

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерської роботи

на тему **«СПОРТИВНИЙ ДИСКУРС У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ**
ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ»

Виконала: студентка II курсу, групи СН-311м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Карпенко Євгенія Олександрівна
(прізвище та ініціали)

Керівник: к.ф.н., доц. Хітрова Т. В.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.соц.ком, доцент Белькова С.В.
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2022 р.

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики
Освітній ступінь магістр
Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри А. Протока
«05» 04 2022 року

З А В Д А Н Н Я
на магістерську роботу студентки групи СН-311м
Карпенко Євгенії Олександрівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Спортивний дискурс у сучасних українських інтернет-виданнях»
керівник роботи к.ф.н., доц. Хітрова Т.В.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом НУ «Запорізька політехніка» від «02» 06 2022 року
№ 107
2. Строк подання студентом роботи
3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як Л. Вернер, Б. Хатчінс, Д. Роу і Е. Біллінгс, Дж. Магуайр, М. Бетерворт, П. Турман, С. Морган, Л. Ян, В. Куріцин, С. Михайлов, С. Ільченко, Є. Войтик та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):
 1. Теоретичний аспект спорту як соціокультурного явища
 - 1.1 Спорт як суспільне явище та його значення у житті людини
 - 1.2 Історіографія спортивного дискурсу
 2. Особливості спортивного дискурсу в сучасних інтернет-ресурсах
 - 2.1 Жанрова специфіка спортивної інтернет-журналістики
 - 2.2 Основні тематичні напрями сучасного спортивного дискурсу
 3. Аналіз публікацій провідних спортивних інтернет-ресурсів
 - 3.1 Спортивний репортаж в українських інтернет-медіа «Суспільне. Спорт», «24 Канал. Спорт», «Sport.ua», «Football.ua»
 - 3.2 Спортивний коментар в українських інтернет-медіа «UA-Футбол», «Sport.ua», «Football.ua»
 - 3.3 Рекомендації щодо висвітлення спортивних новин
5. Перелік графічного матеріалу: Додатки А, Б, В, Г
6. Консультавання розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	Дата	підпис	Дата
Вступ	Хітрова Т.В.		27.12.21		27.12.21
I	Хітрова Т.В.		10.03.22		10.03.22
II	Хітрова Т.В.		10.05.22		10.05.22
III	Хітрова Т.В.		03.08.22		03.06.22
Висновки	Хітрова Т.В.		17.10.22		17.10.22

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2021	
2	Аналіз журналістикознавчого матеріалу	жовтень 2021	
3	Написання вступу	грудень 2021	
4	Написання розділу 1	березень 2022	
5	Написання розділу 2	травень 2022	
6	Написання розділу 3	червень 2022	
7	Написання висновків	вересень 2022	
8	Оформлення роботи	жовтень 2022	
9	Захист роботи	грудень 2022	

Студент


(підпис)

Карпенко Є.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Хітрова Т.В.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНИЙ АСПЕКТ СПОРТУ ЯК СОЦІАКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА.....	13
1.1 Спорт як суспільне явище та його значення в житті людини.....	13
1.2 Історіографія спортивного дискурсу	21
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНИХ.....	32
2.1 Жанрова специфіка спортивної інтернет-журналістики	32
2.2 Основні тематичні напрями сучасного спортивного дискурсу	41
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ ПРОВІДНИХ СПОРТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ	64
3.1. Спортивний репортаж в українських інтернет-ресурсах	64
3.2 Спортивний коментар на прикладі українських спортивних інтернет-ресурсів	73
3.3. Рекомендації щодо висвітлення спортивних новин.....	82
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92
ДОДАТОК А.....	105
ДОДАТОК Б	106
ДОДАТОК В.....	107
ДОДАТОК Г	108

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Спортивний дискурс у сучасних українських інтернет-виданнях» становить 108 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 121 джерело.

Предмет дослідження – жанрово-тематичні превалювання спортивного дискурсу сучасних українських інтернет-ресурсів.

Об'єкт дослідження – провідні спортивні інтернет-ресурси: «Суспільне. Спорт», «Канал 24. Спорт», «Sport.ua», «Football.ua» тощо.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей сучасного спортивного дискурсу, його жанрових та тематичних репрезентацій в провідних українських інтернет-ресурсах.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання**:

- розкрити зміст поняття спорт, як суспільне явище та визначення його ролі у житті людини;
- розглянути історіографію спортивного дискурсу;
- визначити жанрову специфіку спортивної журналістики в інтернет-ЗМІ;
- визначити основні проблемно-тематичні напрями спортивної журналістики в інтернет-ЗМІ;
- проаналізувати спортивний репортаж та коментар на прикладі публікацій українських спортивних інтернет-ресурсів;
- розробити рекомендації щодо висвітлення спортивних повідомлень у медіа.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як Л. Вернер, Б. Хатчінс, Д. Роу – вивчали поняття «медіаспорту»; Е. Біллінгс, М. Баттерворт, П. Турман. С, Могран – розглядали особливості спортивної медіакомунікації та роль медіа в індустріалізації спорту; К. Алексєєв, С. Ільченко та Є. Войтик – висвітлювали функції спортивної

журналістики; В. Куріцин, С. Михайлов – досліджували мову сучасних спортивних журналістів; А. Гусєв і А. Карнаух – описали специфіку спортивної журналістики та її місію в сучасному суспільстві.

Методи дослідження: метод аналізу і синтезу, історичний, описовий, метод спостереження і узагальнення. Для проведення емпіричного дослідження використовувався метод моніторингу.

Наукова новизна дослідження визначається у тому, що було зроблено спробу комплексного дослідження жанрово-тематичної структури провідних українських спортивних інтернет-ресурсів «Sport.ua», «Football.ua», «UA-Футбол», «Суспільне. Спорт», «24 Канал. Спорт» тощо, що реалізується через систему їхніх публікацій. Визначено критерії для аналізу спортивного репортажу та спортивного коментаря. Проаналізовано особливості подачі спортивних матеріалів, засоби мовлення, систему комунікації, що використовуються журналістами та відрізняють спортивний дискурс від економічного, юридичного, політичного та інших. Проаналізовано структуру спортивних-інтернет медіа, їх рубрикацію. Розроблено низку рекомендацій, які можуть бути використані спортивними журналістами при написанні повідомлень.

Сфера застосування: матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з дисциплін навчального плану спеціальності «Журналістика», а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів і журналістських матеріалів.

ДИСКУРС, ЖАНР, ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ, ЗАМІТКА, ІНТЕРВ'Ю, ІНТЕРНЕТ-РЕСУРС, КОМЕНТАР, МАСМЕДІА, МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ, ПУБЛІКАЦІЯ, РЕПОРТАЖ, СПОРТ.

ВСТУП

На сьогодні спорт відіграє важливу роль у суспільному житті людини. Його не можливо сприймати лише як змагальну активність, що включає в себе дух суперництва, бо це був би дуже спрощений підхід. Навпаки, спорт можна назвати багатоаспектним соціальним інститутом, що проявляється майже в усіх сферах життя людини у тому числі психологічній, культурній, фізичній тощо.

Значущість спорту як суспільного явища, інтерес до нього, що викликаний видовищністю, масовістю, непередбачуваністю результатів та його динамікою роблять спорт привабливим для висвітлення засобами масової інформації, особливо якщо це стосується відомих спортивних подій на зразок олімпіад, кубків світу, чемпіонатів світу.

Магістерська робота присвячена виявленню особливостей сучасного спортивного дискурсу в українському інтернет-сегменті. В загальному розумінні дискурс – це мова, занурена у життя. А мова спортивних журналістів репрезентує окремий аспект мови спорту, адже вона має свої особливості.

Спортивний інтернет-дискурс – це мовлення (усне або писемне), що визначає зміст, спортивної діяльності, та сукупність матеріалів в яких відтворений цей зміст, тобто сукупність мовних творів, що були зафіксовані письмово або на пам'ять. Специфіка інтернет-дискурсу проявляється в усіх сферах: лексичних, граматичних, фразеологічних тощо. Спортивний дискурс нерозривно перетинається із іншими дискурсами, як от науковим, педагогічним, діловим, юридичним, політичним, військовим, театральном-сценічним інституційним дискурсами [37].

Спортивний дискурс за думкою О. Шустера може виконувати інформаційну, організаційну, управлінську функції залежно від стану суспільства [102, 24].

Західні дослідники називають спортивні комунікації терміном «медіаспорт», визначають їх «культурним феноменом» та порівнюють із великими географічними відкриттями [119]. Особливість медіаспорту полягає на думку дослідника Л. Вернера в тому, що він взаємодіє із усіма сферами життя людини. Вплив «медіаспорту» на соціальний аспект життя людини добре видно, коли вона переглядає певне спортивне змагання, а потім зближується з такими ж як вона прихильниками того чи іншого виду спорту, святкуючи перемогу [72].

Вплив діджиталізації на спортивні медіа та наслідки цього процесу характеризуються у праці Д. Роу «Глобальний медіа-спорт: потоки, форми та ф'ючерси» [116]. Автор аналізує вплив технологічного процесу на традиційні спортивні медіа, їх адаптацію до змін та появу гібридних медіа.

Для медійного спортивного дискурсу характерні майже ті самі особливості, що й для медіакомунікацій в цілому. Як вже було зазначено дослідниками вище спортивна журналістика легко і швидко пристосовується до змін, які диктує діджиталізація. Через це в спортивних медіакомунікаціях добре помітне зміщення споживача та виробника контенту, зворотній зв'язок та різномірність аудиторії [111].

Цікава також теорія, на якій акцентує свою увагу в статті Шервуд та ін. [117]: завдяки кросмедійним платформам до виробництва контенту можуть бути долучені не лише професійні журналісти, а й звичайні користувачі (вболівальники) і самі спортивні організації. Наразі майже кожен спортивний клуб або федерація мають свої сторінки у соціальних мережах.

Існує велике розмаїття жанрів спортивного дискурсу, але частіше за все зустрічається інформаційні та аналітичні. Серед публікацій превалюють інтерв'ю, спортивний репортаж та спортивний коментар.

Спортивні новини та відносини між ЗМІ та спортом були предметом великого інтересу багатьох науковців у сфері соціальних комунікацій. Різні аспекти цієї теми висвітлені як в українських, так і в зарубіжних дослідженнях соціальної комунікації. Поняття «медіаспорту» вивчали Л.

Вернер, Б. Хатчінс, Д. Роу. Особливості спортивної медіакомунікації та роль медіа в індустріалізації спорту розглядали Е. Біллінгс, М. Баттерворт, П. Турман. С, Могран. Функції спортивної журналістики висвітлювали К. Алексєєв, С. Ільченко та Є. Войтик. Мова сучасних спортивних журналістів подана в працях В. Куріцина, С. Михайлова та К. Алексєєва. Специфіка спортивної журналістики та її місія в сучасному суспільстві були описані у працях А. Гусєва і А. Карнауха.

Аналіз робіт засвідчує, що розвиток пов'язаних зі спортом медіапроцесів, значення спорту у просторі медіакомунікації, ступінь впливу спортивних медіакомунікацій на аудиторію дозволяють визначати спорт як самодостатній медіафеномен. Спорт став явищем планетарного масштабу – підсумками змагань цікавляться мільйони людей у всьому світі, сама спортивна тематика тісно переплітається з політикою. Спорт виступає важливим інструментом консолідації суспільства, впливає на спосіб життя людей, підтримує загальнолюдські та культурні цінності.

Актуальність магістерського дослідження пов'язана із постійно зростаючою кількістю спортивних україномовних інтернет-ресурсів та малою кількістю досліджень пов'язаних із аналізом сучасного спортивного контенту, що формує самостійний спеціалізований дискурс.

Предмет дослідження – жанрово-тематичні превалювання спортивного дискурсу сучасних українських інтернет-ресурсів.

Об'єкт дослідження – провідні спортивні інтернет-ресурси: «Суспільне. Спорт», «Канал 24. Спорт», «Sport.ua», «Football.ua» тощо.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей сучасного спортивного дискурсу, його жанрових та тематичних репрезентацій в провідних українських інтернет-ресурсах.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання**:

- розкрити зміст поняття спорт, як суспільне явище та визначення його ролі у житті людини;
- розглянути історіографію спортивного дискурсу;

- визначити жанрову специфіку спортивної журналістики в інтернет-ЗМІ;
- визначити основні проблемно-тематичні напрями спортивної журналістики в інтернет-ЗМІ;
- проаналізувати спортивний репортаж та коментар на прикладі українських спортивних інтернет-ресурсів;
- розробити рекомендації щодо висвітлення спортивних повідомлень у медіа.

Методологічна й теоретична основа роботи. Детально розглянули спорт як медіакомунікаційний феномен та особливості медіаспорту такі дослідники як: Л. Вернер [119], Б. Хатчінс [112], Д. Роу [116] і Е. Біллінгс [110], Дж. Магуайр [113] та ін.

Особливості спортивної медіакомунікації та роль спортивних медіа порушували у своїх працях зарубіжні вчені Е. Біллінгс [110], М. Баттерворт та П. Турман, С. Морган [114] та Л. Ян [121].

Особливості мови спортивних журналістів були досліджені в працях В. Куріцина [50], С. Михайлова [58]. Розвитку спортивної журналістики були присвячені роботи Є. Войтик [18], В. Куріцина [50].

Методи дослідження: Метод аналізу та синтезу дозволив розглянути та узагальнити наукові концепції вчених, що розглядали у своїй праці питання спортивного дискурсу. При написанні роботи використовувався також історичний метод – для вивчення формування і розвитку медіаспорту та медіакомунікацій у спорті. Описовий метод використовувався для характеристики публіцистичних матеріалів, наявних в українському інтернет-сегменті. Для проведення емпіричного дослідження використовувався метод моніторингу. Також для вирішення поставлених завдань було використано методи спостереження і узагальнення.

Наукова новизна дослідження визначається у тому, що було зроблено спробу комплексного дослідження жанрово-тематичної структури провідних українських спортивних інтернет-ресурсів «Sport.ua», «Football.ua», «UA-

Футбол», «Суспільне. Спорт», «24 Канал. Спорт» тощо, що реалізується через систему їхніх публікацій. Визначено критерії для аналізу спортивного репортажу та спортивного коментаря. Проаналізовано особливості подачі спортивних матеріалів, засоби мовлення, систему комунікації, що використовуються журналістами та відрізняють спортивний дискурс від економічного, юридичного, політичного та інших. Проаналізовано структуру спортивних-інтернет медіа, їх рубрикацію. Розроблено низку рекомендацій, які можуть бути використані спортивними журналістами при написанні повідомлень.

Матеріали і висновки роботи мають **теоретичне і практичне значення**: матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з дисциплін навчального плану спеціальності «Журналістика», а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів і журналістських матеріалів.

За темою дослідження було опубліковано: Карпенко Є.І. Висвітлення паралімпіади в Пекині в українських інтернет-виданнях [Текст]. *Тиждень науки-2022*. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 18–22 квітня 2022 р. [Електронний ресурс] / Редкол. : В.В. Наумик (відпов. ред.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 1750-1752. Карпенко Є.І. Спорт і спортивна журналістика в умовах війни. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі*. Тези доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі». Запоріжжя, 2-3 листопада 2022 р. / Редкол. : Н.В. Островська (відпов. ред.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі обґрунтовано ступінь вивчення заявленої теми, окреслюється мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі визначається теоретичний аспект спорту як соціального явища. У першому підрозділі цього розділу окреслюється спорт та його значення у житті людини, у другому – вивчається історіографія спортивного дискурсу, поняття «медіаспорт».

Другий розділ складається з двох підрозділів. У першому з них жанрова специфіка українського спортивного інтернет-сегменту, у другому – досліджуються основні тематичні напрямлення спортивних матеріалів та їх проблематика.

Третій розділ присвячено аналізу провідних жанрів українських спортивних інтернет-ресурсів. У першому підрозділі цього розділу структура популярних спортивних медіа в Україні та визначаються особливості репортажу, у другому підрозділі третього розділу окреслюються особливості спортивного коментаря на провідних українських інтернет-платформах. У третьому підрозділі розроблено рекомендації щодо написання спортивних журналістських матеріалів.

У висновках підводяться підсумки дослідження. Обсяг роботи складає 108 сторінок. Список використаної літератури включає 121 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНИЙ АСПЕКТ СПОРТУ ЯК СОЦІАКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА

1.1 Спорт як суспільне явище та його значення в житті людини

На заняттях фізкультурою люди не лише вдосконалюють свої фізичні вміння та навички, а й виховують волю та моральні якості. Виникаючи під час змагань та тренувань ситуації загартовують характер учасників, вчать їх правильному ставленню до оточуючих [34].

Спорт грає величезну роль в житті кожної людини, бо вона розуміє, що здоровий та енергійний спосіб життя, а також заняття фізичною культурою – це корисне проведення часу. Спорт проникає у всі щаблі сучасного соціуму, виявляє широку дію на найважливіші сфери життєдіяльності суспільства: впливає на національні відносини, діяльне життя, суспільний стан, формує моду, етичні цінності, спосіб життя людей, розвиваються не тільки фізичні, але індивідуальні навички, що сприяє подальшому зростанню гармонійної особистості [9, 160-161].

Нині без руху практично неможливо жити. Сьогодні енергійне проведення часу входить у розпорядок дня кожної людини. Фізичною культурою займаються всі: дорослі та діти, підлітки, чоловіки та жінки, люди похилого віку, незалежно від їх віку, соціального становища. Навіть ті, хто керує країною та не мають вільного часу, важливе місце відводять тренуванням. Спорт – це також добрий метод для боротьби з депресією. Втім, потрібно докладати величезних зусиль, старань і віддачі. Можливо, через це люди часто вишукують усілякі причини, завдяки яким можна сидіти перед телевізором і їсти шкідливу їжу замість того, аби зміцнити своє здоров'я [44, 269-272]. На доказ цієї тези можна навести приклад слова відомого спортсмена А. Волкова: «...спорт сьогодні – це головний

соціальний фактор, здатний протистояти нашестю дешевої культури і поганим звичкам. Це найкраще «брязкальце», яке зможе відвернути людей від нинішніх соціальних проблем. Це, мабуть, єдиний «клей», який здатний склеїти всю націю до купи, що не вдається ні релігії, ні тим більше політикам. Коли грає «Динамо» (Київ), на стадіоні та біля телевізора в єдиному пориві об'єднуються всі» [24, 567].

Спорт характеризується великою силою, що соціалізує. Політики давно брали до уваги спорт як загальнонаціональну пристрасть, здатну об'єднати суспільство єдиною національною ідеєю, заповнити своєрідною ідеологією, прагненням людей до досконалості, успіху, перемоги.

Соціологічні опитування населення, інтерв'ювання, особливо молодих, що захоплюється спортом, демонструють, що спорт виробляє вихідне уявлення про життя та світ, привалює потужним мотивуючим аспектом. Власне у спорті особливо яскраво виражаються такі важливі для нинішнього суспільства цінності, як рівність шансів на удачу, досягнення успіху. Потяг бути першим, перебороти страхи та зміцнити здоров'я, досягти деяких цілей, пов'язаних із духовними цінностями. Перемогти суперника, випередити його у здобутках.

Люди, які пройшли через велику кількість тренувань, витративши на спорт свій вільний час та зусилля, знають що, вони пройшли це все не даремно, фізична культура допомогла їм виробити віру у свої можливості, виховати силу волі, а також навчилися ними користуватися та спрямовувати у необхідний напрямок [67, 91-94]. Зокрема, саме спорт вчить жертвувати певними важливими речами задля досягнення мети. Набуті навички, вивчені молодими спортсменами на баскетбольному майданчику, спортивному полі, потім, як правило, стають у пригоді і в житті. «Спорт зробив з нас людину, здатну бути особистістю», – аргументували багато спортсменів. Це означає, що досягнення успіху насамперед залежить від особистих, індивідуальних рис кожної людини: працьовитості, терпіння, ініціативи, вольових навичок, витривалості, честолюбства.

Основні стимулюючі переваги розпочати заняття фізичною культурою: заспокоює нерви; сприяє спалюванню жиру; стимулює та формує пам'ять; підвищує бадьорість; прискорює в організмі обмін речовин; сприяє тілу завжди бути у формі, стабілізує роботу серцево-судинної системи.

Не всі розуміють, що заняття фізичними тренінгами тісно пов'язані з дієздатністю людини, з умінням сконцентруватися та зі швидкістю здійснення робіт. Оскільки людина, яка займається кілька разів на тиждень своїм тілом, витриваліша й активніша за млявого ледаря і звичайні завдання будуть вирішуватися набагато краще і швидше. Відповідно збільшиться увага до здоров'я до студентів, тому що, маючи молодих професіоналів, які попрощалися зі своїм здоров'ям ще в процесі навчання, ми, виходить, триматимемо лише слабких працівників, які не зможуть, повноцінно виконувати свої обов'язки, через своє погане фізичне здоров'я, а разом з тим самим і психічного, оскільки ці дві речі безпосередньо взаємопов'язані й важливий кожен із компонентів [69, 36-40].

Спорт демонструє можливості не лише для спортивної та фізичної модернізації, а й для трудового, морального, інтелектуального естетичного виховання. А також спорт одночасно є і походженням позитивних емоцій, він згладжує психічне становище, дозволяє знімати розумову втому. Він є також, засобом оздоровлення, захисту від невдалих наслідків наукового та технічного вдосконалення з характерним для нього гострим зменшенням рухової активності у побуті та трудовій діяльності [70, 61-64].

Спорт – це одна із форм організації здорового способу життя, відпочинку та розваг. Особливо яскраво це виражено у масовому спорті, де не ставиться якась мета у досягненні високих спортивних нагород. Функція соціальної інтеграції та соціалізації особистості у спорті є одним із найсильніших факторів залучення людей у суспільне життя. На цій підставі його важлива роль у процесі соціалізації особистості.

Спорт як широкий соціальний напрям, отримав велике значення як із чинників соціальної інтеграції, кажучи інакше, зближення покупців,

об'єднання в клуби, групи, команди, виходячи з спільних цілей, захоплень і діяльність із їх задоволенню [81, 78-79]. У всесвітньому спілкуванні, спорт давно вже зайняв одне з провідних місць. Нікого не дивує, що міжнародні фізкультурні відносини зросли нині до широкомасштабних розмірів, враховуючи, що такі форми фізкультурного руху, як «Олімпійський», стали безмежними міжнаціональними рухами нашої епохи. Для керівництва спортом та вдосконалення організацій велике значення має вивчення модальності різних соціальних категорій населення до спорту та фізичної культури.

Водночас спорт і фізкультура впливають на економічну сферу життя суспільства та держави – на структуру споживання та попиту, на якість суспільного капіталу, на вчинки споживачів, на зовнішньоекономічні зв'язки, а також туризм та інші показники економічної системи. Економічна роль спорту та фізкультури особливо рельєфно виражається за кількома головними напрямками:

- спорт виступає значним чинником збільшення тривалості життя населення, а як і добре впливає збільшення працездатного віку людей;
- фізична активність та оздоровчо-масовий спорт сприяють мінімізації економічних втрат відповідно у всіх сферах життєдіяльності суспільства, виступають альтернативою шкідливим звичкам (які, надають потужний деструктивний вплив на економічну систему);
- рухова активність є нині найважливішою сферою великої підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність забезпечує, з одного боку, зайнятість багатьох людей у напрямках спортивної індустрії та туристичного комплексу; а якщо глянути з іншого боку, деякі галузі підприємництва поповнюють місцеві та федеральні бюджети шляхом податкових надходжень, це сприяє розв'язання соціальних проблем населення;

– фізкультура і спорт одна із найважливіших компонентів підготовки якісних трудових ресурсів, отже, і чинником забезпечення економічного росту [85, 191-196].

