

*Д.О. Бакало, Н.В. Букіна, канд. філол. наук
(Національний авіаційний університет, Україна)*

Трансформація спортивної журналістики в контексті сучасних трендів інформаційного світу

У роботі охарактеризовано сучасні спортивні засоби масової інформації в Україні та їх напрямок розвитку. Подано характеристику з приводу подачі спортивної інформації через телебачення, радіо та соціальні мережі.

Рівень спортивної журналістики в Україні знаходиться на відносно непоганому рівні, особливо в порівнянні з сусідніми країнами, але в першу чергу це заслуга Інтернет-видань, соціальних мереж та інших інтернет-ресурсів.

За останні роки в Україні відбулися значні зміни, які торкнулися майже всіх сфер. Спортивна журналістика не стала виключенням із правил. Важливу роль у її існуванні та розвитку відіграють засоби масової комунікації. В Україні існує понад 10 тисяч періодичних видань. Українська маркетингова група провела дослідження, які показали, що ступінь охоплення населення засобами масової інформації становить: газети: 46,5%; радіо – 52,5%; телебачення – 93,3% [2].

Останнім часом спортивна журналістика почала свою трансформацію друкованих та телевізійних медіа в онлайн медіапростір. Раніше спортивні події висвітлювали в журналах, газетах тощо, тобто в друкованих мас-медіа, що складало, приблизно, 20% загального обсягу. Вони існували як окремі розділи, смуги, спеціальні випуски та публікації тощо.

Варто зазначити, що велика аудиторія користувачів черпала інформацію спортивного напрямку з телебачення. Одними з найпопулярніших спортивно-тематичних програм були шоу «Про футбол», – продукт каналу «2+2». «Великий футбол», що транслювався на телеканалі «ТРК Україна». З часом навіть з'явилися спеціалізовані канали «Футбол 1», «Футбол 2», «Футбол 3», що є свідченням того, що попит на спортивну продукцію в Україні був на дуже високому рівні. Ці телеканали функціонували безперервно, пропонували не лише спортивні трансляції, які велися в прямому ефірі та подавалися в повторах, але й спортивний навколофутбольний контент. Але канали «Футбол 1», «Футбол 2», «Футбол 3» були зосереджені виключно на футболі, що стосується інших видів спорту, то вони подавалися через канал «X-Sport» [1].

Сучасна журналістика змінюється і її функціонування також. Спортивний контент почав набирати свою популярність через публікування в соціальних мережах чи на різних платформах. Почали набирати популярність Ютуб-канали, які спрямовані на поширення спортивного контенту. Найпопулярнішими такими каналами є:

1. Канали «Футбол 1,2,3». Ютуб-канал однойменних телевізійних каналів, де поширюють спортивний контент, зокрема огляди футбольних

матчів, найкращі голи, та контент власного виробництва. Кількість підписників-1100000 чоловік.

2. Football Hub. Ще один канал, який зосереджується на футболі та публікує відео на цю тематику. Кількість підписників – 546000 чоловік.

3. KUBA IBRA. Знову ж таки канал, розрахований на футбольних фанів транслює футбольні огляди, саркастичні ролики різної тематики та багато іншого. Кількість підписників – 483000 чоловік.

4. Трендєць. Канал, який створив спортивний журналіст Дмитро Поворознюк. На початку існування канал позиціонував себе як універсальний спосіб подачі спортивного контенту глядачеві, але потім трансформувався виключно на футбольну тематику, зокрема інтерв'ю. Кількість підписників – 366000 тисяч.

5. Yuzhyk. Канал, який показує ігровий спортивний контент, але збирає непогані перегляди та аудиторію. Кількість підписників – 359000 чоловік [3].

В топ-20 найпопулярніших спортивних ютуб-каналів в Україні, які не стосуються футболу, входять лише кілька. Такими каналами є:

1. ІБІС. Зброя та полювання. Канал спеціалізується на зброї, автори якого розповідають про її використання, зокрема на полюванні. Кількість підписників – 168 тисяч чоловік.

2. Тайк Майсон. Канал спеціалізується на боксі, що зрозуміло по його назві, але керівники каналу вирішили проявити свою творчість та змінили перші літери в імені та прізвищі відомого боксера Майка Тайсона. Кількість підписників – 123000 чоловік.

