється в УПЛ: в «Поліссі» найкраща атака та захист, а у штабі – син голови Житомира 17

29 листопада, 18:26
Павленко та Заліскаський отримали 2 місяці арешту, але вийшли під заставу 10 млн грн (!) кожен. Третє з УАФ продовжується 37

28 листопада, 20:45
Цей сезон Першої ліги – найунікальніший в історії: нігадемо незвичний формат та розбіраємось, хто ближче до УПЛ 20

Рис. 2.1.4 Аналітичний матеріал. Блог «Український футбол». Автор Андрій Кудирко.

TRIBUNA.COM Футбол Воєна ЧМ-2022 Бокс Бiatлон Баскетбол Теніс Волейбол Покер Еще RU

Матч-центр Новини Блоги Аукціони

Блог · Top Five · Автор · English Bulletin · 15 грудня 2020, 22:38

Клуб англійської прем'єр-ліги «Тоттенгем Готспур» планує продати півзахисника та лідера команди Деле Аллі – повідомляє The Telegraph.

Головною причиною даного рішення є неоптимальні ігрові кондиції футболіста та його поведінка. Про недугу до півзахисника зі сторони головного тренера команди Жозе Моуріно англійські ЗМІ повідомляли ще в вересні, коли тренер під час чергової прес-конференції дуже емоційно відрагував на запитання щодо футболіста: «Я не втомився від Деле, даже він відданий клубу, але в втомився від питань про Деле. 99% відповідальності лежить на гравця. На мене 1%, у мене та мого штабу – 1%, 99% у гравця. У мене з Аллі немає проблем. Він ще на мвч із «Шкенді». В нього є шанс зграти. Коли в команді з'являється конкуренція, гравці на полі повинні показувати себе діяти». Проте, Sky Sports запевнив, що керівництво клубу зацікавлене в тому, щоб Аллі залишався та грав. Хай там як, проте в останнє на полі в рамках АПЛ, Деле в «Блїв» футболіст бачили аж в жовтні місяці, в поєдинку проти «Манчестер Юнайтед» (0:1). Через те, що півзахисник зрідка виходить в стартовому складі, все більше клубів зацікавлені в його підписанні. Тому даваймо проаналізуємо, де Аллі, ймовірно, продовжить кар'єру.

«Евертон»

16 грудня 2020, 11:25

Поль Погба: ізбалансований мальчишка или заложник обстоятельств? 5

15 грудня 2020, 22:36

Деле Аллі на викид? Тоттенгем планує розстатися із гравцем 6

22 лютого 2020, 17:34

Лондонський дербі завершилося перемогою «аристократів» 6

18 серпня 2019, 00:40

Результати ігрового дня АПЛ: розгром від «Норвіча», друга перемога «Арсенала» та результативна нічия в Манчестері 6

12 серпня 2019, 00:07

«Манчестер Юнайтед» розгромив «Челсі» 6

11 серпня 2019, 17:47

Топ-5 моментів в історії протистояння «Манчестер Юнайтед» та «Челсі» 6

4 серпня 2019, 21:59

«Манчестер Сіті» став володарем суперкубка Англії 2019 6

23 жовтня 2019, 19:44

«Реал Бетіс» оголосив про підписання Набіоу Беннеді з «Лондоном»: черговий топ-трансфер для «селесіа»? 5

Рис. 2.1.4 Аналітичний матеріал. Блог TopFive. Автор Дмитро Болотов

SUMMARY

Formulation and justification of the research problem. Formulation of the topic: genre-thematic trends in sports internet media of Ukraine.

Justification: the main sport in Ukraine is usually considered to be football, therefore, in the sports information space, content directed at the number one game in the world prevails. In our opinion, this has a negative impact on the development of other sports, which are almost never broadcast in our country and therefore lose their popularity among the public.

Setting the goal and objectives of the research. Purpose: to determine the genre and thematic features of Ukrainian sports internet media.

Taski:

- Determine which topics dominate the sports media of Ukraine
- Find out which genres of sports journalism are most relevant and why
- Identify the nature of reader requests, research the audience of sports publications, single out the most popular Internet genres among users.

Object: sports internet media (covering various sports) of Ukraine (ua.trubuna.com)

Subject: thematic and genre variety of materials in sports media of Ukraine «ua.tribuna.com».

Hypothesis. H1: Genre-thematic presentation in sports internet media of Ukraine is not diverse, and sports are not presented in the same way.

H2: Due to the heterogeneous presentation of materials in the Internet media, society is interested only in those sports whose publications prevail in the information space.

Choosing a research strategy (strategic plan):

Descriptive (analytical) – qualitative-quantitative description of the object, its qualities, characteristics (content analysis, comparison)

Variables: themes and genres of sports orientation.

Keywords: sports interview, sports journalism, sports reportage, sports longread, sports analytics.

**Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Шелухін Олександр Геннадійович, студент(ка) 2 курсу,
форма навчання: денне, факультету журналістики,
спеціальність журналістика, адреса електронної пошти
shelukhin.sascha@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
«Жанрово-тематичні тренди в спортивних інтернет-медіа України»
відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить
порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом
яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є
ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям
академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою
інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї
системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____