Сучасні ставлення до фізичної культури пов'язані з її оцінкою як специфічної частини загальної культури. Як і сама культура в цілому, фізична культура містить широке коло різних явищ і процесів:

- тіло людини з певним набором характеристики;
- фізичний стан людини;
- фізичний розвиток тіла.

Все вище перелічене входить до світу культури як елементів ширшої системи, що охоплює як соціально-сформовані фізичні якості людини, але, і навіть – елементи соціальної діяльності особистості.

Тобто, фізична культура постає як складне суспільне явище, яке не обмежується вирішенням завдань у плані фізичного розвитку, а навпаки, займається виконанням та інших соціально-значущих функцій суспільства, наприклад, у галузі моралі, етики та виховання. Оскільки суспільство двадцять першого століття дуже зацікавлене у здоров'ї молодого покоління.

Якщо говорити про фізичну культуру в цілому, то це частина від загальної культури суспільства, одна із сфер соціальної діяльності, яка спрямована на зміцнення здоров'я людей, на розвиток їх фізичних здібностей, у плані зміцнення м'язів тіла, кісток і всього тіла в цілому, а також використання фізичної культури відповідно до потреб суспільної практики [51].

На малюнку 1.1. показано основні показники стану фізичної культури у суспільстві. Тобто завдяки всім цим показникам людина може не тільки зміцнити своє здоров'я, але ще й тим самим підвищити рівень розвитку масового спорту.

Також, якщо говорити про основні елементи фізичної культури, то вони зображені на рисунку 1.2.



Рис. 1.1. Показники стану фізичної культури у суспільстві (за А. Кулак [49, 95])

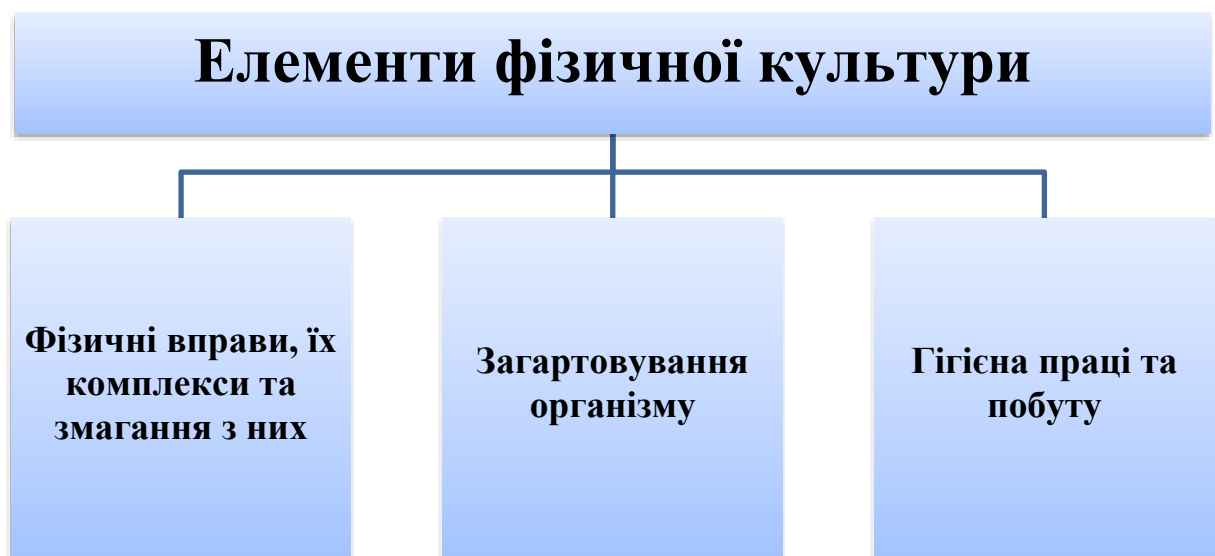


Рис. 1.2. Основні елементи фізичної культури (за А. Кулак [49, 94])

Всі ці елементи також сприяють підвищенню рівня здоров'я суспільства в цілому, тому що тільки здорова людина зможе добре вчитися, виконувати якісно свою роботу і гармонійно поєднувати у собі духовне багатство, моральну чистоту і фізичну досконалість. Тому в суспільстві

фізична культура, будучи надбанням народу, є важливим засобом «виховання нової людини», яка саме включатиме всі ці елементи. Тобто, спорт допомагає підвищувати соціальну та трудову активність людей, економічній ефективності виробництва, а фізкультурний рух спирається на багатосторонню діяльність державних та громадських організацій у галузі фізичної культури та спорту, тим самим поширюючи її в широких шарах [11].

Сфера фізичної культури виконує у суспільстві безліч функцій та охоплює всі вікові групи населення. Поліфункціональний характер сфери проявляється в тому, що фізична культура – це розвиток фізичних, естетичних та моральних якостей людської особистості, організація суспільно-корисної діяльності, дозвілля населення, профілактика захворювань, виховання нового покоління, фізична і психоемоційна рекреація та реабілітація, видовище, комунікація тощо.

Тобто, іншими словами, таке поняття, як «фізична культура», займає досить важливе місце в житті суспільства. Оскільки тільки завдяки їй, людина може гармонійно жити і розвиватися, бо вона тримає людей у тонусі, сприяючи при цьому, поліпшенню багатьох сфер життєдіяльності [42, 28].

Основу та зміст культурно-психологічного процесу розвитку «культури» становить насамперед розвиток фізичних та інтелектуальних здібностей людини, її моральних та естетичних якостей. Виходячи з цього, фізична культура є однією з складових частин загальної культури [28].

Щоб у суспільстві більше з'являлося таких людей, треба стимулювати їх до цього. Тим самим, приділяючи увагу переважно фізичній культурі, а також організовуючи різноманітні заходи щодо реалізації її у широких колах. Наприклад, якщо говорити про трудову сферу, то працівникам давати певну кількість часу на тренування, яке можна буде провести, не йдучи з робочого місця і не змінюючи одягу, а жінки можуть робити цю гімнастику навіть у туфлях на підборах. Офісна зарядка складається з елементів йоги, стретчингу та пілатесу, такі вправи допоможуть підтримувати хорошу поставу,

правильно дихати та сприятиме розтяжці м'язів. Якщо говорити про навчальні заклади, то серед уроків або під час змін, можна влаштовувати невеликі зарядки, тим самим учні стануть ще продуктивніше працювати, оскільки активний кровообіг в організмі сприяє тонізуванню клітин мозку [72].

Таким чином, зі спостережень можна виділити стійку тенденцію щодо підвищення значущості фізичної культури в суспільстві. Наведемо перелік основних тенденцій з розвитку фізичної культури:

- у підвищенні ролі держави в підтримці розвитку фізичної культури, суспільних форм організації та діяльності у цій сфері;
- у широкому використанні фізичної культури у профілактиці захворювань та зміцненні здоров'я населення;
- у продовженні активного творчого довголіття людей;
- в організації дозвільної діяльності та у профілактиці асоціальної поведінки молоді;
- використанні фізкультури як важливого компонента морального, естетичного та інтелектуального розвитку молоді;
- у залученні до заняття фізичною культурою працездатного населення;
- у використанні фізичної культури в соціальній та фізичній адаптації інвалідів, дітей-сиріт;
- у зростаючому обсязі спортивного телерадіомовлення та ролі телебачення у розвитку фізичної культури у формуванні здорового способу життя;
- у розвитку фізкультурно-оздоровчої та спортивної інфраструктури з урахуванням інтересів та потреб населення;
- у різноманітні форм, методів та засобів, що пропонуються на ринку фізкультурно-оздоровчих та спортивних послуг [45].

Тобто, фізична культура, виступає однією з важливих складових загальної культури суспільства, вона також є потужним та ефективним засобом фізичного виховання розвиненої особистості.

За допомогою фізичних вправ та спорту, фізична культура допомагає готувати людей до життя та праці, використовуючи природні сили природи та весь комплекс факторів (режим праці, побут, відпочинок, гігієна тощо), що визначають стан здоров'я людини та рівень її загальної та спеціальної фізичної підготовки [45].

Отже, спорт і фізична культура є універсальне соціальне явище. Це з тим, що це сфера діяльності охоплює виховання людини. Під впливом суспільних відносин, що складаються для людей, здійснюється фізичний рух.

1.2 Історіографія спортивного дискурсу

На думку дослідників, спортивний дискурс є неізолюваним, він контактує з іншими його різновидами у загальному дискурсному просторі [83, 12-16]. А. Зільберт виділяє перетин спортивного дискурсу з науковим, педагогічним, діловим, юридичним, політичним, військовим, театральносценічним інституційними дискурсами. Так, на його думку, спортивний дискурс перетинається з науковим дискурсом у сфері наукової літератури з проблем спорту та фізичної культури: біомеханіка, фізіологія спорт, проблеми технічної та психологічної підготовки спортсменів, історія спортивно-фізкультурного руху та ін. Дослідник також бачить взаємозв'язок спортивного дискурсу з педагогічним у навчальних та навчально-методичних текстах для навчальних закладів спортивного профілю, спортивних педагогів та психологів, тобто. усіх, зайнятих у сфері спортивної освіти. Спортивний дискурс перетинається з офіційно-діловим та юридичним дискурсом у великій групі письмових спортивно-нормативних текстів: правила змагань (для кожного виду спорту свої), збірники нормативів (або нормативних актів) для присвоєння офіційних спортивних розрядів та звань (майстер спорту,

майстер спорту міжнародного) класу, заслужений майстер спорту), отримання відзнак («готовий до праці та оборони») тощо у системі «Єдиної спортивної класифікації».

Спортивний дискурс зближується з політичним та військовим. На думку А.Зільберта, з політичним дискурсом, спортивний дискурс зближує момент агональності (змагальності). Основу політичного дискурсу становить безперервний діалог – поєдинок між «партією влади» та опозицією, в якому противники час від часу нападають на одного, тримають оборону, відбивають удари і переходять у наступ. Метафори гри, спорту та бойових дій займають важливе місце у корпусі політичних метафор. Особливо змагальність політичного дискурсу очевидна під час передвиборчих кампаній та парламентських дебатів. Дослідник зазначає, що в нашій свідомості існує єдиний когнітивний простір, що поєднує багато рис спортивного, політичного та військового дискурсів. Загальне когнітивне поле цих трьох дискурсів включає такі елементи як наявність противника, боротьба суперників, етика поєдинку, правові норми (регламент і правила), стратегія та тактика боротьби, перемога, поразка, тріумф переможця, приз/ виграш/ бойові нагороди. Мова спортивних журналістів рясніє військовою лексикою, метафорами та фразеологією.

Проте А. Зільберт наголошує, що спортивний дискурс відмінний від політичного та військового функціональною стороною. З трьох дискурсів, що розглядаються, тільки спортивний має гедоністичні (рекреативні) функції та функції естетичного впливу. Автор каже, що останні особливо важливі для ТВ-дискурсу, де самі спосіб передачі спортивної інформації викликають почуття задоволення, а спеціальні прийоми монтажу, збільшення планів, уповільненого повтору найважливіших та цікавих моментів спортивного змагання (що неможливо при сприйнятті спортивного змагання на самому стадіоні, у реальному хронотопі) роблять спортивну комунікацію культурологічно та естетично вагомим фактом.

Спортивний дискурс пов'язується з побутовим, а саме з його різновидами: емоційним та інтелектуальним святковим спілкуванням, у процесі якого учасники комунікації обмінюються інформацією, коментують або оцінюють цю інформацію, удосконалюють своє вміння орієнтуватися у спортивному житті та передбачати хід спортивних подій.

А. Зільберт виділяє перетин спортивного дискурсу з театральносценічним. Він пояснює театральність спортивного дискурсу тим, що один із учасників спілкування – «клієнт», масова аудиторія (читачі, слухачі, глядачі) почувається не тільки в ролі адресата, а й у ролі спостерігача, який сприймає спортивні події як якусь виставу із захоплюючим сюжетом та непередбачуваним фіналом [37, 107-110].

До XIX століття спортивна активність була самостійною частиною життя. Розвиток різних видів змагань в епоху Відродження (Англії, Венеції, Голландії) стали провісниками спортивного «буму», що почався через кілька століть. До цього ж періоду відносяться перші згадки про спорт у письмових джерелах: декларація короля Шотландії та Англії Якова I «Книга про спорт» («Book of Sports», 1617) [17], книга філософа Дж. Локка «Думки про виховання» (1693), де створюється теорія фізичної культури джентльменів [26, 12], замітка газети «Протестантський Меркурій» від 1681 про боксерський поєдинок.

Принаймні наближення XIX століття паралельно відбувалися два процеси. З одного боку, спортивна діяльність продовжувала інституціоналізуватися: з'являлися організовані змагання, виникали нові види спорту, що, крім іншого, стимулювало інтерес до давньогрецьких змагань, до утвердження олімпійської ідеї [108, 26]. З іншого боку, подібний розвиток спорту, його різноманіття призвело до дедалі більшого проникнення спортивної тематики в єдиний на той момент канал масової комунікації – періодичний друк. У XIX столітті в Англії, Німеччині, Франції з'являються спеціальні газети та журнали, присвячені різним видам спорту та фізичної

культури загалом. Фактично, саме тоді відбувається активне становлення спортивної журналістики та поява спорту у медіа-комунікаційному полі.

У червні 1894 року французьким бароном П'єром де Кубертенем була висловлена ідея про відродження Олімпійських ігор. Тоді ж було ухвалено рішення про проведення перших Олімпійських ігор сучасності в Афінах у 1896 році, а також започатковано Міжнародний олімпійський комітет (МОК) для їх організації.

Феномен Олімпійських ігор був одним із значних стимулів розвитку спортивної журналістики. Сьогодні спортивна журналістика концентрується, головним чином, на професійному спорті та спорті найвищих досягнень, оскільки він цікавий найбільшій кількості людей, видовищ, пов'язаних з неймовірним розпалом уподобань та емоцій. Особливий статус для спортивної журналістики мають зимові та літні Олімпіади, Чемпіонати світу з популярних видів спорту, наприклад, футболу, легкої атлетики, велоспорту, фігурного катання, хокею з шайбою. Аудиторія звертається до матеріалів спортивної журналістики з низки причин:

1. Спорт непередбачуваний. Він завжди містить інтригу, несподіванку.
2. Спортивна боротьба – боротьба як із суперником, так і з природою (альпінізм, вітрильний спорт), з технікою (автоспорт, авіамодельний спорт).
3. Спортивні переживання часто ототожнюються з патріотичними. Причетність до подій на спортивній арені викликає бажання дізнатися не лише про те, хто переміг, а й як завойована перемога. Гордість за переможців-співвітчизників впливає на пробудження патріотичних почуттів аудиторії ЗМІ.
4. Спорт – естетичне видовище. Більшість видів спорту вимагають краси тіла, рухів та духу.
5. Спорт викликає прагнення наслідувати переможців, брати участь у змаганнях та тренуваннях, добиватися перемог. Таким чином, спортивні передачі відіграють соціальну роль, спонукаючи людей до занять фізичною культурою та спортом, позбавляючи шкідливих звичок.

6. Спортивні видовища – добрий спосіб зняття психологічного напруження, форма відпочинку. Водночас спортивні видовища здатні викликати агресивні інстинкти та згуртувати соціальні групи – і цим можна вміло маніпулювати.

7. Спорт тісно пов'язаний із бізнесом. Спорт вищих досягнень приваблює величезну кількість глядачів, тому вміла організація великих змагань виявляється рентабельною. Останнім часом основним джерелом прибутку від проведення змагань стала не оплата квитків відвідувачами, а прибутку від телевізійних компаній, що висвітлюють змагання, від рекламних агентств, які використовують великі видовищні заходи для просування товарів, послуг, іміджу фірм .

Виходячи з перерахованих вище мотивів можна зробити висновок про основні функції спортивної медіакомунікації, які вона виконує в суспільстві:

– Інформаційна функція – є базовою та найбільш загальною, оскільки характерна для журналістики загалом. Її суть полягає у донесенні подій світу спорту до споживачів спортивної інформації, що дозволяє у свою чергу підтримувати змагальну компоненту.

– Організаційна функція спортивної журналістики – пов'язана з тим, що завдяки журналістській діяльності організуються ті чи інші спортивні заходи. Журналісти можуть виступати організаторами заходів як безпосередньо, так і опосередковано – привертаючи увагу суспільства і держави до певних сфер спортивного та близько спортивного життя.

– Управлінська функція – пов'язана з двома вище названими і полягає, на думку О. Шустера, у неопосередкованому впливі на читача/глядача та в сталому впливі на соціальні інститути спорту [102, 24].

Отже, спортивна журналістика виконує безліч функцій, які можуть бути виражені більшою чи меншою мірою залежно від стану суспільства, суспільно-економічної моделі. Наприклад, для спортивної медіакомунікації часів Радянського Союзу були характерні пропагандистська та агітаційна функції, і значно меншою мірою – рекламна. Важливо відзначити, що

сьогодні спортивна медіакомунікація, особливо в Україні, дедалі більше відходить від верховенства ідеологічної функції, і, з переходом на систему ринкових відносин, головним її завданням стає отримання прибутку. Таким чином, спортивна медіакомунікація по суті стає економічною діяльністю, яка змушена жити за економічними законами, орієнтуватися на економічні показники.

На сьогоднішній день спортивна діяльність стала невід'ємною частиною суспільного життя, формуючи значну частку новинного та розважального контенту. Підсумками змагань цікавляться мільйони людей, супутня рекламна діяльність приносить неймовірні прибутки, а сама спортивна тематика тісно переплітається з політикою. Інтенсифікація інформаційних процесів, пов'язаних з індустрією спорту, та значення спорту у просторі медіа-комунікації дозволяють говорити про спорт як медіа-комунікаційний феномен.

Спорт у медійних дослідженнях. Теоретичні роботи в галузі спортивної журналістики акцентують увагу на розвитку спортивної журналістики у ХІХ-ХХ ст. і, насамперед, на спортивний рух. Функції спортивної журналістики відображені у книзі К. Алексеєва та С. Ільченка «Спортивна журналістика» та у статті П. Воронкова «Спортивна преса як тип» [20], особливості спортивного медіатексту та поняття спортивної комунікації розглядаються в докторській дисертації Є. Войтик «Спортивний медіатекст: закономірності становлення та парадигма розвитку» [50], мова сучасних спортивних журналістів аналізується у праці В. Куріцина «Надкоротка історія спортивної журналістики» [50], загальній характеристиці спортивної журналістики як головного популяризатора спорту присвячено посібник С. Михайлова «Спортивна журналістика» [58]. Історична ретроспектива розвитку спортивної журналістики представлена в дисертації К. Алексеєва, але в ній немає розділу, присвяченого конкретно роботі журналістів з інформацією про Олімпійські ігри, які виступають драйвером розвитку спортивних комунікацій.

У західній медіалогії спорт як медіакомунікаційний феномен позначається терміном «медіаспорт», однак це поняття не отримало осмислення у вітчизняній науці і не введено до наукового обігу. Позначена категорія вперше з'являється і чітко артикулюється в монографії «Медіаспорт» за редакцією Л. Веннера, опублікованої в 1998 [119]. Автори визначають «медіаспорт» як «новий генетичний штам, що є культурним сплавом спорту з комунікацією» [119, 14], «культурний феномен» [119, 11], унікальність якого в тому, що він взаємодіє з широкою громадською сферою. Відкриття медіаспорту порівнюється з відкриттям Америки [119, 4] – так оцінюють автори вплив спортивних медіакомунікацій на соціальне та культурне життя суспільства. У просторі «медіаспорту» взаємодіють різні установи, тексти та аудиторія.

Тексти в «медіаспорті» розглядаються у зв'язку з ширшими культурними дискурсами, що включають цінності, національну ідентичність, поняття «знаменитості» спортсменів, расу та етнічну приналежність, гендерні аспекти, спортивну етику. Глобалізація, нові технології та вдосконалення медіа-мунікаційних каналів змінюють формат спортивних медіатекстів, а також стимулюють інтерес до мега-подій (Олімпіада, чемпіонати), зміцнюють позитивний імідж спорту серед масової аудиторії, надихають на заняття спортом та впливають на глядацькі настрої. Інтенсивність участі у «медіаспорті» характеризується тим, що люди сьогодні повністю поглинені опосередкованими за допомогою медіаканалів спортивними подіями: стежать за розкладом матчів та вибудовують навколо них свій персональний графік, вступають у фентезі-ліги, шукають пов'язані зі спортом новини, роблять ставки, вибирають спортивний стиль одягу, всіма способами показуючи роль спорту у житті [119, 14].

Вплив спортивних медіакомунікацій на аудиторію проявляється і в ситуаціях, коли глядачі, які дивляться футбол удома чи у спорт-барах, після матчу масово виходять на вулиці святкувати перемогу [72].

Подальший розвиток поняття «медіаспорту» отримало у роботі «Цифровий медіаспорт: технології, влада та культура в мережевому суспільстві» Б. Хатчінса та Д. Роу [112], в якій перетинаються проблеми ринку, технологій та культурних традицій. Все це разом формує сучасний глобальний медіа-ландшафт. Вплив глобалізації на спортивні ЗМІ та економічні наслідки цього аналізується у праці Д. Роу «Глобальний медіаспорт: потоки, форми та ф'ючерси» [116]. Автор досліджує спортивне телебачення, нові спортивні медіа, гібридні спортивні форми. Різні способи впливу медіа на розуміння важливих спортивних подій у світі, які називаються спортивними мега-подіями, розкриваються в монографії «Спорт, медіа та мега-події» Л. Веннера та Е. Біллінгса [120]. Особливості спортивної медіакомунікації та роль медіа в індустріалізації спорту відображені також у роботах «Комунікація та спорт: дослідження поля» Е. Біллінгса, М. Баттерворта та П. Турмана [110], «Роль ЗМІ у спорті» С. Морган [114], у дисертації «Поєднання спорту та медіа та розвиток спортивних ЗМІ» Л. Ян [121].

Спортивні медіакомунікації: ідентифікація понять. Провідну роль популяризації спорту та її перетворенні на елемент масової культури зіграв розвиток форм комунікації, що відбулося ХІХ-ХХ ст. Розглянемо категорії медіакомунікації, спорту та визначимо місце спорту у просторі медіакомунікації. Поняття медіакомунікації з'явилося в науковому дискурсі в другій половині ХХ століття і знаходиться в тісному взаємозв'язку з еволюцією технологій передачі інформації з одного боку, а з іншого – зі змінами суспільного життя, що супроводжують технологічну революцію. Термін «медіакомунікація» має у своїй основі англomовне поняття медіа, які в широкому сенсі можна трактувати як «засоби зв'язку та передачі різних типів – від найдавніших до найсучасніших, що утворюють глобальні інформаційні супермагістралі» [14, 6]. «Медіа» є ключовим, сенсотворчим поняттям для інших термінів в англomовній дослідницькій традиції, наприклад, мас-медіа та медіасистеми.

«Масмедіа» – поняття, яке також прийшло з англomовного мовного середовища і міцно вкоренилося в академічній та повсякденній лексиці. У вітчизняній традиції термін «масмедіа» фактично є синонімом засобів масової інформації. Таке прирівнювання термінів є цілком правомірним, оскільки, за словами Є. Вартанової, «вони обидва містять три взаємопов'язані поняття: інформацію як особливий вид інформаційних продуктів, що повідомляють масовій аудиторії про соціально вагомні події і поширюються по широко доступних каналах засобів зв'язку» [14, 7]. Обов'язковими атрибутами мас-медіа, або ЗМІ, є сама інформація, аудиторія та канали.