3. SportArena. Ще один ютуб-канал з топ-20 спортивних в Україні, який не спеціалізується на футболі. Там знімають відео про всі види спорту, розповідають про досягнення наших спортсменів та беруть у них інтерв'ю. Кількість підписників – 61600 чоловік.

Можна впевнено заявити, що рівень поширення спортивного контенту останнім часом лише росте та набирає обертів, адже популяризація спорту в нашій країні йде дуже впевнено. Багато хто зайняв місце на такій платформі як «Youtube», тому що вона стала набагато популярнішою і там можна знайти будь-який контент на будь-який смак, особливо це стосується спортивного контенту.

Враховуючи кризу, яка настала зараз для друкованих видань, рівень поширення контенту та інформації, в тому числі й спортивного через соціальні мережі виріс в декілька десятків разів і з кожним днем він набирає нових обертів. Якщо поширення контенту спортивного напрямку відбувалося через Ютуб і раніше, то останнім часом почало все більше з'являтися, наприклад, телеграм каналів, які спеціалізуються на спорті. Наприклад:

1. Made in Ukraine. Телеграм-канал, який публікує всі найцікавіші новини про українських спортсменів, їх виступи в межах України та за кордоном.

2. Футбол України. Телеграм-канал, який спеціалізується на футболі, спеціалізується саме на українському футболі, публікує всі найпопулярніші новини про футболістів та команди.

3. Бокс України. На каналі автори публікують все з світу боксу України.

4. Fitness me. Телеграм-канал, який допомагає його учасникам тримати себе в формі, тренуватися в групі, дізнаватися нові та цікаві вправи та багато іншого [4].

Телеграм останнім часом є найпопулярнішою соціальною мережею споживання інформації користувачами в Україні. Саме тому не дивно, що й так багато спортивного контенту публікується саме через цю соціальну мережу.

Не слід також забувати і про інші соціальні мережі, які витіснили друковані спортивні медіа з ринку майже повністю. Останнім часом популярності набуває Tik-Tok, де вже існує велика кількість блогерів чи журналістів, які публікують контент саме спортивного напрямку. Їх також можна впевнено називати спортивними журналістами, тому що вони подають інформацію, але в інший спосіб.

Також популярними стали блоги. Кожен може завести свою сторінку, де буде писати про те, що захоче. Це можна порівняти з колонками в газеті, але там писали лише працівники цих газет та дуже рідко брали до уваги роботи їх читачів. Кожен може створити власний блог в соціальних мережах чи на різних платформах і подавати інформацію людям.

Говорячи про трансформацію спортивної журналістики в Україні важко не відмітити сайт Tivbuna.Com, який зайняв важливе місце в поширенні спортивної інформації на ринку. Вони мають свої сторінки в усіх соціальних мережах названих раніше, публікують контент про весь спорт України, тому їх впевнено можна назвати одними з лідерів на ринку поширення спортивної інформації.

Тож, інформаційний світ змінюється в сторону діджиталізації, все переходить в соціальні мережі чи онлайн платформи, спортивна журналістика в Україні не виняток. Важко уявити зараз людину, яка буде чекати газету, щоб дізнатися певну інформацію зі світу спорту, якщо її можна отримати в соціальних мережах чи відповідних додатках. Вони зайняли велике місце в спортивній журналістиці України. Соціальні мережі відкрили новий рівень для спортивної журналістики, де кожен може зайняти свою нішу, тому з трансформацією інформаційного світу трансформувалася і спортивна журналістика.

Список літератури

1. Бондар А. С., Мамай В. С. Особливості висвітлення фізичної культури і спорту в інтернет ресурсах. Збірник наукових праць Харківської державної академії фізичної культури. 2016. №3. С. 75-78.

2. Державний комітет телебачення і радіомовлення України: веб-сайт URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=79677

3. Рейтинг українських спортивних ютуб-каналів: веб-сайт URL: <https://manifest.in.ua/rt/sport/>

4. Рейтинг українських спортивних телеграм-каналів: веб-сайт URL: <https://www.ccloan.ua/new/rejting-krashhiv-telegram-kanal%D1%96v/>