Комунікація, як і інформація є похідним продуктом масмедіа. Термін «засоби масової комунікації» сьогодні найчастіше використовуються поряд із терміном «засоби масової інформації» – залежно від того, на чому саме дослідник хоче наголосити. Говорячи про комунікації, основний акцент робиться на каналах поширення інформації, а не на змісті повідомлення, що розповсюджується. ЗМІ на сьогодні формують інформаційні потоки по цілій низці каналів: преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет. При цьому якщо для одних каналів, наприклад, преси, інформаційний потік є скоріше односторонньою комунікацією (читачів інформують про події), то в Інтернеті комунікація найчастіше двостороння – читачі/глядачі/слухачі мають можливість давати зворотний зв'язок щодо отриманої інформації, а іноді й самим генерувати контент новин. Таким чином, говорячи про медіа-комунікацію, можна також припустити, що ключовий акцент робиться на каналах, які використовуються ЗМІ для передачі інформації.

Для розуміння спортивної медіа-комунікації важливим є поняття медіасистеми. Воно впливає з осмислення того факту, що сукупність ЗМІ будь-якого рівня – міста, регіону, країни є складною системою різних каналів комунікації, підприємств, аудиторій. Якщо у розмові про «масмедіа» акцент часто робиться на канали комунікації, то «медіасистема» описує ті елементи, які цю комунікацію виробляють. Поняття медіасистеми має значення тому, що спортивна медіакомунікація є частиною такої системи. Спортивна

медіасистема включає безліч індивідів та організацій, охоплюючи значну частину суспільства. Спортивну медіасистему можна розглядати на різних рівнях: регіональному (місто, область, регіон тощо), національному (країна), глобальному. Глобальна медіасистема цікава тим, що на такому високому рівні медіа виступають не просто «передавачами» інформації, які можуть її спотворювати або бути вибірковими, вони самі можуть диктувати виробникам інформації, яке рішення приймати. Так, Дж Магуайр [113] свідчить, що глобальні медіакорпорації (американські ABC, NBC) здатні приймати рішень у міжнародних спортивних організаціях, наприклад, Міжнародному Олімпійському комітеті. Глобальні медіакорпорації тут порівнюються з ТНК, а проблеми спорту на такому високому рівні тісно переплітаються з глобальними політичними проблемами.

Сукупність спортивних ЗМІ є підсистемою глобальної медіасистеми та виробляє спортивну медіакommунікацію. Єдиного усталеного визначення спортивної медіакommунікації на сьогоднішній день не існує. Одним із вдалих можна вважати дефініцію, сформульовану С. Войтік: спортивна комунікація – це «взаємодія міжсоціальними суб'єктами (особистістю, групами, організаціями), заснована на створенні, поширенні та споживанні спортивної масової інформації, що передбачає участь широкого кола професійних спортсменів, представників аматорського спорту, спортивної громадськості, керівників, спортивних організацій, журналістів, фахівців зі зв'язків із громадськістю та ін.» [16, 169].

З одного боку, таке визначення постулює, що базовою одиницею спортивної комунікації є спортивна інформація. З іншого боку, воно описують і елементи медіасистеми, які виробляють цей вид інформації.

Для спортивної медіакommунікації в цілому характерні такі самі особливості, що й для медіакommунікації в цілому. Більше того, як зазначає у своїй редакторській статті Р. Бойл, спортивна журналістика, що досить сприйнятлива до змін, які відбуваються на межі століть, – діджиталізації, переходу в Інтернет – була на передньому краї цифрового переходу [111].

Саме тому в ній особливо помітні «змішення» споживача і виробника контенту, особлива роль інтернет-технологій, двосторонній характер комунікації, різноманітність аудиторії (яка поділяється, наприклад, на свої спортивні уподобання).

У зв'язку з цим цікава також наступна тенденція, на яку вказується в статті Шервуд та ін. [117]: за спостереженнями дослідників, завдяки соціальним платформам (Facebook, Twitter) свій спортивний контент можуть виробляти як кінцеві користувачі, наприклад, уболівальники), так і самі спортивні організації. Проведене дослідження показало, що співробітники спортивних клубів, поряд із взаємодією зі спортивними медіа, все більшу увагу приділяють власним платформам, розцінюючи їх як перспективні. Таким чином, постає питання про перегляд існуючих симбіотичних відносин ЗМІ та спортивних організацій, і, в якомусь сенсі, про зменшення значущості самих спортивних медіа.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ

2.1 Жанрова специфіка спортивної інтернет-журналістики

Питання жанрової структури залишається сьогодні одним із найбільш актуальних питань науково-практичних дискусій. Як саме визначається жанр? Які його властивості й функції?

Класична теорія жанрознавства не встигає за процесами модифікацій чи інновацій, які відбуваються в журналістиці із прогресуючим розвитком діджиталізації. Більшість сучасних новинних матеріалів не відповідає існуючим (теоретичним) стандартам формування того чи іншого жанру.

Жанр – вид твору, поєднаний за змістом і формою, з особливими властивостями. Існує кілька критеріїв для класифікації журналістських творів. В. Здоровега запропонував класифікацію в основі якого лежать об'єкт відображення, конкретний життєвий матеріал. Автор слушно зазначає, що про одну й ту саму подію можна розповідати різними шляхами, але є такі які слушно виглядають в конкретних жанрах.

Також ця класифікація ґрунтується на призначенні журналістського матеріалу, яке визначає або сам автор, або редакція. Якщо мається на меті просте інформування читача, то мова йдеться про замітку. Якщо йдеться про аналіз чи явища, це буде вже інший жанр – репортаж, або коментар тощо.

Складність поставленого перед журналістом завдання призводить до ускладнення методів і способів його виконання. Академік Д. С. Ліхачов зауважив, що жанри в журналістиці взаємозалежні. Вони змінюються і утворюють єдину систему, а система жанрів публіцистики розвивається в парі з суспільно-політичним життям суспільства.

Жанр має три основні типи подання інформації [101]:

- а) доповідні цитати;
- б) взаємна інтерпретація подій;
- в) виявлення художньо-публіцистичної сторони подій і даних.

Жанрова система має зв'язок між усіма своїми елементами. Хоча кожен жанр є незалежним, він є залежною частиною всієї системи. Є кілька питань, які впливають на форму створення журналістської інформації. Перше – це особистість журналіста, його професійна підготовка та досвід. По-друге, вимога часу.

Суспільно-політичне становище інтернет-ЗМІ залежить від системи, що складається з кількох факторів. В системі ЗМІ можна виділити: інформаційні жанри, аналітичні жанри, художньо-публіцистичні жанри.

В інформаційних жанрах зазвичай повідомляють про щось невідоме, нове. Вони ґрунтуються на новинах, думках, повідомленнях, даних соціально-культурного значення. Інформаційні жанри мають значний вплив на суспільну думку і впливають на формування суспільної свідомості. Вони у спортивній журналістиці зустрічаються частіше за все, бо на відміну від інших сфер суспільного життя, будь то театр, музика, живопис чи кіно, спорт вирізняється великою кількістю подій про які необхідно встигнути написати. Найбільш популярними інформаційними жанрами у спортивній журналістиці є замітка, репортаж, звіт, відеосюжет, відеореліз, інтерв'ю тощо.

Аналітичні жанри є не менш важливими ніж інформаційні і також мають вплив на формування суспільної свідомості. На перший план тут виходить не повідомлення про подію, а її оцінка. За допомогою аналітичних жанрів журналіст виражає відношення до подій, аналізує їх, а в результаті може зробити висновки, узагальнення або надати прогноз на майбутнє. До найпоширеніших аналітичних жанрів з точки зору спортивної масової комунікації відносять статтю, коментар і бесіду.

Головним завданням публіцистичних жанрів є показати факти, події, явища, видатних постатей у сфері спорту документально-художніми

засобами. Розглядаючи художньо-публіцистичні жанри з боку спортивної масової комунікації, можна виділити портретний нарис.

Можна згадати й інші підходи до поділу спортивних жанрів прийняті, наприклад, в західній спортивній журналістиці. Б. Розенталь виділяє три основні типи матеріалів з різних спортивних змагань: попередні (Advance stories), резюме (Game Summary) і постаналіз (Post-Game Analysis).

Точне розуміння жанрової природи ґрунтується на вмінні повністю усвідомити майстерність і виконати редакційне завдання. Сама теорія жанрів, що відрізняється багатогранністю і складністю, постійно розвивається, оновлюючи конкретний і змінюючи досвід. Поява, становлення і розвиток нових жанрів і зникнення старих жанрів є історичною тенденцією. Немає такого жанру, який би не зазнав змін.

З роками з'являються форми, які відсутні в газетах, радіо, телебаченні. Розповсюдження жанрів характерне переважно для журналістики, але яскраво виражено в напрямі Інтернет ЗМІ. У журналістиці Інтернет має не тільки новаторську силу, але й рухливі візуальні образи, супроводжувані звуковим, багатством мови. Зміни в жанрі сприяють широкому висвітленню драматичних протиріч і складних життєвих відносин сучасності. Розвиток мовлення відбувається шляхом оволодіння традиційними жанрами. У програмах стали звичнішими репортажі та інтерв'ю, не менш з'явилися екранні ігри, конкурси чи ток-шоу [64].

Одним з найпопулярніших жанрів є замітка, «у якій точно, стисло й оперативно повідомляються факти» [2, 40]. В цьому жанрі принциповими є оперативність, стислий вклад та актуальність інформації. Такі матеріали зустрічаються майже в усіх спортивних Інтернет виданнях, особливо, якщо новини стосуються висвітлення різного роду змагань. Замітка вирізняється невеликим (з точки зору усталених у журналістиці уявлень про обсяг публікацій) розміром.

Часто формат заміток використовується кросмедійними платформами: телеграм-каналами, інстаграм-сторінками, спортивними інтернет-медіа.

Наприклад, «Суспільне.Спорт» має власний телеграм-канал, в якому журналістами дублюються матеріали з офіційного сайту, але у форматі коротких заміток, в яких посилаються на розширену статтю. Це допомагає користувачам із браком часу швидко ознайомитись з актуальною інформацією у новинній стрічці і при бажанні відвідати сайт, щоб ознайомитись із статтею більш детально.

Ще одним розповсюдженим жанром спортивної журналістики є анонси, головна мета яких коротко повідомити про певну подію, її час, місце проведення, мету, учасників тощо.

Анонс важливий, тому що він:

- 1) допомагає оцінити зацікавленість подією;
- 2) підтримує існуючі відносини за допомогою цінної пропозиції;
- 3) надає цінну інформацію про інтереси цільового ринку.

Звіт є ще одним інформаційним жанром спортивної журналістики, що в останні роки використовується все частіше. Це зумовлено низкою факторів, і особливо тим, що сучасний читач постійно кудись поспішає, займається кількома справами одночасно і здебільшого не має часу на читання великих репортажів чи аналітичних статей. Відповідно на допомогу йому приходять звіти, в якому дізнатися про результати головних спортивних подій, не витрачаючи багато часу, просто гортаючи новинну стрічку.

«Основою будь-якого журналістського звіту є новина, факт, а не його інтерпретація» [13].

Іноді звіти можуть не мати заголовків, а матеріал починається з короткої інформації про те: що сталося, чому та в який спосіб – лід, або взагалі без нього якщо публікуються у певному тематичному розділі. Наприклад, звіт опублікований сайтом «24 Канал. Спорт» замість заголовка має наступний лід: «Ляхова з рекордом виграла першу золоту медаль після декрету та зворушливо присвятила її Україні», або «Україна увірвалась у топ-25 медального заліку Олімпіади після «срібла» Абраменка. Нарешті

українська скарбничка поповнилась першою нагородою Олімпіади-2022. Автором медалі став фристайліст Олександр Абраменко».

Одним з найчастіше використовуваних спортивними журналістами жанрів є репортаж, який є не просто інформаційним повідомленням, а й цілим сюжетом із ліричними відступами, та особистими враженнями і спогадами репортера, що дає читачеві змогу уявити себе на місці подій [84, 95]. Термін репортаж запозичений від латинського слова «reportare», тобто «доповідати, говорити». Спочатку цей жанр був характерний лише для преси, та згодом став притаманним і для радіо, і для телебачення, і для інтернет-видань. Репортажі повинні відповідати певним вимогам, бути оперативними, мати достатню кількість подробиць та яскраво описувати ту подію, свідком якої став журналіст. Предметом репортажу може стати будь яка подія: місцеві змагання, чемпіонати, Олімпіади тощо.

Ознаки, що вирізняють спортивний репортаж – це:

- 1) інформативність,
- 2) наочність,
- 3) оперативність.

Репортаж має великий вплив на глядачів або читачів, тому що вони самі стають активними учасниками події, беруть участь у діалозі із спортсменами та журналістами та висловлюють свою думку, критикують або оцінюють спортивну подію [46]. В репортажі на перший план виступає ставлення автора до події, явища, відбір даних. Він не виключає достовірності інформаційного жанру. Основним змістом є монолог людини, яка намагається донести до аудиторії конкретну інформацію та своє ставлення до неї.

Спортивним репортажам можуть бути властиві наступні характеристики:

- 1) патріотизм, що полягає у висловлюванні підтримки збірним, командам чи окремим спортсменам;

2) наслідування, що проявляється у ідентифікації читача із своїм кумиром серед спортсменів;

3) співчуття, що проявляється у переживанні за учасників змагань та переживанні за спортсменів у боротьбі, яку вони ведуть під час самого змагання.

При написанні журналістом репортажу враховується також актуальність та значущість події.

Останнім часом поширеним жанром стали прямі репортажі з місця події. Для журналіста, це найкращий спосіб реалізувати духовний і творчий потенціал. Успіх роботи в кадрі – наявність масового мислення, пояснення складних речей, легке, активне, образне мовлення глядача. Глядач оцінює не лише гру, а й те, як інформація подається журналістом.

Часто репортери стикаються з тим, що читачі потребують розважального контенту, що може бути зумовлено також і впливом масової культури. Сучасні репортажі наразі не лише описують подію, а й аналізують, дають коментар. Такі репортажі стоять на межі двох жанрів (інформаційних та аналітичних), відповідно стають умовно аналітичними. Загалом спортивний репортаж і спортивний коментар постійно супроводжують один одного. На думку автора, це виникає під впливом тенденції інтеграції жанрів, що має місце в сучасній журналістиці.

Зазвичай у репортажу журналісти описують гру, емоції вболівальників, власні емоції, атмосферу під час змагань, тощо. Наприклад, у репортажі «Сльози на очі накотились, мурашки на шкірі» присвяченому футбольній грі України з Шотландією написано: «Українська збірна змогла на характері переграти Боруссію Менхенгладбах на очах німецьких уболівальників (1:2). Здавалось, що на трибунах «Боруссія Парк» було більше українців, ніж німців. Дуже багато синьо-жовтих стягів майоріло на секторах місцевої арени» [82].

У стандартному репортажі можна прочитати про успіхи та невдачі, переможців та тих, хто зазнав поразку. Однак є такі репортажі, в яких акцент

робиться переважно на словах спортсменів, а не на їх діях під час змагання. Однією з вагомих частин репортажу є цитата. Репортери у своєму матеріалі часто наводять цитати гравців або тренерів. Наприклад, в згаданому вище репортажі наводилась цитата головного тренера української збірної з футболу Олександра Петракова: «Дуже добра атмосфера. Чесно скажу, у мене навіть сльози на очі накопили, мурашки пішли по шкірі. Дуже добре, що наша нація об'єдналася. Дякуємо українцям, що прийшли й підтримали, дякуємо німцям. Атмосфера була чудова, – сказав тренер» [82].

Важливим аспектом спортивного репортажу є оцінка самої події. Журналіст відповідає на запитання: Хто став переможцем? Як пройшло змагання? Які наслідки матиме перемога для команди чи окремого спортсмена?

Не рідко на спортивних сайтах можна знайти фото- та відео репортажі, як от: «Як дебютанти принесли Україні першу перемогу у 2022 році на футбольному полі»: відео; «У Торонто відбувся благодійний матч під гаслом «Україна і Польща разом»: яскраві фото; «Шевченко зустрівся з вихованцями київського Локомотиву: яскраві фото»; «Неймовірний камбек врятував Евертон Миколенка від вильоту з АПЛ: відеоогляд»; «На межі перемоги та невдачі: відео срібного польоту Абраменка на Олімпіаді в Пекіні» тощо.

Окремим сучасним інформаційним жанром можна виділити спортивні репортажі, які можуть забезпечити читача оперативною інформацією. Такі репортажі, що представляють собою текстову трансляцію змагання, все частіше можна побачити на спортивних сайтах. Подібні текстові трансляції дають аудиторії змогу в будь-який зручний для неї момент та з будь-якого місця отримати цікаву інформацію про певне спортивне змагання.

Коментатор виступає головним суб'єктом спортивного коментарю і є безпосереднім свідком подій. Глядач або слухач може дивитися, слухати або навіть читати про гру разом з коментатором. Основним змістом є монолог людини, яка намагається донести до аудиторії конкретну інформацію та своє ставлення до неї.

Так звані інтернет-скріпти мають певні диференційовані ознаки. Насамперед онлайн репортаж містить текст в якому опис подій перекликається одночасно із коментарем. «Це дає споживачеві спортивного дискурсу не лише інформацію про кінцевий результат спортивного змагання, але й уяву про його похвилинний перебіг, де перші позиції реплік коментатора у текстах Інтернет-скриптів займає опис подій, які максимально віддалені від початку репортажу» [23].

Наприклад текстова трансляція матчу Україна – Швеція на Євро-2020 від сайту Sport.ua [98]:

«26'Фух! Кулусевський не дістав закидання від Форсберга!

24'Техніка у центрі від Степаненка. Виглядало страшно, але обійшлося, обрізки немає.

23'Яремчук і Шапаренко не зрозуміли тонкий пас Зінченко!

21'Невдалий навис Караваєва

19'Момент! Ісак бив з лінії штрафного майданчика після стіночки з Кулусевськи — повз! Щастить нам!

18'Небезпечно! Форсберг трохи не дістав навис Кулусевський справи. Не спить, захисники!»

Або текстова трансляція того ж матчу Україна–Швеція на Євро–2020 від сайту Football.ua [99]:

«27'ЗІНААААААААААААА. М'ЯЧ У ВОРОТАХ! ЦЕ ОЛЕКСАНДР ЗІНЧЕНКО ВІДКРИВАЄ РАХУНОК У СЬОГОДНІШНЬОМУ МАТЧІ 1–0

25'Отримує по нозі від Альбіна Екдаля Андрій Ярмоленко. Орсато припиняє брутальну гру з боку шведа.

22'Навішував Караваєв з правого флангу і, на жаль, подача знайшла голову Нільссона Лінделефа, а не Романа Яремчука.

19'А ось зараз Ісак пробивав з меж штрафного майданчика, лічених сантиметрів не вистачило шведу, щоб потрапити в дальній кут.

18' Ай-яй-яй! Кулушевські подавав у штрафний майданчик з правого флангу, пощастило нашій збірній, що завершувати момент довелося Емілію Форсберг, а не Олександрю Ісаку».

Такі репортажі подаються на основі відео-трансляцій або відео-роликів із записами спортивних змагань. Журналіст, який коментує подію бачить перед собою картину того, що відбувається і описує те, що бачить перед своїми очима. Відповідно до цього, інтернет-скріпти можуть ставати репортажами безпосередньо з місця подій і в режимі реального часу. Зазвичай такі трансляції містять лише текстовий опис події, лише час від час супроводжуючись яскравими фото та відео. Та це не означає, що втрачаються зорові враження від того, що відбувається. Репортери, що ведуть текстову трансляцію можуть як і в стандартному репортажі акцентувати увагу на емоціях вболівальників. Ось як, наприклад, репортер зацентрував увагу на поведінці вболівальників під час футбольного матчу Україна–Швеція: «42' Враження, що гра в Києві – скандування «У-КРА-Ї-НА» дуже гучне!»; «88' Трибуни скандують «Шева»!» [98].

Часто репортер повідомляє про атмосферу під час змагання та погодні умови. Він описує для читачів те, що бачить на власні очі. Як от, наприклад, під час Гран-прі Бельгії: «15:59. Погодні умови є проблемними. 16:00. Старт перегонів відкладено до 16:10 через інтенсивний дощ»; «16:04. Все небо в Спа затянуте хмарами, і дощ посилюється»; «17:00. Вже цілу годину ми чекаємо перегонів. Погода сьогодні підкачала»; «17:08. У найближчі 45 хвилин зменшення дощу не очікується»; «18:55. Гонка якої не було. Гран-прі Бельгії зміло дощем» [97].

Та потрібно зазначити, що це не власне враження реципієнта, а суб'єктивне враження, що передає коментатор. Тому текстовий репортаж дуже наближений до радіорепортажу, оскільки читач або слухач не бачать картинку на власні очі, а представляють описані репортером образи.

«Для Інтернет-скриптів, як і для «живих» репортажів, типовими є незавершені синтаксичні конструкції, які графічно позначаються за

допомогою трикрапки, порушення усталеного порядку слів, маркерів емоційності (вигуки, емотивна лексика тощо)» [23].

Окремим жанром можна виділити спортивний лист. Спортивний лист – це форма творчої документальної літератури чи журналістики, присвячена спорту, спортсменам чи іншим питанням, пов'язаним зі спортом. Журналіста, який пише про спорт, називають спортивним оглядачем.

Одним з основних жанрів є інтерв'ю. В журналістиці поняття «інтерв'ю» використовується як відомо в двох значеннях, а саме [5]:

1) як метод збору якоїсь інформації, на основі якої створюються інші журналістські матеріали;

2) як самостійний жанр журналістики.

Отже, можна сказати, що інтерв'ю – це бесіда, що проводиться по конкретному плану, де передбачається прямий контакт інтерв'юера з опитуваним, і де запис відповідей проводиться або самим інтерв'юером, або механічно. Найчастіше в спортивній інтернет-журналістиці такі інтерв'ю зустрічаються на платформі YouTube. Серед відомих українських спортивних youtube-каналів можна виділити наприклад «ПРОФУТБОЛ digital», журналісти якого з початком повномасштабного вторгнення брали інтерв'ю не лише у спортсменів, а й у спортивних вболівальників, які наразі захищають країну.

Не можна також забувати про спортивний звіт [19]. Він складається як підсумок проведених змагань та включає не тільки текстові, але й статистичну інформацію. Саме завдяки спортивному звіту оглядачі можуть вставляти цікаву інформацію про команду (скільки було зіграно матчом, відсоток виграшу, тощо), а тренер може коригувати тренування.

2.2 Основні тематичні напрями сучасного спортивного дискурсу

У процесі осмислення феномену спортивної журналістики важливо визначити місце, яке займає спорт у медіакомунікаційному полі. Для

сучасного поняття «спорт» лише змагальної та розважальної компоненти недостатньо. На думку К. Алесєєва та С. Ільченка, для того щоб явище суспільного життя було позначене як «спорт», необхідне дотримання ще кількох умов, а саме [2]:

- 1) прагнення досягти максимально можливих результатів у різних видах фізичної та розумової діяльності;
- 2) наявність організованих змагань та особливих суспільних відносин, пов'язаних з ними;
- 3) громадське визнання результатів цих змагань як мають самостійну значимість.

Так, Р. Гатаулін пише про це так: «Головна проблема у спортивній журналістиці в сьогоdnішніх умовах – проблема співвідношення змістовного елемента, тобто так званого літературного початку та економічних ознак, на які сьогодні в першу чергу змушені орієнтуватися всі ЗМІ у всіх тематичних та типологічних групах. Нестача контенту в спортивній журналістиці серйозно позначається на якості запропонованої інформаційної продукції, що пов'язане з рейтингом, і, відповідно, фінансовими потоками від аудиторії реальної та потенційної до постачальника інформації» [25, 115].

Така економічна спрямованість спортивної журналістики має й інший бік. Самі матеріали, що публікуються, часто концентруються не так на спорті, як на економічній компоненті, що аналізують той чи інший спорт саме як бізнес-індустрію. У низці видань частка таких матеріалів сягає 15–30% [87, 52–60].

У просторі сучасних медіакommунікацій сам спорт дедалі більше стає бізнесом – цьому сприяють як громадські реалії, що змінилися, так і ті можливості, які дають медіакommунікації. Наприклад, соціальні мережі, як вкрай популярні майданчики для спілкування, мають відмінний потенціал для просування реклами, оскільки апріорі містять інформацію про споживачів. Цим користуються різні спортивні клуби, просуваючи свої бренди саме в такий спосіб.

Водночас, попри сконцентрованість на спорті як бізнесі та сприйняття своєї діяльності як бізнесу, ті спортивні медіа, які широко використовують можливості Інтернету, є найбільш стійкими до кризових ситуацій. Відбувається це, насамперед, завдяки меншим витратам проти іншими методами поширення інформації.

Однак те, що спортивна журналістика в умовах сучасних медіакомунікацій є скоріше бізнесом, не знижує важливість ідеологічної складової діяльності. Особливо виразно це простежується у разі великих міжнародних змагань, коли на першому місці стоїть питання престижу нації. У цьому випадку акцент зміщується в бік від економіки: на перший план виходять матеріали про власне спортивні досягнення тієї чи іншої країни, аналіз переваг та недоліків систем підготовки спортсменів, або ж, у крайньому випадку – про переваги ідеології та політичної системи, що показуються через спортивні успіхи.

Про спорт як медіакомунікаційний феномен говорять такі дані: «Згідно проведеного компанією Sportcal аналізу глобального впливу спорту (Global Sports Impact GSI), у 2015 році було проведено понад 80 чемпіонатів світу та мультиспортивних ігор, на висвітлення яких знадобився мільярд годин телевізійних ефірів. У доповіді компанії GSI Report 2016 показано, що спорт істотно впливає не тільки на економіку, а й на медіа, соціум та спадщину». Медіаексперт О. Мірошниченко зазначає, що спортивні телетрансляції, ймовірно, є останнім цінним активом телебачення, оскільки серіали перейшли у стрімінг, а кіно, музичні програми, студійні шоу та новини давно можна дивитися на різних інтернет-платформах. Як пише автор, «недаремно кабельні компанії пов'язують свої телеканали в пакети, щоб у навантаження до спорту продавати щось ще, що насправді глядачеві вже не потрібно» [57].

Крім того, експерт вказує на те, що через кілька років за право спортивних трансляцій змагатимуться не телеканали, а інтернет-платформи та стрімінгові сервіси: «Бізнес телекабелю, а з ним і телекомпаній без спорту

посиплеться. 82% користувачів заявили, що відмовляться від платного ТБ, якщо там не буде прямих спортивних трансляцій.

Коли впадуть передплата та реклама, не вистачатиме грошей, у тому числі, на тележурналістику новин. Тобто втрата спорту кардинально змінить (точніше, поховає) та інші формати сучасного телебачення, включаючи ті, які відповідають за контроль політичних інституцій та впливають на формування громадського порядку денного. Що стосується телеглядачів і вболівальників, то їм, за великим рахунком, все одно, де дивитися» [57]. О. Мірошниченко пов'язує свої прогнози з аукціоном на право трансляцій матчів американського футболу, який оголосила Національна футбольна ліга у США. На аукціон вперше, поряд із телеканалами, з'явилися й стрімінгові сервіси.

У вивченні спорту як медіакомунікаційного феномену принципово новим є сприйняття спортивних організацій та медіа, які донедавна розглядалися окремо. Сьогодні межі між ними розмиваються: «глобальні конгломерати, такі як Disney та Time-Warner, змішують медіа та спортивні холдинги у загальній стратегії розваг та дозвілля» [119, 9]. Іншими словами, наприклад, The Walt Disney Company належить компанія ABC Inc, яка контролює найбільший американський кабельний спортивний телевізійний канал ESPN (80% акцій). Про феномен і значення ESPN в американській культурі пише Т. Воган у книзі «ESPN: створення імперії спортивних ЗМІ» [118].

ESPN позначив два вектори розвитку: робота над медійними спортивними проектами та міжнародна експансія бренду ESPN у тематичних парках та роздрібних магазинах Disney. Відкриті спортивні комплекси «ESPN Wide World Sports Complex» та «Disney's All-Star Sports Resort», що є світом спортивних змагань з бейсболу, баскетболу, футболу, серфінгу та тенісу. Кабельні мережі стали рушійною силою розвитку Disney та приносять до 57% від загального прибутку компанії. Зокрема, у 2012 році ESPN дав більше доходу для Disney, ніж будь-які інші його напрямки діяльності. Крім цього,

компанія Disney повідомила про запуск каналу Disney XD, орієнтованого на комп'ютерні ігри і кіберспорт, та інвестувала в організацію aXiomatic, що спеціалізується на кіберспортивних дисциплінах американської TeamLiqui.

Усі види спорту – від футболу та крикету до НБА, MLB, НХЛ та НФЛ – об'єднують суспільство, та викликають яскраві емоції. Це робить спорт ідеальною темою як для журналістики, так і для контент-маркетингу. Незалежно від того, чи пише журналіст спортивну колонку, профіль, художню історію чи програму матчів, у спортивному світі є незліченна кількість потужних історій, які заслуговують на розповідь.

Ось чому спортивні історії продовжують формувати основну частину сучасної екосистеми ЗМІ та контенту.

Але спортивні історії змінюються. Зі зростанням цифрових технологій та появою більш досконалих платформ контенту ми спостерігаємо стандарти спортивного контенту в Інтернеті, що зростають експоненціально.

У центрі уваги спортивних новин не тільки спорт і спортивна культура, а й усі події суспільного життя, пов'язані з ним. Ці події можуть мати економічний, політичний, культурний характер і водночас мати певне спортивне значення, викликаючи інтерес аудиторії спортивних ЗМІ. Часто важко розрізнити, куди правильніше віднести якісь явища, які мають безпосереднє відношення до спорту, але які в основному існують за принципом іншої суміжної сфери суспільного життя. Це одне з питань, з яким часто стикаються журналісти.

Коли справа доходить до спорту, особливо великого міжнародного спорту, перед лицем низки проблем, відображених у спортивних ЗМІ, все стягується до політики. З одного боку, можна сказати, що політичне забарвлення спорту полягає в розширенні його інтеграційної функції, а основне завдання спорту – формування почуття національної ідентичності та національного престижу. А з іншого спорт використовується в політиці як інструмент налагодження відносин з іншими країнами.

Спектр думок з приводу взаємин спорту і політики, як зауважив дослідник В.Столяров, завжди коливається між двома протилежними полюсами: хтось вважає, що спорт не повинен мати нічого спільного з політикою («Спорт – поза політикою»), а хтось вважає, що спорт за своєю суттю завжди політизований. Особливо яскраво проявилися процеси політизації спорту у зв'язку з розвитком міжнародного олімпійського руху [50].

Минуло осені, наприклад, на спортивних сайтах висвітлювалась тема бойкоту Олімпійських ігор у Пекіні. «Чотири країни оголосили дипломатичний бойкот Олімпійських і Паралімпійських ігор-2022, що відбувся в лютому в столиці Китаю Пекіні. Першими про це заявили США, слідом від відвідання Олімпіади офіційними особами відмовилися Австралія, Велика Британія та Канада. На Ігри не прийдуть офіційні особи перерахованих країн, що є традицією для таких масштабних спортивних подій...Кожна з перерахованих країн назвала причиною бойкоту порушення прав людини в Китаї... У КНР заяви про бойкот назвали «політичним позерством» і «наклепницькою кампанією». Після перших новин про бойкот від США керівництво Китаю повідомило, що Штати «заплатять» за це й що КНР готуватиме «зустрічні заходи» у відповідь на таку позицію» – писали журналісти «Суспільне. Спорт».

Однією з головних цінностей у спорті є вірність і відданість команді. Але лояльність до колективу легко перекласти і перенести на інші більш масштабні явища, а потім почати говорити про патріотизм і націоналізм. Націоналістичні настрої чи ідеології, які формуються або просуваються у спорті, часто називають «спортивним націоналізмом». Патріотизм, націоналізм, підкреслення любові до своєї країни чи нації проявляється у ведучих, знакових спортсменів і на подібних подіях в різних формах люблять фокусуватися спортивні новини.

На олімпіаді в Пекіні український скелетоніст Владислав Гераскевич після третього заїзду на змаганнях, проходячи біля камери, всупереч

заборонам Міжнародного олімпійського комітету, продемонстрував плакат із написом «No war in Ukraine» («Ні війни в Україні»). Цю подію швидко підхопили українські та світові журналісти.

З формуванням національної ідентичності серед багатьох болючих тем сучасного багатоманітного світу особливо гостро постало питання національної та расової толерантності, яка ніколи не відривалася від спорту. З одного боку, ЗМІ відображають питання поваги до опонентів, які представляють іншу країну чи расу, з іншого – можуть лише посилити нетерпимість до некоректних виразів. Культура «скасування» чи відповідальності за свої слова і вчинки все більше впливає на світову спортивну спільноту. Інтернет пам'ятає все.

Через подібний скандал цього року було зруйновано кар'єру молодого пілота Формули–2, який нещодавно ще вважався одним з головних талантів академії «Ред Булл». З 2020 року Юрі Віпс залишався резервним пілотом основної команди у гоночній серії «Формули–1» та навіть брав участь у вільній практиці Гран-Прі Іспанії. Влітку 2022 року на стрімінговій платформі Twitch з'явилась трансляція, де Юрі з іншими членами юніорської команди, грав в мережеву гру. У ній було чітко чути, як Віпс використовуючи неприпустиму лексику та слово яке некоректно називає осіб африканської зовнішності. Це відео набуло швидкого розповсюдження і наголосу серед журналістів. Ситуація миттєво набрала обертів та вже за кілька годин керівництво команди виступило із заявою, про зупинення участі пілота у змаганнях та засудила не толерантну поведінку.

Ключовим принципом, щоб певною мірою об'єднати всі попередні теми та усунути можливі протиріччя між ними, є дотримання принципу «рівних умов». Принцип «чесної гри» означає повагу до правил гри, повагу до опонентів, суддів та глядачів і не допускає шахрайства, підкупу, допінгу, домовлених ігор, безпосередньо у змаганнях чи через ЗМІ. Але не лише «людський фактор» привертає увагу глядачів. Наприклад, постійно зростає інтерес до питання втручання держави та влади в спортивне життя. Система

управління спортом різних країн значною мірою залежить від ступеня державного втручання в спорт, яке може проявлятися в різних формах: від простої законодавчої діяльності до прямого адміністративного втручання. Окрім законодавчого втручання держави та прямого фінансування спортивних справ, прояви неформального впливу державних та напівдержавних структур на спорт завжди привертали значну увагу ЗМІ, виходячи за межі існуючої офіційної моделі «втручання».

Раніше уряди ефективно використовували ЗМІ для розбудови нації, підтримки та мобілізації громадськості під час війни. Навіть без сильного впливу уряду Галтунг пише, що засоби масової інформації захоплюються владою, вони підсилюють звуки зброї, а не приглушують їх. І коли до них звертаються уряди, засоби масової інформації мають потужну здатність створювати ворога.

Ми спочатку вбиваємо людей розумом, а потім зброєю. Без сумніву, базові компоненти сучасної журналістики – цінності новин, опора на офіційні джерела, виробничі процедури, організаційні структури, потреба в аудиторії та прибутках – полегшують створення дискурсів конфлікту та війни, ніж співпраці та миру.

З точки зору будь-якого глобального медіаконгломерату, цінності продуктів і прибутків мають набагато більшу вагу, ніж справедливості та миру. Загалом, дослідження міжнародних новин показує, що медіа, як правило, пропонують мало суттєвої інформації про інші країни, крім зображень конфлікту. Натомість кадри новин зосереджуються на тому, як дії інших країн впливають на рідну націю, а не пояснюють події термінами, які могли б покращити міжкультурне розуміння.

Що стосується висвітлення ЗМІ війни та миру, перевага емпіричних досліджень показує, що у висвітленні міжнародних відносин ЗМІ дуже сприйнятливі до урядового управління новинами та демонструють чіткі моделі націоналістичної упередженості під час міжнародних конфліктів. Дослідження також показали, що західні ЗМІ легко маргіналізують тих, хто

виступає проти війни. Навіть висвітлюючи мирні переговори ЗМІ віддають перевагу дискурсу конфлікту.

Насправді, багато вчених і активістів миру наполягають на тому, що хоча засоби масової інформації, зокрема, створюють численні перешкоди на шляху досягнення миру, інші форми медіа-контенту можуть забезпечити «простір» для сприяння миру. Брук називає ці «дискурсивні можливості» або «простори» в ЗМІ, які дозволяють почути дисидентські повідомлення. У цьому випадку «дисидентське» повідомлення є захистом миру. Визначений тут «простір» знаходиться в наративах спорту.

Навіщо спорт, коли для більшості аудиторії спорт – це змагання: чим драматичніше й запекліше, тим краще?

Спорт, зокрема, є потужним місцем для зосередження, оскільки він настільки пов'язаний із «повсякденним життям» і багатьма політичними, етичними та соціальними проблемами, з якими ми стикаємося. Він також відзначає неймовірний розмах і популярність спорту в усьому світі. Оскільки спортивні програми з'являються на кількох каналах протягом багатьох годин, є більше «можливостей» для появи різноманітних повідомлень.

Крім того, з точки зору міжнародного охоплення, спорт не настільки обтяжений бар'єрами мови та грамотності; спортивні програми легко долають міжнародні та міжкультурні кордони. Можна пригадати, що резолюція 1998 року, описана у вступі, цілеспрямовано націлювала молодь на сприяння миру. Сучасна молодь цікавиться більшою та більш різноманітною спортом, ніж їхні батьки. Сучасна молодь з більшою ймовірністю відвідує та дивиться спортивні події, а в епоху Інтернету — з більшою ймовірністю спілкуватися з іншою молоддю світу через спільний інтерес до спорту, що робить спортивні наративи ідеальним засобом спілкування з молодими людьми. Нарешті, є ті, хто припускає, що аудиторія схильна сприймати міжнародний спорт ідеалістично. Наприклад, Сімсон і Дженнінгс цитують Рона Пікерінга, колишнього телеведучого, тренера та вчителя: «спорт – це єдиний людський інститут, заснований на ідеалізмі.

Завдяки цьому він пережив тридцять три століття. Якби це було просто змагання, воно б не тривало тридцять три тижні».

І тут критично налаштовані медіатеоретики відповіли б, і правильно, різкою критикою медіа-спортивного комплексу. Журналісти-розслідувачі Сімсон і Дженнінгс висунули різке звинувачення щодо перетворення олімпійського руху на «професійне видовище шоу-бізнесу». У своїй книзі, яка сколихнула світ олімпійського спорту, вони докладно розповідають про закулісну культуру, якою керують жадібність, маркетингові плани, секретність і, що найважливіше, сила телевізійних мереж.

Конкуренція – це не те саме, що насильницький конфлікт, тому немає причин, чому атрибути миру не можуть співіснувати з азартом від спорту. Нарешті, не можна припускати, що домінуючий медіа-спортивний наратив перетворюється на те, як люди вирішують думати про міжгрупові чи міжкультурні стосунки. Навіть кілька цитованих вище вчених, які виправдано критикують спортивну індустрію, визнають, що в межах медіа-спортивних практик є «місця», де активісти можуть кинути виклик домінантній системі або для мультикультурних повідомлень до з'являтися без політичного обрамлення.

Якби ці дискурсивні простори миру пропонували альтернативні чи «нові» історії в потоці домінуючих медіа-спортивних наративів, як би вони виглядали? Тут виникає необхідність визначити набір атрибутів або умов, необхідних для перспективи мирних стосунків між різними групами людей, які можуть бути виражені в матеріалах ЗМІ. Огляд літератури з соціальної психології, досліджень миру та міжкультурної комунікації пропонує переконливий короткий перелік атрибутів, який напрочуд узгоджений у різних дисциплінах щодо заохочення мирних міжгрупових стосунків.

Незважаючи на те, що цей список не є вичерпним за обсягом і не стосується конкретних мирних процесів (таких як вирішення конфлікту чи мирних переговорів), натомість цей список пропонує скромний набір

«передумов» для тривалого миру, без яких культура миру не могла б утвердитися. До них належать:

1) наявність спільної(их) мережі(й) і уявна потреба працювати разом у функціонально важливих заходах, спрямованих на спільні цілі.

Тобто кооперативні міжгрупові стосунки сприймаються як помітні та корисні. Існування спільного членства в мережі також дозволяє окремим групам думати про себе на «вищому рівні категорійної інклюзивності таким чином, щоб зменшити міжгрупові упередження та конфлікти», не заперечуючи своє початкове членство в групі;

2) гуманізація індивідів у конкуруючій групі, щоб показати різноманітність точок зору в групі (диференціація та декатегоризація), а також визначити ключові подібності («дзеркальне відображення») з точки зору людських потреб і бажань у групах;

3) узаконення права іншого на існування, на участь, на іншу точку зору;

4) ставлення до іншого як до рівного, незважаючи на нерівні обставини;

5) високий ступінь упевненості або позитивного очікування, що інша буде поводитись передбачувано та добросовісно, щоб сприяти задовільному результату.

У міжкультурних або міжгрупових стосунках це часто відбувається через участь у ритуальній поведінці (тобто поведінці, яка відповідає встановленим правилам або нормам, спільним для соціальних груп і повторюється з часом).

Хоча найбільш захоплююче спортивне висвітлення – це те, яке зосереджується на інтенсивності кожного конкретного змагання, міжнародний спорт вимагає значної кількості функціональної співпраці, щоб досягти успіху. Комплексна мережа спортсменів, урядів, спонсорів, ЗМІ, організаційних комітетів, спортивних організацій та інших міжнародних спеціалістів (наприклад, у сфері безпеки) повинна працювати разом, щоб

досягти спільної мети: захоплюючих спортивних змагань. Звісно, спонукою до співпраці часто є як прибуток, так і любов до спорту. Незважаючи на це, у контексті медіа-спорту відносини міжнародної співпраці насправді є не винятковими, а рутинними, необхідними, складними та цікавими.

На рівні гри чи матчу Девісон писав: «Спортивні репортажі є ненавмисно нечесними, оскільки зосередженість на контексті приховує величезну співпрацю між учасниками: прийняття авторитету суддів і часто складна інфраструктура правил, попередніх домовленостей і спонсорства».

Щоб точніше відобразити світ міжнародного спорту, спортивні журналісти могли б розвинути цю сюжетну лінію далі і тим самим підкреслити, що спортивне змагання – це не справжній конфлікт, а драматична та захоплююча арена глобальної співпраці. Існуючі приклади цієї нарративної теми співпраці включають статті про співпрацю російських і грецьких офіційних осіб щодо безпеки Олімпіади 2004 року; міцне міжнародне співробітництво у сфері безпеки для Чемпіонату світу з футболу 2006 року в Німеччині («Керівник антитерористичного відділу ЄС», 2006); або Австралія та Греція, що пропонують допомогу та підтримку в плануванні Олімпійських ігор у Пекіні («Австралія, Греція», 2006).

Ще один тип спільної мережі – це глобальна мережа вболівальників, які оточують, стежать, обговорюють і поділяють любов до кожного окремого виду спорту – незалежно від культурного чи національного походження. Розмір і охоплення цих транснаціональних фанатських формувань роблять їх міжкультурним явищем. Джером припускає, що поширеність цих типів утворень «знизу вгору», пов'язаних через медіатехнології, такі як Інтернет, формує справжні будівельні блоки більш інтернаціоналістичної перспективи. Цей спортивний феномен є історією міжгрупової співпраці, технологій і пристрасі, які здебільшого ігноруються основними ЗМІ.

Розглянемо як сучасна війна вплинула на українську журналістику. Справді, рейтинг спортивних програм значно впав. Але всі знають: треба терпіти, чекати, боротися. У нинішній ситуації спорт може відвернути увагу

від драматичних програм Сходу. Звичайно, важливу роль відіграє суспільство – здоров'я та оздоровлення. Крім того, це сприяє добробуту суспільства. Подивіться, як фанати збираються разом. Вони завжди воювали між собою, а тепер об'єдналися проти ворога. Багато з них пішли воювати, а ті, хто залишився, допомагали побратимам.

Щоб не втрачати професіоналізм та співробітників, більшу частину спортивних передач та редакцій було вирішено не зачиняти. Передачі, як і раніше, виходять щотижня, розповідають про те, що було, намагаються давати об'єктивну і чесну оцінку подіям.

Водночас футболу в програмі «ПроФутбол» більше говорять про кримінал в спорті, а не про гру. Але редакція вважає, якщо український футбол стане кращим, якщо ми спробуємо позбутися корупції, якою він заразився, і повести його в правильному напрямку, то серпень стане місяцем, коли стартують національні футбольні чемпіонати.

Тим часом представники інших видів спорту готуються розпочати змагання у своїх країнах, які закладають основи підготовки року. Цей час дуже відповідальний. Проте в нинішній конфліктній ситуації в Україні спорт уже нежиттєздатний. Звичайно, на рівні національних груп він більш розвинений, але не в таких масштабах, як у мирний час. Дитячо-юнацький спорт у школі чи змагання між клубами заморожені. Це створює загрозу значного занепаду ігрової індустрії в найближчому майбутньому. Це поразка, з якою спортсмени живуть вже не один рік. Сьогодні Україна знаходиться під загрозою втрати цілого покоління гравців, які в майбутньому стануть джерелом таланту на зміну нинішнім лідерам. Іноді людина не знає, як вийти з ситуації. Навіть керівники команд та ентузіасти намагаються врятувати свій спорт.

Багато міжнародних ЗМІ, спілкуючись з українськими спортсменами, написали та опублікували багато яскравих історій про реальне життя наших спортсменів та їхніх родичів. Хайрайдер Андрій Проценко, який став бронзовим призером Чемпіонату світу, розповів про тренування з місцевими

тренерами в окупованому Херсоні та труднощі, з якими йому вдалося втекти звідти через півтора місяці після початку війни. Ольга Лякова була шокована, коли дізналася про стареньку, яка померла від обмороження чи голоду вдома в Рубіжному Луганської області. Кожен представник збірної України в цьому змаганні робить свій внесок у досягнення спільної мети не лише в змагальному, а й у навчальному аспекті.

Нами також було опубліковано матеріали про життя українських спортсменів в умовах повномасштабного вторгнення (додаток А, Б, В, Г).

Легко навести численні приклади висвітлення в ЗМІ, часто під впливом урядів, сприяння суспільному настрою на підтримку міжнародного втручання та конфлікту. Проте майже так само ЗМІ можна використовувати для створення настрою, що мир можливий.

Цю стратегію найкраще розвивати в мирний час і в «буденних» аспектах нашого опосередкованого життя поза нічними новинами. Це есе припускає, що арена міжнародного медіа-спорту може забезпечити саме такий «комунікаційний механізм» для сприяння новинам способів мислення про міжгрупові стосунки.

Дотримуючись поради Брука, це буде досягнуто шляхом введення «дисидентських» повідомлень у світ медіа-спорту. Ці дискурсивні простори запропонують спортивні історії, які втілюють атрибути, які, як відомо, сприяють кооперативним міжгруповим стосункам: кооперативне формування, гуманізація іншого, надання статусу міжнародній дружбі та вираження рівняння та позитивних очікувань через повагу до ритуалу.

Освіта миру має адаптуватися за функціями та форматом до кожного контексту. У цьому випадку контекстом є опосередкований спорт. Крім того, важливо зазначити, що жодна з наведених вище пропозицій історії не з'явиться на першій сторінці.

Саме накопичення «маленьких історій» створює значні дискурсивні простори. Такі історії також не будуть з'являтися під час спортивних змагань у періоди підвищеної національної гордості чи під час матчів, що

характеризуються потребою помсти. Дискурсивні простори не знаходяться під світлом прожекторів. ЗМІ також не є монолітом. Кожен медіа-канал – радіо, журнали, Інтернет, телебачення – складається зі своїх власних форматів і «граматики», які можуть сприяти чи ні різними темами, описаними вище, пов'язаними зі спортом і миром.

Незважаючи на те, що спортивні журналісти вже використовують ці наративи, чи є вони рутинними чи достатньо помітними, щоб мати значення. Як переконати виробників спортивних ЗМІ та журналістів приділяти більше уваги цим наративам, щоб заохочувати культуру миру? Чи можливо розширити чи надати більш чіткої форми цьому дискурсивному простору в спортивній журналістиці? Для тих, хто пише про сучасні тенденції в ЗМІ, перспектива переконання може здатися віддаленою.

Прихильники мирної журналістики запропонували б почати з навчання всіх журналістів – новинних і спортивних – про роль журналістів у висвітленні війни та миру. Молоді журналісти повинні знати про історію та руйнівні сили «радіо ненависті» в Руанді, а також про ідеали просування миру засобами масової інформації, викладені в деклараціях міжнародного права. Подібно до того, як освіта журналістів у багатьох країнах світу включає знання про вирішальну роль ЗМІ у просуванні демократії, так само вони можуть дізнатися про вирішальну роль журналістики у просуванні ненасильницьких міжгрупових відносин.

Частина цієї освіти, звичайно, полягає в тому, щоб молоді журналісти зрозуміли більше про «мимовільні» способи, за допомогою яких ЗМІ формують негативне сприйняття міжгрупових відносин або пропагують насильство як засіб вирішення проблем. Звичайно, бізнес-імперативи медіа та журналістики створюють інституційні норми, дуже стійкі до змін. Саме тут мають бути залучені активісти та групи інтересів.

На сьогодні миротворчі організації не розглядали спорт як «простор» для розвитку дискурсу миру. Проте, враховуючи все більш економічну та рутинну залежність засобів масової інформації від зовнішніх джерел ідей для

історій та характеристик – у новинах і спорті – для миротворчих організацій відкривається чудова можливість розробити історії, пов’язані зі спортом, які використовують атрибути, описані вище.

Активісти миру можуть заручитися підтримкою міжнародних спортивних федерацій у цій справі. Іншими словами, за певних зусиль з боку зацікавлених учасників, медіа-спорт має можливість внести «нові» типи історій, які можуть вплинути на те, як ми думаємо про міжгрупові стосунки. Це не для того, щоб попросити спортивних журналістів писати менше історій про драми, захоплюючі спортивні змагання та гостру конкуренцію, а для того, щоб писати більше історій, які містять атрибути культури миру, які вже існують як частина медіа-спортивного комплексу.

Спортивні тексти зазвичай містять основну інформацію, таку як:

- 1) основні моменти гри;
- 2) назви команд, що беруть участь;
- 3) вид спорту;
- 4) рахунок або остаточний результат;
- 5) коли і де гра була зіграна.

Оскільки спорт обертається навколо драми змагань, освітлення однієї людини надає вашій історії людської сторони, з якою читачі можуть бути пов’язані.

Можна виділити такі типи спортивних історій:

1. Пряма історія гри

Найголовніша форма всієї спортивної новини, історія гри з прямим ходом – це стаття, яка використовує формат прямих новин. У статті узагальнюються основні моменти гри: яка команда виграла чи програла, остаточний рахунок та що зробив зірковий гравець.

Прямий лід може виглядати приблизно так:

«Без Яремчука. Брюгге сенсаційно переміг Атлетіко, Соболев вийшов на заміну. В іншому матчі групи «Порту» завдав поразки «Байєру» з Леверкузену». Після цього слідує історія, в якій розповідається про гру,

гравців, які зробили величезний внесок у остаточний результат, і висновки після гри, цитуючи як гравців, так і тренерів.

У багатьох видах спорту використовується прямий ігровий сюжет, але спортивні оглядачі професійних спортивних заходів відмовилися від цього формату.

Причина в тому, що телебачення вже показує гру повністю, і вболівальники зазвичай знають рахунок та основні моменти ще до того, як стаття потрапить до публікації на сайті.

2. Сюжетна гра

Сюжет художньої гри – улюблений інструмент професійних спортивних оглядачів, тому що він дає уболівальникам та читачам можливість подивитись під іншим кутом, ніж найяскравіші моменти, які вони бачили по телевізору.

Почавши з певного унікального ракурсу, автор переходить, наприклад, до опису біографії видатного тренера, а також того, що відбувалося у той час, коли він пережив цей незвичайний досвід.

І, як це часто буває в таких розповідях про ігри, він сягає результатів лише ближче до кінця статті – і це нормально, тому що читачі не хочуть читати про рахунок, який вони вже знають.

Натомість історія дає їм іншу точку зору на гру та залучених до неї людей.

3. Профілі

Тоді як історія художньої гри висвітлює гру, профіль показує окремого людину. Ця людина може бути спортсменом-початківцем, що тільки підіймається кар'єрними сходами, або, можливо, впливовим тренером.

4. Прев'ю сезону та заключні історії

Кожному спортивному оглядачу потрібні превсезону та підсумкові статті у своїй колекції. Ці історії публікуються в той час, коли тренери та їхні команди готуються до майбутнього сезону або після його закінчення – чи це перемога чи поразка.

5. Стівці

Колонка спортивного оглядача це місце, де спортивний оглядач ділиться своєю думкою. Іноді ці стівці можуть містити повідомлення про те, що команда, гравець чи тренер не виправдовують очікувань. В інших випадках вони можуть написати про те, чи вони захоплюються командою, гравцем або тренером.

Улюблена тема – тренер, здатний привести слабку команду до несподіваного чемпіонства, або, можливо, гравець-аутсайдер, який демонструє незвичайну цілеспрямованість та командну роботу.

6. Програми дня матчу

Після пандемії багато клубів почали створювати більш складний цифровий контент для впровадження спортивних заходів.

Один з інноваційних прикладів походить від футбольного клубу Манчестер Сіті, який виробляє занурювальні, візуально приголомшливі програми для кожної гри.

7. Шана та подяка

Спортивні команди мають змогу працювати з абсолютними легендами, яким вони хочуть віддати шану – від зіркових гравців, які приєдналися до них ще юнаками, до тренерів, які їх тренували, або власників чи спонсорів.

Наприклад, після смерті Дієго Марадони існував цілий ряд публікацій про його вплив на гру, від початку його кар'єри, як молодого гравця до чемпіона світу.

Цікаво підійшли до цієї теми Sky Sports, які створили історію, повністю складену з фотографій за усі роки його життя.

8. Суспільство та політика

Соціальні та політичні питання стають все більш центральними у спортивній тематиці. Прикладом може слугувати матеріал від BBC, у якому детально розкривається історія руху Black Lives Matter у спорті. В ньому розповідається про те, як спортсмени використовують свою силу та статус протягом багатьох років, щоб протестувати проти расової несправедливості

[63]. Матеріал документує, як рух Black Lives Matter поширився від кількох футбольних та баскетбольних команд до спортсменів та спортивних клубів по всьому світу.

9. Міжсезонні чутки та майбутні перемоги чи програші

Незалежно від того, який це спорт, щоразу, коли починається міжсезонна пауза починаються обговорення. Який гравець краще підходить тій чи іншій команді, яка команда планує підписати якого спортсмена тощо. Журналіст говорить про те, яка команда виграє, в той момент коли до змагання залишається ще місяць.

10. Заробітні плати спортсменів.

Суми контрактів завжди є широко обговорюваною темою, тому не дивно, що подібні публікації постійно з'являється в спортивних засобах масової інформації.

11. Прогнози на майбутнє.

Традиційна, старомодна спортивна журналістика висвітлювала події гри та індивідуальні виступи спортсменів. Люди з нетерпінням чекали отримання ранкової газети, щоб прочитати короткий зміст гри та проаналізувати результати коробки; однак часи змінилися. Люди не тільки більше не чекають, поки газету принесуть до під'їзду, а й взагалі не купують газету.

Основна причина спаду пов'язана з технологічним прогресом, який дає миттєвий доступ до кожної партії, моменту та відтворення через інтернет-сайти, публікації та блоги. Безумовно, вмираюча залежність від газети та друкованого слова спричиняє серйозні зміни у сфері спортивної журналістики; і існує ряд сил, які змушують преси зупинятися.

Найвпливовішим поштовхом до змін у сфері спортивної журналістики є еволюція технологій. Безсумнівно, ми живемо в суспільстві, яке бомбардується вибухом мас-медіа та вимогою швидшого доступу до інформації. Це підтверджується тим фактом, що, оскільки продажі газет і журналів продовжують знижуватися, відбувається величезне збільшення

інтернет-сайтів. Інтернет зробив революцію у світі спортивної журналістики, надаючи миттєвий доступ через блоги, миттєві повідомлення, твіти, Facebook та безліч інших платформ. Зрештою, фактори підвищеної доступності та безпосередності змусили журналістів традиційних газет підкоритися новій системі або втратити свої позиції.

Крім того, завдяки розширеному доступу до спортивних подій через Інтернет, супутниковий зв'язок та інші досягнення в області технологій, просто огляд спортивних подій і результатів більше не є таким важливим для аудиторії. Як сказав Грег Бауерс, доцент Школи журналістики Міссурі: «Старої причини для покупки газети немає. Журналісти намагаються створити нову причину для покупки газети». Це зміщення фокусу, викликане тиском конкуренції з безпосередністю та доступністю Інтернету, призвело до припинення поширення традиційних газет.

Зростання ринку ЗМІ значно підвищило рівень конкуренції серед журналістів. Щоб залишатися конкурентоспроможними, журналісти почали повідомляти про різноманітні аспекти, які лише слабо, якщо взагалі, пов'язані з професійною спортивною грою. Вони почали втручатися в такі аспекти, як рішення власника щодо найму, тренерські рішення менеджера, і, головне, особисте життя професійних гравців.

Крім того, намагаючись зберегти конкурентоспроможність, редактори газет і журналів почали посилювати тиск на журналістів. Щоб конкурувати з Інтернет-культурою репортажів, журналістів все частіше заохочують шукати історії за межами традицій і кордонів, до яких вони традиційно звикли. Як заявив Майкл Ренд, спортивний оглядач *Minneapolis Star*, «природа новин 24/7, еволюційна риса, яка закріпилася за останні 20 років, змушує репортерів невпинно шукати нову інформацію, а не відточувати історії».

Крім того, багато спортивних редакторів змушують журналістів працювати по-іншому, вимагаючи від них створювати блоги в Інтернеті на додаток до традиційних репортажів. Крім того, щоб продемонструвати важливість цих блогів, успіх журналістів часто оцінюють за кількістю

вподобань або коментарів. Журналісти відчують посилений тиск, який змушує їх висвітлювати спірні теми, що приваблюють найбільшу аудиторію. Як наслідок, тиск на спортивного журналіста, щоб він першим повідомляв останні новини, почав спричиняти тенденцію до безвідповідальної журналістики.

Простота концепції спортивної журналістики полягає в тому, що вона має бути орієнтована на спорт; про спортивні таланти професійних спортсменів, а не про їх особисте життя. На жаль, посилення конкуренції та економічний тиск призвели до зниження етики у репортажах, оскільки журналісти змушені розробляти найбільш суперечливі історії, які будуть продаватися. Занадто часто ці історії сповнені сенсацій і скандалів і можуть заплямувати репутацію спортсменів. Крім того, із заснуванням численних спортивних інтернет-сайтів особиста ситуація з професійною командою чи спортсменом може поширюватися у суспільство за лічені секунди. «Що змінилося, так це розповсюдження інтернет-ЗМІ. Те, що раніше шепотіли або поширювали з уст в уста, тепер має миттєвий доступність для мільйонів людей». Тому безвідповідальне повідомлення про особисте життя професійних спортсменів може бути надзвичайно шкідливим.

Ще одна проблема сучасних тенденцій спортивних журналістів полягає в тому, що замість того, щоб зосередитися на наданні необхідної інформації, вони займають провокаційні позиції та спекулюють подробицями.

Безумовно, у зміні фокусу у сфері спортивної журналістики винне й суспільство. Бо, як суспільство, ми найбільше прагнемо до двох типів медіа-історій; ті, що пов'язані зі знаменитостями, і ті, які пов'язані з драмою. Тому арешти, бійки в клубах, домашнє насильство та позашлюбні стосунки професійних спортсменів, безсумнівно, викличуть наш інтерес і привернуть нашу увагу. Як доказ прагнення до цієї тенденції в журналістиці, саме цим суперечливим історіям приділяється найбільше уваги, вони завжди потрапляють до гучних заголовків.

Двома найбільш згубними наслідками змін, що відбуваються у сфері спортивної журналістики, є зниження точності спортивної журналістики та погіршення стосунків між журналістами та спортсменами.

Одним із результатів «пошуку історії, яка буде продаватися», є те, що журналісти часто повідомляють більше думок, ніж фактів. Нещодавнє опитування підтверджує «тенденцію, що спостерігається у ЗМІ по всьому світу, майже до гонки на дно з точки зору поверхневого вмісту в спортивних висвітленнях, зосередженого на особистостях, подіях та плітках, а не на серйозному контенті, і майже нічого на політичному, економічному та соціальних аспектах спорту».

Додатковою проблемою є відсутність занепокоєння журналістів, коли вони повідомляють некоректну інформацію. «У старі часи газет, якщо ви помилялися, ви повинні були написати виправлення в газеті наступного дня і піти в редакцію і пояснити, чому і як ви зіпсувалися. Це виправлення також з'явилося у вашому щорічному огляді. Єдиним наслідком сьогодні є відсутність довіри». Зрештою, існує багато занепокоєнь, які викликають почуття обурення та обережності, коли йдеться про останні тенденції спортивних репортажів у ЗМІ. Навіть якщо журналісти повідомляють помилкову інформацію, чим більше сенсацій, тим більшу аудиторію залучає. Тому журналісти винагороджуються за швидке повідомлення, незалежно від точності.

Крім того, точність буде й надалі під загрозою, оскільки тепер журналістам доводиться конкурувати із незалежних від видань блогерами. Із поширенням громадянської журналістики межі щодо того, хто є репортером, а хто аудиторією, стали розмитими. Зрештою, приплив блогерів впливає на точність і довіру до традиційних професійних журналістів. Насправді, серйозні проблеми з точністю вже почали з'являтися, про що свідчить помилкове, передчасне повідомлення в Твіттері, в якому говорилося, що гравець НФЛ Кріс Генрі помер, хоча насправді він на той момент був ще живий. Проблему посилює те, що «Веб-сайти пліток, які не розкривають

своїх джерел, і таблоїди, більш відомі історіями про інопланетні спостереження, очевидно, стали надійними джерелами інформації», — заявив Кріс Зелкович, письменник Toronto Star.

Іншим аспектом, на який вплинули зміни в спортивній журналістиці, є рівень етики серед спортивних журналістів, які розповідають про особисте життя професійних спортсменів. Незважаючи на те, що спортивні журналісти продовжують повідомляти негативні історії про професійних спортсменів, вони нехтують усвідомленням наслідків своїх репортажів. Прагнучи першими повідомити історію або отримати розголос, журналісти назавжди заплямують образи професійних спортсменів.

Таким чином, сучасна спортивна журналістика, як власне і спорт, є перспективною нішею ринку міжнародного інформаційного обміну, який демонтує економічно-конкурентний потенціал, оскільки одночасно може бути представлений у різних медіа комунікаційних просторах та форматах. Поява цифрових медіа прискорила розвиток спортивної журналістики і призвела до модифікації старих жанрів. Журналісти виконують більше роботи, ніж раніше, і від них вимагається працювати швидше. Цифрові медіа дали можливість спортивним журналістам цілодобово публікувати оновлення, використовуючи різні платформи і змінюють базову модель подання новин.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ ПРОВІДНИХ СПОРТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ

3.1. Спортивний репортаж в українських інтернет-ресурсах

Для дослідження було обрано такі провідні спортивні ресурси в українському інтернет-сегменті, як «Суспільне. Спорт», «Канал 24. Спорт», «Sport.ua», «Football.ua». Усі вони мають подібну структуру вхідної сторінки. Вона містить в собі так звану «шапку», у якій зазначено назву, оформлену в фірмовому стилі або логотип. Далі у самій шапці або під нею можна побачити рубрикацію, зазвичай зроблену у вигляді навігаційної панелі або меню. Під час аналізу структури зазначених інтернет-видань було визначено основні рубрики, які найчастіше повторюються, це:

- головна;
- новини;
- футбол;
- біатлон;
- бокс;
- теніс;
- баскетбол;
- формула 1;
- хокей;
- чемпіонат світу з футболу;
- спорт про війну;
- ексклюзиви або спецпроекти;
- блоги;
- контакти.

Як показує аналіз є рубрики, які присвячені окремим видам спорту, масштабним спортивним подіям, спорту в умовах воєнного часу. Контент проаналізованих інтернет-ресурсів в більшості своїй виконує інформаційну та розважальну функцію. Основну увагу в матеріалах акцентовано на спортивну аналітику, новини зі світу спорту, анонси спортивних подій, результати змагань та інтерв'ю із відомими спортсменами та візуальний контент.

Інтернет-ресурс «Sport.ua» має найбільш розгалужену рубрикацію. Окрім зазначених вище блоків можна зустріти такі, що присвячені іншим, менш популярним, видам спорту: американському футболу, бадмінтону, бобслею, велоспорту, водному поло, гандболу, гольфу, греблі, дзюдо, керлінгу, кросфіту, вітрильному спорту, пляжному футболу, стрибкам у воду та стрибкам з трампліну, регбі, синхронному плаванню, снукеру, стрільбі, важкій атлетиці та, навіть, кіберспорту.

Крім того, можна виділити наявність у інтернет-ресурсу «Sport.ua» такої рубрики, як спортивний словник, де професійні журналісти простими словами пояснюють новачком теоретичну частину того чи іншого виду спорту: «Скільки триває матч в хокеї в різних турнірах», «Що таке аут у футболі», «Навіщо потрібні вагові категорії в боксі», «Що таке «греплінг», «Що таке положення поза грою у футболі».

Також на зазначеній інтернет-платформі існує рубрика «Lifestyle», де журналістами розміщуються матеріали не про змагання, а про особисте життя спортсменів. Зробивши аналіз публікацій в цьому блоці, нами було встановлено, що тут над інформаційним переважає візуальний контент: «ФОТО. Дар'я Білодід відпочиває у Дубаї», «ВІДЕО. Світоліна вперше показала свою новонароджену доньку Скай», «ФОТО. Харлан знялася у фантастичній фотосесії для Vogue», «ФОТО. Усик зустрівся з актором, який грав антагоніста у фільмі Роккі 4».

Ще один розділ, що вирізняє інтернет-ресурс «Sport.ua» називається «ЗСЖ» або «Здоровий спосіб життя». В ньому зібрані поради з правильного харчування, комплексних тренувань, йоги та медитації для початківців тощо.

Можна на сайті знайти також спортивний календар на рік, блок із телевізійною-програмою та прогнози футбольних матчів.

Інтернет-платформа «Суспільне. Спорт» вирізняється своєю рубрикою «Українці за кордоном», де зібрані матеріали про українських спортсменів, переважно футболістів, які наразі грають за кордоном: «Колишній український волейболіст Сергій Капелусь очолив польський клуб «Бельсько-Бяла» в Плюс-лізі: що про це відомо» [47], «Віталій Миколенко відіграв усі 90 хвилин у матчі за «Евертон»: за 14 турів сезону АПЛ українець не зіграв лише 4 хвилини» [15], «Андрій Ярмоленко забив третій гол за «Аль-Айн» та продовжив результативну серію до шести матчів поспіль» [1], «Я мріяв зіграти в «Ель-Класико» з дитинства». Андрій Лунін – про гру проти «Барселони» та емоції після перемоги» [105].

Інтернет-ресурс «Football.ua» має рубрику «Правила життя», в матеріалах якої зібрані яскраві висловлювання та життєві принципи відомих футбольних гравців та тренерів: «Маленький чарівник у пошуках домівки: правила життя Філіппе Коутіньо» [55], «Лицар без страху і закиду в тіні великих капітанів: правила життя Джордана Хендерсона» [75], «Ідеальна «десятка»: правила життя Джанні Рівери» [41].

Центральну частину усіх інтернет-ресурсів, що було проаналізовано, займає блок актуальних новин, або «головне за добу». Варто зазначити також, що сайт «Суспільне. Спорт» тематично поділяє спортивні новини України та світу на два окремих блоки. Найсвіжіші та найцікавіші матеріали помічаються інтернет-ресурсом «Суспільне. Спорт» тегом «важливе» та розміщуються по центру сторінки. Інтернет-ресурс «Sport.ua» виніс на головну сторінку календар та результати спортивних змагань, а інтернет-ресурс «Football.ua» – «актуальні сюжети».

Варто зазначити, що вище згадані інтернет-видання є кросмедійними платформами і мають офіційні сторінки майже в усіх соціальних мережах, однойменні телеграм, вайбер та ютуб канали, де переопубліковуються новини, але в адаптованому для кожної окремої соціальної мережі форматі. Найбільш поширеним для соціальних мереж є формат коротких заміток із гіперпосиланням на повний текст на самому інтернет-ресурсі. Таким чином редакції залучують читачів інтернет-сайту підписуватись на сторінки медіа у соціальних мережах, а підписників сторінок у соціальних мережах – переглядати інтернет-сайт, збільшуючи кількість відвідувань, переглядів та унікальних користувачів.

В середньому інтернет-ресурс «Суспільне. Спорт» публікує 14-20 матеріалів щодня, «24 Канал. Спорт» – 24-30 матеріалів щодня, «Football.ua» – 40-60 матеріалів. Але справжнім рекордсменом є інтернет-платформа «Sport.ua», яка за добу може опублікувати більше ста матеріалів.

Зазначеним платформам характерне розміщення публікацій по «блоках» і високий рівень інтерактивності. Кожен користувач може, поставити оцінку, залишити свій коментар під публікацією та обговорити її з іншими користувачами. Для залучення більшої кількості читачів інтернет-ресурс «Football.ua» користується також засобами імерсивної журналістики, публікуючи у новинній стрічці не лише інформаційні та аналітичні матеріали, а й інтерактивні ігри (Тест: «Чи розрізняєте ви Металісти?», «Кому з тренерів УПЛ та України належить ця фраза?», «Футбольне «Що? Де? Коли?»: що ви знаєте про Роя Годжсона»). Окрім вищезазначених методів зворотного зв'язку «Football.ua» використовує форуми та конференції у форматі питання або коментаря від глядача та відповіді від головного редактору сайту Миколи Балецького та його заступника Олександра Пузіка.

Більшість матеріалів на українських інтернет-платформах є аналітичними або інформаційними. Серед інформаційних жанрів переважає замітка та репортаж, а серед аналітичних – коментарі.

Нами було проведено аналіз публікацій цих інтернет-ресурсів за пів року й відібрано близько 200 репортажів. Репортаж – це найширший і найсуб’єктивніший жанр новин. Документальність висловлювання, суворе дотримання фактів, чутливість, експресивність, особиста обізнаність у подіях, уважність до деталей. Завдання кожного репортера – насамперед створити «реальний ефект», дозволивши глядачеві побачити зняту подію очима очевидця. А це можливо лише тоді, коли репортер розповідає про об’єктивні ситуації, події, що швидко розвиваються, і звертається до сенсорних груп: зір, слух, дотик і нюх.

Одне з головних завдань репортажу – викликати емоційний відгук у читача. Репортаж – це мультидисциплінарний жанр, який поєднує техніки та методи з усіх жанрових форм, таких як інформація, аналітика, мистецтво та журналістика. У ньому використовуються елементи інтерв’ю, репортажі, нариси, портрети, але в основі тексту завжди лежить функціональне відображення того, що відбувається. Адже ознаками репортажу є лише події, обмежені в часі, змістовні та пройняті емоційною формою. А оскільки громадськість також стає учасником події, журналісти мають не лише висвітлювати інцидент, а й візуалізувати відповідний контент, щоб стати «очима» та «вухами» громадськості.

Він є одним із найскладніших жанрів журналістики в групах новин. На відміну від звичайних репортажів, фактчекінгу та логічних інтерв’ю, новини є найбільш суб’єктивним жанром у тому сенсі, що вони зображують події через емоції репортера. Наукові публікації, присвячені цьому типу досліджень, свідчать, що звіт не розглядає дані, відповідаючи на найважливіші питання: що? де? коли?

Ці історії детально розповідають про те, що журналісти побачили та почули під час події. При цьому журналісту не варто захоплюватися емоціями під час написання матеріалу. Це пов’язано з тим, що його головним завданням є, в принципі, документально надати інформацію конкретним медіа-реципієнтам про важливі події. Жанр репортера вважається

поліфонічним і відображає наявність багатьох визначень, але не всі визначення повною мірою відображають характер і природу цієї жанрової форми.

Усі проаналізовані нами репортажі належать до подієвих. В їхній основі – окремо взяте спортивне змагання: футбольний матч, боксерський поєдинок, тенісний турнір, біатлонна гонка, автомобільні перегони тощо, а журналіст мав на меті розповісти про спортивне змагання у деталях.

Візьмемо до прикладу репортажі з інтернет-ресурсу Sport.ua. Спочатку проаналізуємо заголовки: у більшості своїй вони є стислими, зрозумілими та метафоричними. Їх образність досягається використанням певних словосполучень, до прикладу: «Безславний виліт» [4], «Карколомний стрибок» [43], «Болючий реванш» [10], «Із високо піднятою головою, але без очок» [40], «Переможний ритм» [66], «Божевільні гойдалки» [8].

Далі звертаємо увагу на ліди. В проаналізованих нами репортажах зустрічалось декілька їх видів, зокрема драматичний («не зуміли вчинити опір» [10]), лід-вішалка («Колектив Мірчі Луческу завершив виступи в Лізі Європи з одним здобутим балом» [4], «Гірники» забили три голи у ворота суперників» [22], «Команда Ігора Йовічевіча зазнала першої поразки у поточному груповому турнірі Ліги чемпіонів» [40], «Команда Максима Павленка здобула перемогу на старті Ліги чемпіонів із футзалу» [66]).

Наступною характерною рисою репортажів є динаміка. Вона забезпечується лаконічними описами подій із позначенням часу: «...уже на 61 хвилині нападник Прядун... На 78 хвилині гравець атакуючого плану відгукнувся» [22], «Лише на 20-й хвилині в Ігнатенка пройшло закидання» [59], «...на завершення 11 хвилини Петро Шотурма вдало відкрився...», «Ворсклі» вистачило скористатись помилкою ... на 64 хвилині» [79]; великою кількістю дієслів: «атакував», «піймав», «летів», «встиг», «відгукнувся» [22], та конструкцій: «активно працювали фланги», «завершив карколомний прохід пострілом», «не полишав у спокої ні на мить» [56]; описом власних почуттів та переживань: «Важко було назвати намагання

«Чорноморця» ходити до атак реальними спробами відігратись» [43], «Побачити ... «Динамо» було доволі неочікувано, і ще менш вірогідним вважалось те...» [4].

Журналіст Олександр Снітко використовує в своїх репортажах також риторичні питання, наприклад: «То які ми надії тоді взагалі плекали?» [4], «Де був наш позиційний захист у ці хвилини?», «Де був бодай якийсь вплив від замін під час гри?» [10].

У зазначених репортажах використовується багато емоційно-забарвленої лексики, епітетів, перебільшень: «новачки «елітної» першості» «влаштують справжній вихор із атак», «цупко вхопились за хвіст», «підчищаючи ... помилки», «сам перечепився..., сам упав на газон, а арбітр на це повівся», «Зоря» помітно губилась», «атакувати чужі володіння» [78]; «не міг прийти до тями», «подача Мудрика ... знайшла голову Кривцова» [8]; «геть не були схожими на самих себе», «ввів «Ворсклу» до стану переляку» [79]; «проводив двобій і за себе особисто, і за всю Україну», «почали перевіряти реакцію чужого голкіпера», «наразились аж на три пропущених м'ячі», «М'яч було віддано їм на поталу» [66]; «сільське дербі», «була дуже доречною майже повна відсутність глядачів на трибунах» [35]; «Акробатичний етюд від Олександра», був справжньою окрасою зустрічі [40]; «рятувати власну команду», «в рамці воріт устиг попрацювати» [38]; «Після такого ляпаса від «Тартанової армії», «Кривцов обрізався», «Селараян втік до наших воріт», «впевнену гру продемонстрував Лунін», «рисунок гри особливо не змінився», «українці спіймали кураж» [59], «все починалось звітним вечором на полі «Гемпден Парк», де ми вже знали, як святкувати перемогу» [10]; «розхитати оборонні побудови суперників», «реалізувати «план Б» петрівці не поспішали», «гол практично «убив» інтригу матчу» [21]; «Допоки м'яч закочувався в ворота», «знову наступили на одні й ті самі граблі», «Суперники підхопили успіх» [4]; «могли як згоріти... так і до останнього боротись за власне щастя» [22].

Замість назв команд автором використовуються образні прізвиська: «золоті леви» [22], «червоно-чорні» [56], «канарки» [4], «гірники», «петрівці» [21], «моряки» [43], «тартанова армія», «синьо-жовті» [10], «біло-сині» [38], «бланкос», «козаки» [40], «поліграфи» [8] тощо.

В своїх спортивних репортажах автор використовує метафоризовану лексику, яка сприймається читачами як спортивні терміни та метафоризовану лексику, що невідома звичайному користувачу і є продуктом журналістської діяльності: «Із «сухим» рахунком» [40]; «не пробачив суперників», «було відновлено справедливість», «завантажувати м'яч» [78]; «в ближню дев'ятку», «суперників пробачив» [8]; «Гра в ці хвилини ще розгойдувалась», «пострілом із носка» [66]; «руйнувати захист», «На вістрі атаки», «складно дати раду м'ячу» [10], «вимагати гучної вивіски», «залишитись поза фарватером глядацького інтересу» [22].

Розглянемо репортажі від інших авторів цього інтернет-ресурсу щоб перевірити, чи такий стиль викладання матеріалу належить одному репортеру чи виданню. Проаналізуємо репортаж «Джойс розмазав Паркера. Далі – Усик?» [32].

Як можна бачити, журналіст використовує багато епітетів, перебільшень, поетичних синонімів: «технар», «агресивний боксер», «смачна класика», «лупив», «Паркер скінчився», «Джойс відчув потрібну дистанцію», «смачнющий назустріч», «більш боляче було дивитись», «Паркер летів половину рингу», «видав урок американського боксу», «прошивав захист», «класна робота на ногах», «створити проблеми чемпіону та фавориту», «займався справами у ринзі, а не відпочивав», «перепрацював масивного візаві».

Можна зробити висновок, що стиль із наявною великою кількістю художніх прийомів спостерігається не лише в одного автора. Він характеризується образністю, лаконічністю, короткими реченнями, метафоризованою спортивною лексикою.

Розглянемо ще один репортаж присвячений боксерському поєдинку Джо Джойса та Джозефа Паркера «Джо Джойс нокаутував Джозефа Паркера та викликав на бій Олександра Усика» від редакції «Суспільне. Спорт» за авторством журналіста Олексія Мандзія [31].

На відміну від репортажу Лева Кравцова, який має лід-стакатто («Промоутер точно вимагатиме зустрічі проти українця»), цей є прикладом класичного ліду-вішалки («Британський боксер став тимчасовим чемпіоном WBO у суперважкій вазі»).

Репортаж характеризується насиченістю подій. Журналіст викладає зміст стисло, швидко, точно і динамічно, використовуючи наступні дієслова та конструкції: «здолав», «захопив ініціативу», «почав домінувати», «наносив удари», «контратакував», «упав». Але у порівнянні із попереднім репортажем він не вирізняється емоційно-забарвленою лексикою, епітетами, метафорами тощо.

Як можна бачити, репортаж написаний професійним репортером має такі жанрові особливості:

- автор розповідає події швидко і точно, сюжетно і мотивовано;
- єдність літератури і мистецтва;
- події все ще проходять активно і насичено;
- основний спосіб звітності – моніторинг подій, точна фіксація прогресу та результатів;
- вживання дієслів у теперішньому часі (результати існування);
- використання відповідної мови, коротких діалогів та лексики, щоб передати почуття, визначення та емоції за допомогою зображень і методів спілкування;
- композиція, побудована за правилами драматургії та містить початок, розвиток, закінчення та завершення історії.

Тому репортаж є найбільш суб'єктивною, емоційною та динамічною формою новин. Для цього потрібно мати художні здібності, знати мову. Проблеми, пов'язані з роллю нових українських жанрів у друкованій та

електронній пресі, змінами класифікації жанрів актуальних медіа, змінами в онлайн-літературі також є дуже важливими й необхідними для професійних журналістів.

3.2 Спортивний коментар на прикладі українських спортивних інтернет-ресурсів

Виділяючи спортивний коментар як дискурсивний жанр, що впливає на статус спортивних подій, можна визначити важкі прагматичні функції, які спортивний коментатор виконує під час трансляції: модальна модерація, когнітивна та аксіологічна компетентність, опис і презентація. Управління заявами, керування надлишковістю вмісту, напрямок, оцінка, доступ до мовного коду реальності, локалізація поточних подій, когнітивний контроль доступу до звітних даних, значущі зображення, керування обсягом звітів. Інформативність, осмисленість, мовна спрямованість і ситуативна наступність, національна, етнічна та соціальна ідентичність, емоційна толерантність, особистий мовний і мовленнєвий досвід, психологічна та мовна толерантність.

Зазначені вище параметри мовленнєвої особистості не можуть вплинути на формування сучасного спортивно-коментаторського дискурсу. Ми можемо визначити основні характеристики жанру спортивного коментаря, об'єднавши прагматичні функції спортивного коментаря як такого та лінгвістичні функції, які виконує спортивний коментатор, коментуючи реальну подію та транслюючи її в медійну подію. Загалом таке поєднання дає змогу типологізувати конститутивні ознаки спортивного коментаря, що важливо для визначення конститутивних ознак спортивного дискурсу в цілому, а також родових ознак самого спортивного коментарю.

У тематичній класифікації спортивних видань ми використали підхід європейської спортивної журналістики, досліджуючи спортивні матеріали. Зокрема, за словами Розенталя, матеріали з різних спортивних змагань

поділяються на три основні групи: передісторія, підсумки гри та аналіз після гри.

Перший вид – це передзмагальні попередні матеріали, де редактор може проаналізувати статистичні дані про роботу майбутніх учасників змагань, оцінити їхні шанси на перемогу (самостійно або звернувшись до експертів того чи іншого виду спорту) та прокоментувати читачам. Спортсмени, тренери та інші представники команд інформуються про місце проведення змагань, погодні умови, ажіотаж глядачів, заходи безпеки на спортивній арені тощо, надають необхідну або просто цікаву інформацію. Прикладом слугує публікація з інтернет-ресурсу «Football.ua» «Дербі Ломбардії, Інтер проти Тьяго Мотти та інше: прев'ю 14-го туру Серії А» – великий анонс туру чемпіонату Італії [30].

Другий вид – це ті ж ігри, конкурси, змагання тощо. Тут увага редактора прикута до основних етапів перегонів, до подій та емоцій, які виникають під час трансформації змагань.

Третій тип – аналіз після змагання, орієнтований на аудиторію, де кожна деталь має значення. У цьому типі публікації репортер вказує на помилки цілих спортсменів або команд, порівнює їх, проводить паралелі, аналізує техніку і тактику кожного окремого спортсмена або команди, показує причинно-наслідковий зв'язок з перемогою або призводить до перемоги, наприклад: «Статистичні портали визначились з оцінкою Ярмолюка у дебютному матчі за Brentford» [86].

Умовно спортивний коментар можна розділити на три складові частини, розглянемо їх на прикладі коментаря до футбольного матчу Україна-Шотландія від інтернет-ресурсу «Sport.ua» [95]:

1. Початок, який передбачає представлення події, привітання із глядачами та короткий вступ. «Добрий вечір! Сьогодні наша збірна спробує, по-перше, довести, що виліт з дивізіону А через швейцарські кабінети був випадковістю, по-друге, взяти реванш за недавню прикру розгромну поразку від тих же шотландців. Дивимось і вболіваємо!».

2. Основна частина, або безпосереднє коментування самого змагання. Воно може подаватись у формі звіту, коли коментатор коротко подає відомості про основні події, і у формі аналітики, коли коментатор додає своє оціночне судження. Зазначений нами коментар подається у формі звіту: «Момент! Лунін і захисники перепасовувалися, невдало винесли м'яч і Макгінн нас пробачив після удару метрів з 10 – тільки кутовий», «9' Ярмоленко прокинув м'яч між ноги супернику в центрі, але пас на Довбика не пройшов», «Небезпечно! Раян Джек наодинці опинився на куті воротарського майданчика і красиво обвідним ударом пробив вище лівої дев'ятки», «48'Забарний пішов на трьох і заробив штрафний».

Наведемо також приклад аналітичного коментаря: «Свисток. Ідемо на перерву. 0:0 у нашому матчі за підсумками першої половини. У першій половині гри Ювентус більшу частину ігрового часу відсидів у захисті, але навіть за таких умов мав кілька нагод для того, аби пропустити. Інтеру не вистачає наполегливості в атаці, тоді як суперники не ладнають із передачами за центральну лінію» [104].

3. Заключна частина, у якій коментатор підбиває короткий підсумок «90'+4 КІНЕЦЬ МАТЧУ! У підсумку, збірна України залишилась на другій сходинці турнірної таблиці, тому продовжуватиме виступи в дивізіоні В. Для збірної Шотландії цьогорічна кампанія Ліги націй УЄФА завершилась на першому місці».

Розглянемо ще приклади коментарів боксерського поєдинку між Ентоні Джошуа та Олександром Усиком, опублікованого інтернет-ресурсом «Sport.ua» та «Ломаченко – Ортіс: Як це було, Ломаченко переміг Ортіса» від інтернет-ресурсу «UA-Футбол».

Говорячи про спортивну подію (у нашому випадку боксерський поєдинок), журналісти видань «Sport.ua» та «UA-Футбол» використовують цілком конкретні образні словесні описи для створення уявлення про

спортсменів. Початок поєдинку – типове класичне презентаційне повідомлення коментатора про саму подію та її учасників.

У коментарях до появи боксерів на рингу використовується специфічний тип подачі. Наприклад: «Український боксер Олександр Усик (19–0, 13 КО) та британець Ентоні Джошуа (24–2, 22 КО) проводять бій-реванш. Будуть розіграні пояси чемпіона світу в суперважкій вазі за версіями WBA, WBO, IBF та IBO, які належать Усику. У вересні 2021 року перший бій завершився перемогою Усика за очками. За контрактом Джошуа скористався правом на бій-реванш» [65]. Або «у битві легковаговиків зійдуться українець Василь Ломаченко (16-2; 11 КО) і американець Джемейн Ортіс (16-0-1; 8 КО). Безсумнівно, на нас з Вами очікує головний поєдинок жовтня» [53].

Наведені описи, наприклад, словесні описи та заяви людей, які беруть участь у спортивних заходах, забезпечують повну лінгвістичну карту майбутнього змагання, і в той же час ми знаходимо такі описи певного виду спорту та частини презентації:

1) хронікальні, локальні і персональні референції учасників змагання — назви і імена країн, які вони представляють («Олександр наразі захищає титули чемпіона за версіями WBA, WBO, IBF та IBO» [65], «Ну що, друзі, ось і настав цей момент. Василь Ломаченко вже прямує до рингу, щоб здобути чергову перемогу для України. Віримо та вболіваємо за нашого хлопця» [53]);

2) опис професійного статусу («Український суперважкоатлет Олександр Усик (19–0, 13 КО) вийде на матч реванш проти Ентони Джошуа з Великобританії (24–2, 22 КО), який хоче повернути титули чемпіона за версіями WBA, WBO, IBF та IBO»; «Юридично для Василя цей бій рейтинговий, а фактично – знову шанс на битву за чотири пояси, цього разу проти Девіна Хейні» [53]);

3) дескрипції спортивних досягнень учасників («У вересні 2021 року перший бій завершився перемогою Усика» [65]; «У грудні 2021 року український боксер переміг ганця Річарда Коммі. За сценарієм, який

вибудували для Ломаченка його промоутери та тренерський штаб, наш спортсмен у 2022 році мав вийти на поєдинок за титул абсолютного чемпіона світу» [53]).

Окрім підтримки фізичного контакту для спілкування з глядачем, який діє як віртуальний співрозмовник, спортивний коментатор також використовує метадані, які дають уявлення про фізичний стан і спортивну форму спортсменів («У обох боксерів завершуються сили. Неймовірний поєдинок!», «Джошуа зрозумів, що далі так тримати не може. Ентоні вмикається й націлений на корпус суперника» [65]) їхній зовнішній вигляд і пов'язані з цим обставинні-алюзії інституційного характеру («Різниця у габаритах – колосальна, українець виглядає набагато меншим» [53]) , прогнози щодо можливих результатів боксерського поєдинку, як, наприклад, інформація про стан спортсмену на рингу «Усик поки що рухається не досить активно» [65], «Важко українцю. Точну двійку дав і Ломаченко, але поки цього мало, бій веде суперник», «Василь майже не влучає по ударам, так набирати очки не вийде», «Справи у Ломаченка не хороші після семи раундів, судді явно не на його боці», «Втомився і американець, але немає серійної роботи від Ломаченка, тільки поодинокі випадки. Цього не достатньо для перемоги...» [53]. Отже, критик вносить цікавість у розмову з глядачем і загострює його очікування, що є певної маніпулятивної стратегією.

Розглянемо таку характеристику спортивних коментаторських дискурсів – це оцінка спортсменів, публіки, арбітрів, самої спортивної події та фактів, які її формують. У проаналізованих нами репортажах про спортивні змагання виявлено такі види словесної оцінки:

- оцінка коментатором роботи спортсмена з використанням прислівників та підсилювальних прикметників («Наприкінці раунда пройшла чудова двійка від Усика»); динамічна оцінка продуктивності та особистості тенісиста за допомогою таких виразів: «Усик тримається та одразу відповідає. Все під контролем!», «Усик активізувався і почав

атакувати першим номером! Чудовий бокс!», «Неймовірний поєдинок!»);

– оцінка коментатором публіки присутньої на стадіоні («Барселона святкує!», «Каталонці навряд-чи можуть розраховувати на теплий прийом» [115]).

– якісна оцінка спортивного змагання з точки зору привабливості для глядача («Безсумнівно, на нас з Вами очікує головний поєдинок жовтня» [53]).

Спортивним коментарям опублікованим на досліджуваних українських інтернет-сайтах властива динамічність викладення інформації, її точність та швидкість. У спортивному коментарі цінується оперативність, тому коментарі оновлюються після кожного вдалого або невдалого «муву».

Спортивному коментарю властива мова фактів, предметом спортивного коментарю можна назвати певну спортивну подію, змагання. Головним героєм виступає коментатор, який передає зміст події читачам інтернет-видання. Він має вміти імпровізувати, пояснювати невідомі терміни, факти або події, що трапились та робити оперативний аналіз, ставити свої оцінку події, діям спортсмена чи тренера.

Проаналізованим нами спортивним коментарям також властиві спеціальні лексичні засоби, за допомогою яких коментатор впливає на читача інтернет-ресурсу. Які саме засоби використовуються побачимо на прикладі репортажів «Футбольний матч Рієка – Україна» розміщеного на інтернет-платформі «UA-Футбол» та «Формула 1. Гран-прі Абу-Дабі. Фінальна гонка!» розміщеного на інтернет-платформі «Sport.ua».

1) Емоційно-оцінна лексика, що містить в собі оціночне судження про явище чи предмет. «вирізав класний пас», «Непоганий момент», «в'яло пресингували», «не вдалося якісно пробити», «Потужна відповідь» [104]; «Неймовірний фініш сезону», «Неймовірна Формула-1», «така фантастика», «Це якесь божевілля!» [74].

2) Терміни – слова чи словосполучення, що називають певне явище чи подію: «штрафний кут», «пас», «пресинг», «правий фланг», «офсайд» [104]; «бокси», «найшвидше коло», «сейфті-кар» [74] тощо.

3) Жаргонізми – лексика притаманна певній групі людей «Хорвати засіли на своїй половині поля», «Буяльський вирізав класний пас», «Сидорчук вмудрився отримати гірчичник», «Артем сам накрутив захисника», «Буяльський прийняв ... та покотив низом» [104].

4) Спортивний сленг, що використовується для більшої експресивності. Наприклад: «гірчичник» – жовта картка; «круглий» – у зазначеному репортажі мався на увазі м'яч [104].

В результаті аналізу було встановлено, що жаргонізми та сленг використовуються, щоб залучити читача або додати додаткові емоції чи гумор. Однією з цілей використання цієї лексики в спортивних новинах та аналітичній літературі є бажання автора достукатися до читача, підкреслити спільність інтересів і точок зору або викликати в нього почуття та яскраві емоції. Щоб азарт спортивних подій оживив спортивний коментар. Незважаючи на те, що сленг і просторіччя значно збагачують мову коментарів, вони вживаються нормовано і стилістично доцільно, щоб не погіршити якість тексту.

Іншою основною характеристикою спортивного коментаря є інструментальність. До неї належать цільові поради, оцінка та спілкування. Оскільки спортивний коментатор систематично нав'язує свою точку зору на спортивну подію, задум реалізується у вигляді впливу на глядача. Для цього коментатор може використовувати риторичні запитання, як от «Ви уявляєте, яким веселим буде рестарт?» або «Перевага Хемілтона над Ферстаппеном зросла до 6 секунд. Невже інтрига закінчилася?», «Ви коли-небудь бачили таку фантастику?» [104].

Часто об'єктивний контроль визначається за допомогою більш вербальних оцінок – позитивних і негативних. Рейтинги – це свідомий спосіб домінувати в жанрі спортивних коментарів. При цьому емоційність у своїх

власних аспектах (пов'язаних з емоційною оцінкою мовлення) включена в мовну систему, оцінка тунелю є частиною об'єктивних модальних значень. Інші аспекти, які пов'язані з внутрішньою ситуацією, почуттям і способами іменування мови мовця, є елементами зовнішнього середовища, пов'язаними з мовною системою.

Аналіз робіт, присвячених проблемі виділення експресивної, емоційної та модальної сторін мови, приводить нас до одного висновку: поняття експресивності, емоційності та стилю бувають лексико-граматичними та фонологічними. Однак різниця між ними чітко проглядається в процесі спілкування.

Експресія відрізняється від емоції тим, що вона є універсальним підсилювачем виразності мовлення при передачі почуттів, бажань, а емоція передає індивідуальні почуття. Дієслова з елементами оцінки в семантичній структурі наповнюють увесь спортивний дискурс. Навіть у жанрі спортивного огляду часто зустрічаються негативні оцінки. Загалом негативно оцінюються умови проведення змагань та якість спортивних суддів.

Різноманітність мовної структури є ключем до виконання основних завдань спортивного коментаря та конкретних завдань, які стоять перед спортивним журналістом. За допомогою аналізу мови ми виявили засоби вираження, які допомагають досягти бажаного результату.

Можна помітити, що вони часто використовують невербальні підказки для аналізу коментарів, що допомагає журналісту зв'язатися з читачем і чіткіше передавати історію. Вони можуть бути запозичені з іншої мови. Але для любителів спорту вони не стануть перешкодою, адже більшість із цих слів давно знайшли своє місце в українській мові. Деякі приклади: «пенальті», «рефері», «голкипер», «аут», «фол», «болід», «сейфті-кар», «сліки», «форвард», «центрбек» тощо.

Спортивним коментарям притаманна певна специфіка. Назви стадіонів, доріжок або спортивних подій не перекладаються, наприклад Rattlesnake

Point Golf Club (назва гольф-клубу), Sandown 500 (назва турніру), Brighton Community Stadium (назва стадіону), X-Games (найбільша гра в світ.), тощо.

Команди є важливою частиною спорту; як і назви спортивних команд, клубів, телевізійних станцій і професійні спортивні терміни. Приклади: NCAA (National Collegiate Athletic Association), MVP (Most Valuable Player), CBS (Columbia Broadcasting System), American Television and Radio Network, ІІНФ (International Ice Hockey Federation) тощо.

Поширеним прикладом використання евфемізмів є опис програшу улюбленої команди за допомогою журналіста, який намагається «пом'якшити удар» уболівальникам, посилаючись на програш як на досвід.

Таким чином, створюючи за допомогою сатири штучно нейтральну чи позитивну інтерпретацію, чи подаючи негативну новину в легкій формі, журналіст може замаскувати справжній характер події. Крім того, у спортивних репортажах часто використовуються приклади, присвячені етичним і моральним цінностям спорту. Такі слова мають унікальну здатність певним чином зворушити читача та створити глибоке емоційне переживання.

Ще однією лексичною особливістю спортивного тексту, включеного та покликаною підвищити оригінальність викладу матеріалу та посилити його вплив на читача, є активне використання індивідуально написаних неологізмів. Їх використання дозволяє автору зосередити увагу на потрібних сторонах описуваного явища та реалізувати потрібні стратегії.

Отже, ми побачили, що в спортивних коментарях можна зустріти спортивну термінологію, назви команд і географічне розташування, іронію, емоційно-синтаксичні одиниці тощо, крім того, основними стилістичними прийомами, якими вирізняються спортивні статті, є коментар, метафора та персоніфікація та інші.

Це дослідження розкриває декілька функцій, які виконує мовна особистість спортивного коментатора. Ці функції в основному пов'язані з функціями мови та мови і є частиною всього мовлення. Основні особливості

спортивного дискурсу реалістично проілюстровано через аналіз комунікативної поведінки спортивних коментаторів. Жанр спортивного коментаря – словесне відображення спортивних подій мовними діями.

Комунікативна поведінка коментатора характеризується декількома спеціальними функціями – модерація моделі, наявність когнітивної та аксіомної здатності, опису та презентації, які характерні для сутнісного опису/оцінки образу. Характеристика комунікативної поведінки спортивного коментатора як мовної одиниці відображається в навіюваннях, що спрямовуються на читача спортивного репортажу, і відображається в лінгвістичних операційних параметрах, таких як пасивний і імперативний контроль, когнітивний доступ і кількість інформації, яка наразі доступна.

3.3 Рекомендації щодо висвітлення спортивних новин

Поява нових медіа (інтернет-ЗМІ) дає змогу демонструвати спортивні змагання та інші події, пов'язані зі світом спорту, на дуже широку аудиторію. «Саме за новими медіа майбутнє спортивного PR, тому в останнє десятиріччя інформаційно-аналітичні інтернет-ЗМІ привертають увагу дослідників» [33, 9].

Нові медіа, або ж інтернет-ЗМІ вже не тільки демонструють спортивні події, а й дають змогу інтерактивно взаємодіяти з аудиторією, залучати її до процесу гри, дають змогу читачам або глядачам самостійно обирати, який саме тип контенту споживати – все це сприяє формуванню ціннісних орієнтирів публіки, розумінню власних звичок та уподобань.

Форми подачі інформації можуть бути різноманітними: від онлайн-трансляцій спортивних подій на спеціальних ресурсах, до фоторепортажів, текстових трансляцій у соціальних мережах, наприклад, твітері, прямих ефірів у інстаграмі, кумедних відео з результатами змагань у тіктоці тощо. Кожна із платформ має власну аудиторію, яку можна охарактеризувати за

віком, статтю, уподобаннями, соціальним статусом, місцем проживання тощо.

Важливо, що у нових медіа досить просто збирати статистичну інформацію, що допомагає краще розуміти свою аудиторію (таргетинг): її віковий поділ, стать, інтерес до певного виду спорту, матеріалів певного автора, конкретного типу контенту: фото, відео, аудіо, текстового, коротких повідомлень тощо.

Існують певні стандарти, що допоможуть зробити журналістські матеріали на будь-яких платформах читабельними, легкими до сприйняття. Ці поради стануть в пригоді тим, хто хоче працювати об'єктивно, неупереджено, створювати корисні матеріали без упереджень та дискримінації.

Почнемо зі загальних журналістських порад, які обов'язково потрібно дотримуватися при роботі в інтернет-медіа:

1. Відступи між думками, тезами та абзацами. Новини на інтернет-ресурсах обов'язково повинні бути легкими до сприйняття. Між окремими думками, тезами або абзацами має бути «повітря», відступи, що дозволяють читачу простіше та ефективніше сприймати текст.
2. Підзаголовки та списки. Потрібно «розбивати» текст за допомогою підзаголовків різного розміру, списків, кожен список яких позначається цифрою, спеціальним символом, літерою тощо. Це допомагає тексту краще індексуватися у пошукових системах, наприклад, google, а також робить його візуально привабливішим для читачів та читачок.
3. Посилання у тексті. Будь-який журналістський матеріал повинен містити посилання на джерело (якщо йдеться про новинний матеріал). Якщо це унікальний редакційний матеріал, у ньому потрібно розміщувати згадки про експертів та експерток, які стали джерелами інформації, посилання на наукові дослідження, фахові тексти, що були використані при написанні матеріалу тощо.

Матеріали зі спортивної тематики мають власну специфіку. Можна виділити цілу низку порад з різних аспектів, що зроблять журналістський текст корисним, цікавим, а також допоможуть уникнути дискримінації спортсменів та спортсменок.

Експерти Громадської організації «Інститут масової інформації» розробили список порад для журналістів та журналісток, які пишуть на спортивну тематику [106]. Ми використали деякі з них при підготовці наших тез про висвітлення спортивних подій на інтернет-ресурсах.

Загальні поради щодо дотримання журналістських стандартів при створенні матеріалів на спортивну тематику для інтернет-медіа:

1. Уникайте оціночної та надто емоційної лексики при розповіді про дії або перемоги спортсменів. Не вживайте слів на кшталт «вражаючий», «жахливий», «фантастичний», «неймовірний», «чудовий», «шокуючий» тощо.
2. Обов'язково дотримуйтеся фахового стандарту точності. Журналістка або журналіст, який висвітлює спортивну тематику, повинні орієнтуватися у термінах, визначеннях, вимогах до спортсменів, правилах перебігу тих чи інших видів змагань тощо.
3. Неодмінно запрошуйте самих спортсменів коментувати ваші матеріали. «Професійні спортсмени можуть помітити ті аспекти спортивної події, які пройдуть повз увагу звичайного глядача» [106].
4. Оперативність. Безумовно, оперативне подання інформації – неодмінна вимога до будь-яких журналістських матеріалів, у тому числі й до новин зі спортивної тематики. Однак важливо дотримуватися балансу між оперативністю та достовірністю – ретельно перевіряйте усе, що плануєте опублікувати, ще до публікації.
5. Обов'язково зробіть аналіз попередніх ігор з цієї спортивної дисципліни та того виду змагань, про який пишете. Додайте до свого матеріалу так званий «бекграунд» – пояснення про те, що відбувалося раніше.

6. Зважайте на аудиторію свого медіа. Можливо, їй потрібно розповісти детальніше, у чому полягає суть змагання, як розвиваються події на спортивному майданчику тощо. Якщо ж аудиторія досвідчена та розуміється на конкретному виді спорту, то, навпаки, не потрібно перевантажувати текст непотрібними описами та деталями.

7. В будь-якому разі, намагайтеся подавати матеріал максимально просто: викладайте одну думку в одному реченні, не зловживайте термінологією, не вживайте складних конструкцій, пояснюйте те, що може бути незрозумілим для читачів.

8. Не забувайте брати коментарі не тільки в спортсменів, а й в тренерів.

9. Коментарі уболівальників – ще один важливий аспект журналістського матеріалу на спортивну тематику. Однак потрібно зважати, що глядачі можуть бути не надто обізнаними в спортивних аспектах й добирати для своїх матеріалів тільки корисні, влучні коментарі.

10. У жодному разі не демонструйте власні спортивні уподобання під час створення матеріалу. Якщо вам подобається, наприклад, футбольна команда, а ви пишете про її конкурента, це не має відобразитися на якості та тоні вашого матеріалу.

Поради, що допоможуть уникнути сексизму та інших видів дискримінації:

1. У жодному разі не акцентуйте увагу на зовнішності, особистому житті, минулому та чутках про спортсмена або спортсменку.

2. Не можна вдаватися до сексуальної об'єктивації спортсменів та спортсменок. Сексуальна об'єктивація – це «сприйняття когось як виключно сексуального об'єкта» [103]. Журналісти часто вдаються до такого типу об'єктивації, вживаючи коментарі щодо зовнішності спортсменів та спортсменок, наголошуючи, що існують якості конкретні види спорту для чоловіків і жінок. Також об'єктивація може

бути присутня у фото- та відеоматеріалах. Вона проявляється у висвітленні окремих ракурсів, конкретних моментів зі змагань тощо.

3. Надзвичайно важлива порада від ІМІ: «Уникайте гендерних стереотипів у спорті, це стосується і фото та відеоматеріалів» [103]. «Гендерні стереотипи – сформовані в культурі узагальнені уявлення (переконання) про те, як повинні поводитися чоловіки і жінки, про те, що очікує від них суспільство» [73, 298]. У спорті й без того вистачає гендерної нерівності: наприклад, жінки набагато рідше стають коментаторками спортивних змагань, їх доступ до спорту часто обмежений суворішими віковими та соціальними рамками: наявністю дітей тощо. Тому журналістам не варто штучно додавати гендерної нерівності ще й у власні матеріали.

Як бачимо, у темах, що стосуються спортивних подій, є чимало місця для стереотипів. Стереотипи потрібно викорінювати як зі свідомості журналістів та журналісток, так і з масової свідомості. Це важливо ще й тому, що зараз спостерігаємо ситуацію, коли профільних журналістів стає все менше.

В інтернет-ЗМІ часто одні й ті ж люди пишуть на різні теми, не до кінця усвідомлюючи усіх тонкощів роботи з конкретною тематикою. Медіа підлаштовуються під формат коротких повідомлень і створюють матеріали для публіки, що має кліпове мислення [106]. Хоча це і дає змогу створити красиву картинку, однак часто втрачається потрібний зміст, бекграунд і в новини потрапляють стереотипи.

Щоб цього не відбувалося, потрібне всебічне навчання осіб, які згодом створюватимуть контент, підвищення загального рівня ерудиції, вивчення тематики прав людини, що допоможе уникнути стереотипізації та дискримінації. Створення та публікація таких порад, як наші, також може допомогти при публікації матеріалів на спортивну тематику: їх перевагою є подання інформації у простій, стислій та зрозумілій формі.

Низка розроблених рекомендацій була використана при написанні блогів для інтернет-платформи «Mustpost.online».

ВИСНОВКИ

Розвиток пов'язаних зі спортом медіапроцесів, значення спорту в просторі медіакомунікації, ступінь впливу спортивних медіакомунікацій на аудиторію дозволяють визначати спорт як самодостатній медіафеномен. Спорт став явищем планетарного масштабу – підсумками змагань цікавляться мільйони людей у всьому світі, сама спортивна тематика тісно переплітається з політикою. Спорт виступає важливим інструментом консолідації суспільства, впливає на спосіб життя людей, підтримує загальнолюдські та культурні цінності.

Спорт стає медіаподією, що об'єднує всіх учасників спортивної комунікації: спортивні організації, спортсменів та тренерів, ЗМІ (журналісти, редакції), всіх членів аудиторії, хто цікавиться темою спорту, спортивні клуби та фанатські рухи, політики, бізнесмени, рекламодавці.

Відбувається злиття медіаканалів та спортивної індустрії. Медіаканали як частина спортивної медіаіндустрії впливає на правила проведення спортивних змагань. Сучасний спорт залежить від видовищності, а правила та функції змінюються за змінами потреб аудиторії.

Особливу роль в медіатизації спорту відіграє онлайн-комунікація в інформаційному супроводі великих спортивних заходів. Ця роль обумовлена, з одного боку, розвитком медіакомунікацій в цілому і процесами медіаконвергенції в спортивному медіасегменті зокрема, а з іншого – об'єктивним переходом аудиторії великих спортивних змагань, включаючи Олімпійські ігри, в онлайн і розвитком онлайн-технологій, що дозволяють упаковувати і дистрибутив в стислому форматі та в стислий термін.

Спорт – це медіакомунікаційний феномен, який включає комунікацію країн-учасниць у просторі спорту та політики, комунікацію аудиторій спорту та медіа, комунікацію всередині спортивної та журналістської спільнот, залучає ЗМІ у виробництво особливого типу контенту, що задовольняє не лише потребу в отриманні оперативної інформації подіях, а й у діалозі з

аудиторією та всередині аудиторії з приводу людей та подій. У просторі сучасних медіакомунікацій сам спорт дедалі більше стає бізнесом – цьому сприяють як суспільні реалії, що змінилися, так і ті можливості, які дають медіакомунікації.

Оцінюючи ступінь розвитку української спортивної комунікації, поки що рано говорити про таке явище, як «медіаспорт», у тих масштабах, у яких воно постає у США та країнах Європи. Швидше, можна спостерігати його окремі риси: вплив спортивних медіа на культуру, транслявання набору цінностей, об'єднання аудиторії та ін. Проте глобалізація та інтенсифікація інформаційних процесів у спортивній сфері дають право прогнозувати, що ці тренди згодом прийдуть і до України.

Більше за все інше вплив цифрових медіа на спортивну журналістику був як прискорювач. Цифрові медіа прискорили спортивну журналістику так само, як і журналістику новин. Журналісти виконують більше роботи, ніж раніше, і від них вимагається працювати швидше. Цифрові медіа дали можливість спортивним журналістам цілодобово публікувати оновлення новин і змінюють базову модель подання новин. Журналісти створюють різний контент – історії, дописи в блогах, твіти, відео, подкасти, фотографії – а редактори редагують копії, розробляють сторінки для друку, публікують історії в Інтернеті, відстежують та оновлюють соціальні мережі. Загалом зростає популярність кросмедійних платформ через те, що вони дозволяють залучити до читання публікацій на сайтах якомога більше читачів завдяки публікаціям коротких заміток із гіперпосиланнями на основний журналістський матеріал, будь то інтерв'ю, репортаж, аналітичний звіт тощо.

Якщо говорити про тематичне направлення спортивних інтернет ресурсів, можна виділити декілька основних напрямлень, зокрема великі спортивні змагання, олімпіади, чемпіонати світу або Європи, інтерв'ю із відомими спортсменами. Але найбільше публікацій за останні пів року пов'язано з війною. Не дивлячись на те, що на якийсь час спорт в Україні вимушено зазнав змін, журналісти знаходять матеріали для публікацій. Тепер

вони здебільшого присвячені життю спортсменів в умовах повномасштабного вторгнення, історія тих, хто виїхав з окупації, тих, хто зараз на фронті захищають нашу країну та тих, хто забезпечує їм добрий тил. Є й матеріали присвячені вболівальникам, зокрема футбольним ультрас, які ще з початком повномасштабного вторгнення встали на захист країни.

Жанрове наповнення спортивних інтернет ресурсів складають інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Задачею інформаційних жанрів є донесення до користувача певного факту, події. Превалюючими інформаційними жанрами в українській спортивній інтернет-журналістиці за результатами аналізу можна назвати замітку, репортаж, звіт, відеосюжет, відеореліз, інтерв'ю тощо. В аналітичних жанрах журналісти не просто повідомляють про подію, а й надають її експертну суб'єктивну оцінку. До тих аналітичних жанрів, що з точки зору спортивної масової комунікації зустрічаються найбільше можна назвати статтю, коментар і бесіду. Рідше за все зустрічаються художньо-публіцистичні, але серед них як найбільш розповсюджені можна виділити нариси.

Окремими жанрами можна виділити також ті, що за умов постійно зростаючого технічного прогресу, під впливом тенденції інтеграції, утворюються на межі двох традиційних жанрів – інформаційного та аналітичного. Поєднання репортажу та коментаря утворює новий жанр інтернет-скрипт, який не лише повідомляє читачеві кінцевий результат, а й описує перебіг подій.

В роботі нами було проаналізовано структуру провідних спортивних українських інтернет-ресурсів. В результаті аналізу було встановлено, що платформи «Суспільне.Спорт» «24 Канал. Спорт» «Sport.ua» «Football.ua» та «UA-Футбол» мають подібну один до одного рубрикацію. Але інтернет-платформа «Sport.ua» має найбільш розгалужену структуру, яка налічує майже усі види спорту, від водного полу до регбі. Також кожен з вищезазначених ресурсів має сторінки у соціальних мережах: instagam, facebook, telegram, youtube канали та навіть вайбер. Окремо можна виділити

елементи емерсивної журналістики, присутні на сайті «Football.ua» – тести та квізи.

Нами було проаналізовано журналістські публікації з вище зазначених сайтів за пів року і встановлено певні особливості спортивного репортажу та спортивного коментаря. Репортажі та коментарі, що публікувались у провідних українських ресурсах мають характерні мовні ознаки та лексичні засоби, які вирізняють їх від економічних, політичних, соціальних тощо.

Спортивний коментар характеризується великою кількістю: емоційно-оцінної лексики, спортивних термінів, жаргонізмів та спортивного сленгу, що використовується для більшої експресивності, які використовуються для більшої експресивності, як елемент гумору та викликати в читача певні почуття чи емоції. Коментатор може оцінювати досягнення спортсмена, публіку, присутню на стадіоні або роботу суддів та використовувати риторичні питання, для залучення читачів.

Для проаналізованих нами спортивних репортажів характерні динаміка, велика кількість дієслів, риторичні питання, багато емоційно-забарвленої лексики, епітетів, перебільшень, художні прийоми і образність мовлення.

За результатами дослідження нами було розроблено ряд методичних рекомендацій, які можуть бути використані для написання журналістських матеріалів. Серед них загальні журналістські поради для роботи в інтернет-медіа, поради для написання спортивних повідомлень та поради, що допоможуть медійнику уникнути сексизму й інших видів дискримінації. Запропонована методика була практично застосована при написанні блогів для онлайн-платформи «Mustpost.online».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрій Ярмоленко забив третій гол за «Аль-Айн» та продовжив результативну серію до шести матчів поспіль. URL: <https://suspilne.media/300868-andrij-armolenko-zabiv-tretij-gol-za-al-ajn-ta-prodovziv-rezultativnu-seriu-do-sesti-matciv-pospil>.
2. Барко Г.О. Жанрова палітра матеріалів у спортивних програмах та новинах спорту на українському телебаченні. *Редакційна колегія*. 2021. №3. С. 71. URL: https://web.znu.edu.ua/NIS/__tom_-2013.pdf#page=71.
3. Без Трубіна, але з першими легіонерами: заявка збірної України на гру проти Емполі. URL: https://sport.24tv.ua/bez—trubina—pershimi—legionerami—zayavka—zbirnoyi—ukrayini—gru_n1981346.
4. Безславний виліт. Динамо поступилось Фенербахче в Кракові. URL: <https://sport.ua/uk/news/602267-besslavniy-vylet-dinamo-ustupilo-fenerbahche-v-krakove>
5. Белезюк С.І. Перспективи розвитку спортивної журналістики: нові технології. *National aviation university*. 2021. №5. С. 45-47. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/49996>.
6. Білосюк вернулась в команду и готовится к эстафете на Олимпиаде–2022. URL: https://sport.24tv.ua/ru/bilosjuk–vernulas–komandu–gotovitsja–k–jestafete–olimpiade–2022_n1864880.
7. Блашко сдала отрицательный тест на COVID–19: она может выступить на Олимпиаде. URL: https://sport.24tv.ua/ru/plashko–sdala–otricatelnyj–test–covid–19–ona–mozhet–vystupit_n1867197.
8. Божевільні гойдалки. Шахтар не втримав перемогу над Олександрією. URL: <https://sport.ua/uk/news/601590-bezumnye-kacheli-shahter-ne-uderzhal-pobedu-nad-aleksandriyu>.

9. Борисевич Л.В., Жукова І.М. Фізична культура і спорт як важливий фактор зміцнення здоров'я молоді. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/24267/1/19.pdf>
10. Болючий реванш. Збірна України з великим рахунком програла Шотландії. URL: <https://sport.ua/uk/news/597020-boleznenniy-revansh-sbornaya-ukrainy-s-krupnym-schetom-proigrala-shotlandii>.
11. Бурякин Ф.Г. Физическая культура зрелого и пожилого контингентов населения (общие основы теории и практики). Москва : ИСК, 2019. 284 с.
12. В сборной Украины на Олимпиаде очередные случаи заражения коронавирусом URL: https://sport.24tv.ua/ru/sbornoj-ukrainy-olimpiade-ocherednye-sluchai-zarazhenija-koronavirusom_n1856561.
13. Варич М. В. Розвиток жанру звіту на сторінках української періодики: сучасний етап та нові підходи у подачі матеріалів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 60-63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_53_1.
14. Варганова Е. Л. Медиасистемы России. Москва : Аспект-Пресс, 2017. 384 с.
15. Віталій Миколенко відіграв усі 90 хвилин у матчі за «Евертон» за 14 турів сезону АПЛ українець не зіграв лише 4 хвилини. URL: <https://susplne.media/310762-vitalij-mikoleno-vidigrav-usi-90-hvilin-u-matci-za-everton-za-14-turiv-sezonu-apl-ukrainec-ne-zigrav-lise-4-hvilini>.
16. Войтик Е. А. Конструирование информационного пространства в спортивной медиакоммуникации России. *Научные ведомости Белгородского государственного университета*. Серия : Гуманитарные науки. 2014. Т. 22. № 13. С. 167–174.
17. Войтик Е. А. Спортивный медиатекст: закономерности становления и парадигма развития : автореф. дис... д-ра филол. наук: 10.01.10. Санкт-Петербургский университет. Санкт-Петербург, 2016. 53 с.

18. Войтик Е. А. Актуализация темы «Спорт как бизнес-индустрия» в современной российской прессе. *МедиаАльманах*. 2013. № 6. С. 52–60.
19. Волкова К.С. Спортивна преса як структурний елемент журналістики. *Національний авіаційний університет*. 2021. № 5. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/50077>.
20. Воронков П. Спортивная пресса как тип. Москва : Самиздат, 2006. URL: <https://proza.ru/2001/02/08-36>
21. Впевнена ротація. Шахтар у Львові без проблем розібрався з Інгульцем. URL: <https://sport.ua/uk/news/602476-uverennaya-rotatsiya-shahter-vo-lvove-bez-problem-razobratsya-s-ingultsom>
22. Вилучення голеадора. Металіст у меншості не втримав перевагу над Львовом. URL: <https://sport.ua/uk/news/601691-udalenie-goleadora-metallist-v-menshinstve-ne-uderzhal-pobedu-nad-lvovom>.
23. Гаврилюк О. О. Інтернет–скрипт як новітній різновид спортивного репортажу. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ : Логос, 2010. С. 62-69.
24. Галкин А. А., Пискайкина М. Н., Королев А. Г. Роль спорта и физической культуры в современном социуме. *Актуальные проблемы физической культуры, спорта и туризма: материалы XII Международной научно-практической конференции* (г. Уфа, 22-24 марта 2018 г.). Уфа : Уфимский государственный авиационный университет, 2018. С. 566-570.
25. Гатаулин Р. М. Система спортивной журналистики в условиях литературной и глобализационной трансформации масс-медиа. *Вектор науки Тольятинского государственного университета*. 2014. № 3. С. 113–116.
26. Гелецкий В.М. Теория физической культуры и спорта : учеб. пособие. Красноярск : Изд–во Сиб. федер. ун–та, 2008. 342 с.
27. Гончаров В.Д. Физическая культура в системе социальной деятельности : автореф. дис... д-ра социол. наук: 22.00.06. Санкт-Петербургский университет. Санкт-Петербург, 1994. 38 с.

28. Гришина Ю.И. Физическая культура студента. Знать и уметь : учебное пособие. Ростов н/Д : Феникс, 2019. 249с.
29. Гусев А. В. Історія та функціонально-типологічні особливості української медіакомунікації : дис... канд н. соц. ком: 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2016. 194 с.
30. Дербі Ломбардії, Інтер проти Тьяго Мотти та інше: прев'ю 14-го туру Серії А. URL: <https://football.ua/italy/491156-derbi-lombardiji-inter-proti-tjago-motti-na-inshe-prevju-14-go-turu-seriji-a.html>.
31. Джо Джойс нокаутував Джозефа Паркера та викликав на бій Олександра Усика. URL: <https://suspilne.media/285322-dzo-dzojs-nokautuvav-dzozefa-parkera-ta-viklikav-na-bij-oleksandra-usika>.
32. Джойс розмазав Паркера. Далі – Усик? URL: <https://sport.ua/uk/news/597484-dzhoys-razmazal-parkera-dalshe-usik>.
33. Древаль Ю. А. Гендерні стереотипи та їх прояви в спорті. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78067763.pdf>
34. Дутчак М. В. Спорт для всіх як соціальна система. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки*. Чернігів : ЧНПУ, 2009. С. 13–19.
35. Забули про голи. Колос та Інгулець розійшлись миром. URL: <https://sport.ua/uk/news/598938-zabyli-o-golah-kolos-i-ingulets-razoshlis-mirom>.
36. Збірна України проведе останні спаринги у не чужій країні для Яремчука та Маліновського. URL: https://sport.24tv.ua/zbirna—ukrayini—provede—ostanni—sparingi—ne—chuzhiy—krayini—dlya_n1981415.
37. Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности). *Язык, сознание, коммуникация*. Москва : АМИК, 2001. Вып.19. С. 103–112.
38. Знову нервово. Динамо мінімально здолало Минай. URL: <https://sport.ua/uk/news/598338-vnov-nervno-dinamo-minimalno-odolelo-minay>.

39. Зубков оформив із Ференцварошем «золотий дубль» в Угорщині. URL: https://sport.24tv.ua/zubkov—oformiv—iz—ferentsvaroshem—zlotiy—dubl—ugorshhini_n1977932.
40. Із високо піднятою головою, але без очок. Шахтар у Мадриді програв Реалу. URL: <https://sport.ua/uk/news/598711-s-vysoko-podnyatoy-golovoy-no-bez-ochkov-shahter-v-madride-proigral-realu>.
41. Идеальная «десятка»: правила жизни Джанни Риверы. URL: <https://football.ua/life-principles/419153-dzhanni-rivera-pravila-zhizni.html>.
42. Каиров И.А. Педагогическая энциклопедия / за ред. И.А. Каирова, Ф.Н. Петрова, Ф.Ф. Королева. Москва : Феникс, 2018. 880 с.
43. Карколомний стрибок у таблиці. Динамо в Одесі розібралось із Чорноморцем. URL: <https://sport.ua/uk/news/602608-stremitelniy-skachok-v-tablitse-dinamo-v-odesse-razobralos-s-chernomortsem>.
44. Кириллова Е. С. Влияние физической культуры и спорта на гармоничное развитие личности. URL: <https://studfile.net/preview/5250480/page:4/>
45. Ковальов В. О. Спорт, фізична культура та здоров'я. *Наукові записки Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2011. Вип.11, ч. III. С. 214–218.
46. Колупаєва О. М. Специфіка висвітлення спортивного репортажу (за матеріалами сайту korrespondent.net). *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. Випуск 44. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. 378 с.
47. Колишній український волейболіст Сергій Капелусь очолив польський клуб «Бельсько-Бяла» в Плюс-лізі: що про це відомо. URL: <https://suspilne.media/312306-kolisnij-ukrainskij-volejbolist-sergij-kapelus-ocoliv-polskij-klub-belsko-bala-v-plus-lizi-so-pro-ce-vidomo>.
48. Кубок світу в Антгольці: збірна України назвала потужний склад на жіночу естафету. URL: https://sport.24tv.ua/kubok—svitu—antgoltsi—zbirna—ukrayini—nazvala—potuzhniy—sklad_n1848526.

49. Кулак А. А., Удовицкая Л. У. Значение физической культуры и спорта в жизни человека. *XXIII Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета* (г. Нижневартовск, 6-7 апреля 2021 г.). Нижневартовск : НГУ, 2021. С. 94-98.
50. Курицын В. С. Сверхкраткая история спортивной журналистики. *Прочтение*. 2008. URL: <http://prochtenie.ru/internet/2399>.
51. Круцевич Т. Ю., Пангелова Н. Є. Фізичне виховання як соціальне явище. URL: [http://ephsheir.phdpu.edu.ua/bitstream/handle/8989898989/4523/2%20Круцевич %20%20Пангелова.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ephsheir.phdpu.edu.ua/bitstream/handle/8989898989/4523/2%20Круцевич%20%20Пангелова.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
52. Левицький Р. В. Висвітлення спортивної тематики на запорізьких телеканалах. *Редакційна колегія*. 2021. №11. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34035/1/OD-2014-3_210-219.pdf
53. Ломаченко – Ортіс: Як це було, Ломаченко переміг Ортіса. URL: <https://www.ua-football.com/ua/amp/ukrainian/news/1667034173-lomachenko-ortis-tekstova-onlayn-translyaciya-golovного-poyedinku-zhovtnya.html>.
54. Ляхова з рекордом виграла першу золоту медаль після декрету та зворушливо присвятила її Україні. URL: https://sport.24tv.ua/lyahova—rekordom—vigrala—pershu—zlotu—medal—pislya—dekretu—zvorushlivo_n1982787.
55. Маленький волшебник в поисках дома: правила жизни Филиппе Коутиньо. URL: <https://football.ua/life-principles/422279-malenkijj-volshebник-v-poiskakh-doma-pravila-zhizni-filippe-koutino.html>
56. Майстерність ротації. Колос у Ковалівці дотиснув Верес. URL: <https://sport.ua/uk/news/601812-masterstvo-rotatsii-kolos-v-kovalevke-dozhal-veres>.
57. Мирошниченко А. Пришли за телевидением. Журналист. 2018. URL: <https://jrnlst.ru/sport-TV>.

58. Михайлов С. А. Спортивная журналистика. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлов В.А., 2005. 223 с.
59. Моральний підйом. Україна в Єревані розгромила Вірменію. URL: <https://sport.ua/uk/news/597365-moralniy-podem-ukraina-v-erevane-razgromila-armeniyu>.
60. Морозова Е.В. Физическая культура как составная часть общей культуры личности. *Вестник Удмуртского университета*. 2019. №10. С.161
61. На благодійному аукціоні розіграють раритетну бутсу Андрія Шевченка. URL: https://sport.24tv.ua/blagodiynomu—auksioni—rozigrayut—raritetnu—butsu—andriya—shevchenka_n1983479.
62. На межі перемоги та невдачі: відео срібного польоту Абраменка на Олімпіаді в Пекіні. URL: https://sport.24tv.ua/mezhi—peremogi—nevdachi—video—sribnogo—polotu—abramenka—olimpiadi_n1869332.
63. Неймовірний камбек врятував Евертон Миколенка від вильоту з АПЛ: відеоогляд URL: https://sport.24tv.ua/neymovirniy—kambek—vryatuvav—everton—mikolenka—vil—vilotu—apl_n1983397.
64. Отюський А.В. Спортивна журналістика: добірка матеріалів. 2021. №6. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/84076/1/Otiuskyi_bac_rob.pdf
65. Олександр Усик – Ентоні Джошуа. Бій-реванш у Джидді. Текстова трансляція. URL: <https://sport.ua/uk/news/592771-aleksandr-usik-entoni-dzhoshua-boy-revansh-v-dzhidde-tekstovaya-translyatsiya>.
66. Переможний ритм. Ураган розпочав євросезон із перемоги над Юнайтед Галац. URL: <https://sport.ua/uk/news/601202-pobedniy-ritm-uragan-nachal-evrosezon-s-pobedy-nad-yunayted-galats>.
67. Пискайкина М. Н. Социально-политический, психологический и педагогический аспекты формирования здорового образа жизни. *Научно-методологические и социальные аспекты психологии и педагогики сборник статей международной научно-практической конференции* : в 2 частях. Новосибирск : Издательство СиБак, 2017. С. 91–94.

68. Пискайкина М. Н., Кириллова Е. С. Влияние спорта на формирование личности. *Прорывные научные исследования как двигатель науки сборник статей Международной научно-практической конференции.* Новосибирск : Издательство СиБак, 2017. С. 193-195.

69. Пискайкина М. Н., Смирнова У. В. Роль спорта в развитии общества и социализации личности. *Известия Института систем управления СГЭУ.* № 2 (12). Новосибирск : Издательство СиБак, 2015. С. 36–40.

70. Пискайкина М. Н., Смирнова У. В., Лагутенков В. Г. Мотивация здорового образа жизни. *Известия Института систем управления СГЭУ.* № 1 (11). Новосибирск : Издательство СиБак, 2015. С. 61-64.

71. Попов С.Н. Лечебная физическая культура. Москва : Издательский центр «Академия», 2019. 96 с.

72. Попов А. Футбольный погром. Эксперт online. 23.06.2008. URL: <http://expert.ru/2008/06/23/futradost/>

73. Писати, знімати та коментувати спорт: Media Lab. URL: <https://medialab.online/news/pro-sport>.

74. Рієка – Україна онлайн трансляція матчу. URL: <https://www.ua-football.com/ua/live/match/89049-rieka-ukraina>

75. Рыцарь без страха и упрека в тени великих капитанов: правила жизни Джордана Хендерсона. URL: <https://football.ua/life-principles/422289-rycar-bez-strakha-i-upreka-v-teni-velikikh-kapitanov-pravila-zhizni-dzhordana-khendersona.html>.

76. Сазонова Ю.О. Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація. *Редакційна колегія.* 2021. №8. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/425>.

77. Сазонова Ю.О. Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX–XXI ст.). *Редакційна колегія.* 2020. №7. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/381>

78. Сенсаційна перша перемога. Інгулець у Києві мінімально переграв Зорю. URL: <https://sport.ua/uk/news/602834-sensatsionnaya-pervaya-pobeda-ingulets-v-kieve-minimalno-pereigral-zaryu>.

79. Синхронне завершення серій. Ворскла здолала Минай на його стадіоні. URL: <https://sport.ua/uk/news/601551-sinhronnoe-zavershenie-seriy-vorskla-odolela-minay-na-ego-stadione>.

80. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / [за ред. Ю. Бідзілі]. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.

81. Смирнова У. В., Цветкова Т. В. Психолого-педагогические аспекты физического воспитания в вузе. *Здоровье нации: современные ориентиры в физическом воспитании учащейся молодежи* : материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции. Самара : Самарский государственный экономический университет, 2013. С. 78–79.

82. «Сльози на очі накопилися, мурашки по шкірі» – Петраков про звитягу України над Борусією. URL: https://sport.24tv.ua/slozi-ochi-nakotilis-murashki-shkiri-petrakov-pro-zvityagu-ukrayini_n1977916.

83. Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : автореф. дис... канд. филол. наук: 10.00.02. Волгоград : ВГУ, 2008. 18 с.

84. Современный медиатекст : учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск : Аметист, 2011. 414 с.

85. Соколова И. А., Смирнова У. В. Развитие спорта среди молодежи среднего и высшего образования. *Современные проблемы инновационного развития науки*. Сборник статей международной научно-практической конференции. Воронеж : Наука, 2016. С. 191–196.

86. Статистичні портали визначились з оцінкою Ярмолюка у дебютному матчі за Brentford. URL: <https://football.ua/england/491206-statistichni-portali-viznachilis-z-ocinkoju-jarmoljuka-u-debjutnomu-matchi-za-brentford.html>.

87. Супрун В.М. Спортивна журналістика в сучасному медіадискурсі України. *Українська мова і література*. 2020. №19. URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3895/1/tnu.in.ua_philo_%D0%A1%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C_2022.pdf#page=196.

88. Тренера чоловічої збірної України з біатлону відправили на самоізоляцію у Пекіні. URL: https://sport.24tv.ua/ru/trenera—muzhskoj—sbornoj—ukrainy—po—biatlonu—otpravili—samoizoljaciju_n1853356.

89. У Торонто відбувся благодійний матч під гаслом «Україна і Польща разом»: яскраві фото. URL: https://sport.24tv.ua/toronto—vidbuvsvya—blagodiyniy—match—pid—gaslom—ukrayina—polshha_n1980852.

90. УАФ закликала підтримати збірну у Хорватії: вхід для українських фанатів буде безкоштовним. URL: https://sport.24tv.ua/uaf—zaklikala—pidtrimati—zbirnu—horvatiyi—vhid—dlya—ukrayinskih_n1979723.

91. Україна вперше за шість лет не завоевала ни одной медали на чемпионате Европы по биатлону URL: https://sport.24tv.ua/ru/ukraina—vpervye—za—shest—let—ne—zavoevala—ni—odnoj—medali—chempionate_n1854967.

92. Україна оголосила склад на чоловічу естафету в Антхольці. URL: https://sport.24tv.ua/ru/ukraina—objavila—sostav—muzhskuju—jestafetu—antholce_n1848944.

93. України над «Боруссією М». URL: https://sport.24tv.ua/slozi—ochi—nakotilis—murashki—shkiri—petrakov—pro—zvityagu—ukrayini_n1977916.

94. Україна увірвалась у топ-25 медального заліку Олімпіади після «срібла» Абраменка. URL: https://sport.24tv.ua/ukrayina—uvirvalas—top—25—medalnogo—zaliku—olimpiadi—pislya—sribla_n1869252.

95. Україна – Шотландія – 0:0. Текстова трансляція матчу. URL: <https://sport.ua/uk/news/597543-ukraina-shotlandiya-tekstovaya-translyatsiya-matcha>.

96. Формула-1. Гран-при Абу-Даби. Финальная гонка! URL: <https://sport.ua/news/566235-formula-1-gran-pri-abu-dabi-finalnaya-gonka-tekstovaya-translyatsiya>.

97. Формула-1. Гран-при Бельгии. Большой дождь смыл гонку. Текстовая трансляция. URL: <https://sport.ua/news/551707-formula-1-gran-pri-belgii-bolshoy-dozhd-smyl-gonku-tekstovaya-translyatsiya>.

98. Швеция – Украина – 1:2. Текстовая трансляция матча. URL: <https://sport.ua/news/543511-shvetsiya-ukraina-tekstovaya-translyatsiya-matcha>.

99. Швеция — Украина: онлайн-трансляция матча Евро-2020. URL: <https://football.ua/ukraine/454608-shvecija-ukraina-onlajjn-transljacija-matcha-evro-2020.html>.

100. Шевченко зустрівся з вихованцями кийівського Локомотиву: яскраві фото. URL: https://sport.24tv.ua/shevchenko-zustrivsyia-vihovantsyami-kiyvskogo-lokomotivu-yaskravi_n1983140.

101. Шпакова О.О. Особливості інтернет-журналістики на прикладі «Sport.ua», «Football.ua» та «UA-Футбол». URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5b8d0351f415f.pdf

102. Шустер О. С. Средства массовой информации и спорт. Санкт-Петербург : Изд-во ГАФК им. П. Ф. Лесгафта, 1998. 122 с.

103. Що таке сексуальна об'єктивація: Teenergizer. URL: <https://teenergizer.org/2020/10/shho-take-seksualna-ob-rsquo-yektivatsiya>.

104. Ювентус – Інтер онлайн трансляція матчу. URL: <https://www.ua-football.com/ua/live/match/92597-yuventus-inter>.

105. «Я мріяв зіграти в «Ель-Класико» з дитинства». Андрій Лунін – про гру проти «Барселони» та емоції після перемоги. URL: <https://suspilne.media/296360-a-mriav-zigrali-v-el-klasiko-z-ditinstva-andrij-lunin-pro-gru-proti-barseloni-ta-emocii-pisla-peremogi>.

106. Як висвітлювати новини спорту: рекомендації експертів ІМІ, 2021. URL: <https://imi.org.ua/advices/yak-vysvitlyuvaty-novyny-sportu-rekomendatsiyi-ekspertiv-imi-i40567>.
107. Як дебютанти принесли Україні першу перемогу у 2022 році на футбольному полі». URL: https://sport.24tv.ua/yak-debyutanti-prinesli-ukrayini-pershу-peremogu-2022-rotsi-futbolnomu_n1977907.
108. Якимович В. С. Культура в мире спорта. Москва : Советский спорт, 2006. 162 с.
109. Badenhausen K. Why ESPN Is Worth \$40 Billion As The World's Most Valuable Media Property. *Forbes*. 2012. November, 9.
110. Billings A., Butterworth M., Turman P., Communication and Sport: Surveying the Field. London: SAGE Publ., 2017. 384 p.
111. Boyle R. Sports Journalism: Changing journalism practice and digital media R. Boyle. *Digital Journalism*. 2017. Vol. 5, iss. 5. P. 493–495.
112. Hutchins B., Rowe D. Digital Media Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society. New York : Taylor & Francis, 2013. 274 p.
113. Maguire J. The global media sports complex: key issues and concerns. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*. 2011. Vol. 14, iss. 7–8. P. 965–977.
114. Morgan C. The role of the media in sport. *Journal of Biosocial Science*. 1981. Vol. 13, iss.7. P. 23–27.
115. Osasuna - Барселона онлайн трансляція матчу. URL: <https://www.ua-football.com/ua/live/match/92675-osasuna-barselona>.
116. Rowe D. Global Media Sport: Flows, Forms and Futures. New York : Bloomsbury Academic, 2011. 192 p.
117. Sherwood M., Nicholson M., Marjoribanks T. Controlling the Message and the Medium. *Digital Journalism*. 2017. Vol. 5, iss. 5. P. 513–531.
118. Vogan T. ESPN: The Making of a Sports Media Empire. Chicago : University of Illinois Press, 2015. 246 p.
119. Wenner L. Media Sport. London : Routledge, 1998. 319 p.

120. Wenner L., Billings A. Sport, Media and Mega-Events. London : Routledge, 2017. 288 p.

121. Yang L. The combination of sports and media and the development of sports media. Dr. Diss. Thesis. US : Fudan University, 2004. 371 p.

ДОДАТОК А

Публікація блогу «Спортсмени, які захищали наше майбутнє» на інтернет-платформі Mustpost.online

Спортсмени, які захищали наше майбутнє

BY EUGENIA · 27.09.2022, 18 VIEWS



З перших днів повномасштабного вторгнення українські спортсмени стали на захист держави. На жаль, багато з них втратили життя від зброї окупантів. Та вони свідомо обрали шлях захищати Україну.

Одним із таких героїв є мешканець села Кривополе Верховинського району 24-річний Анатолій Розвадовський. У Верховині почав займатися рукопаш гопаком, потім досконало опанував техніку бразильського джиу-джитсу, був вихованцем тренера Віталія Стасіва, а згодом і сам почав тренувати дітей. Військовий загинув від влучання ворожого снаряду на сході України.

Андрій Олександр, 19-річний гравець команди з американського футболу

ДОДАТОК Б

Публікація блогу «Від футбольного вболівальника до героя» на інтернет-платформі Mustpost.online

Від футбольного вболівальника до героя

BY EUGENIA · PUBLISHED 19.08.2022 · UPDATED 19.08.2022 26 VIEWS



Колись вони були просто футбольними вболівальниками, дивилися матчі, ходили на стадіони. Але війна все дуже швидко змінила. Після двадцять четвертого лютого в Україні мало хто думав про футбол. Не було більше розподілу на ультрас і хуліганс, не було розподілу на вболівальників «Динамо» і «Шахтаря». Всі вони об'єднались перед спільною загрозою і замість стадіонів пішли на фронт.



ДОДАТОК В

Публікація блогу «Перемоги не лише на спортивній арені» на інтернет-платформі Mustpost.online

Перемоги не лише на спортивній арені

BY EUGENIA - PUBLISHED 27.09.2022 - UPDATED 28.09.2022 16 VIEWS



Одним із відомих спортсменів скелетоністів є Владислав Гераскевич. Він входить в 20 найкращих спортсменів світу в своїй дисципліні. Разом із батьком Владислав створив благодійний фонд та зміг ізолювати представників росії від турнірів із скелетону. Владислав стикаючись із труднощами щодо політичної позиції НОК та Сергія Бубки відносно війни в Україні все ж домогся відсторонення російських спортсменів. У більшості міжнародних федераціях не вдавалось відсторонити російських спортсменів через військову агресію, адже такого пункту не існує в статуті. Тому прийти до такого рішення вдалось лише через трибунал та тісній співпраці Міністра закордонних справ України, юристів та представників Міжнародних організацій.



ДОДАТОК Г

Публікація блогу «Перемоги не лише на спортивній арені» на інтернет-платформі Mustpost.online

Залишитись із медаллю чи врятувати дім?

BY EUGENIA · PUBLISHED 19.08.2022 · UPDATED 19.08.2022 13 VIEWS



Якщо мене запитують про патріотизм, я розповім не лише про українських солдат, які прямо зараз захищають наша країну, а й про українських спортсменів, які надійним тилом їх прикривають і виборюють перемогу на вагу бронзи, срібла і золота.

Параканоїст Сергій Ємельянов, золотий призер Параолімпійських Ігор у Токіо 2020, продав на торгах свою медаль, щоб допомогти своїй країні. За два тижні аукціону йому вдалось зібрати майже мільйон гривень. Ці гроші він вирішив перенаправив на потреби української армії. І здавалось би на цьому історія повинна була закінчитись, та компанія, що вийграла аукціон вирішила повернути саму нагороду паролімпійцю. Оскільки медаль має належати законному власнику.

