

НОВІ МЕДІА В ГЛОБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Олексій Проточенко,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Херсонський державний університет
Науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
кафедри української і слов'янської філології та журналістики
Херсонського державного університету
Володимир Олексенко

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРІВ І ФОРМАТІВ СПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

На сьогоднішньому етапі розвитку спортивної галузі спортивна журналістика з-поміж інших видів публіцистики характеризується різноманіттям своїх жанрів, які умовно дослідники об'єднують у такі класи:

- 1) «інформаційні;
- 2) аналітичні;
- 3) художньо-публіцистичні» [2].

Ці жанри спортивної журналістики презентовано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Жанри спортивної журналістики (сформовано за [2]).

Схарактеризуємо детальніше кожен жанр.

Інформаційні жанри:

- 1) замітка (осовою замітки є новина, в якій журналіст розповідає про подію, час, місце та персонажів);
- 2) репортаж (розповідь про суспільно важливі події; матеріал з місця подій);
- 3) журналістський звіт (інформація про прийняті рішення);
- 4) інтерв'ю (бесіда з метою отримання певної інформації) [3].

Аналітичні жанри:

- 1) рецензія (публікація, в якій обговорюється чи надається оцінка певному літературному чи мистецькому твору);
- 2) огляд (інформація про найважливіші події країни чи міста);
- 3) коментар (роз'яснення суспільно-політичних подій; висловлення авторської думки журналіста з певних питань);
- 4) кореспонденція (публікація, в якій вирішується певна проблема, суспільно-політичне питання);
- 5) стаття (матеріал, в якому аналізується певне суспільне явище);
- 6) журналістське розслідування (ексклюзивний журналістський матеріал, метою якого є вирішення проблеми, пошук відповідей на важливі питання, розв'язання конкретного суспільно важливого питання) [2].

Художньо-публіцистичні жанри:

- 1) есе – «невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і в якому висловлюються індивідуальні авторські міркування та враження щодо актуальних тем і проблем, при цьому автор не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми» [1];
 - 2) нарис – «класичний художньо-публіцистичний жанр, якому властива специфічна розлога побудова, особливий рівнем типізації, він відзначається яскравими мовностилістичними засобами, містить об'єкт змалювання (як правило, героя нарису)» [1];
 - 3) фейлетон – «(сатиричний жанр художньо-публіцистичної літератури, що висміює негативні явища в суспільному житті)» [1];
 - 4) памфлет – «(різновид літературного чи публіцистичного твору, зазвичай спрямований проти політичного устрою в цілому чи окремої його частини, проти тієї чи іншої соціальної групи, партії, управління тощо)» [2].
- Трансформацію жанрів і форматів спортивної преси представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. Трансформація жанрів і форматів спортивної преси

Період	Жанри	Формат
1890–1916 рр.	Інформаційні (заметка, звіт)	Газета
1917–1921 рр.	Інформаційні (заметка, звіт)	Газета
1922–1939 рр.	Інформаційні (заметка, звіт)	Газета, журнал
1940–1956 рр.	Інформаційні (заметка, репортаж, інтерв'ю); аналітичні (стаття)	Газета, журнал
1957–1968 рр.	Інформаційні (інтерв'ю, репортаж, заметка); аналітичні (стаття); художньо-публіцистичні (нарис, фейлетон)	Газета, журнал, книга
1969–1990 рр.	Інформаційні (заметка, репортаж, інтерв'ю), аналітичні (стаття)	Газета, журнал
1991–1998 рр.	Інформаційні (інтерв'ю, репортаж, заметка); аналітичні (стаття, коментар); художньо- публіцистичні (нарис, фейлетон)	Газета, журнал, книга, радіо
1999 р. – наш час	Інформаційні (інтерв'ю, репортаж, заметка); аналітичні (рецензія, стаття, кореспонденція, коментар, огляд), художньо-публіцистичні (фейлетон, нарис, есе)	Газета, журнал, книга, радіо, телебачення

Трансформація жанрів і форматів спортивної преси (сформовано за [4]).

Читання друкованих періодичних видань поступово відходить у минуле. З кожним роком все менше людей в Україні купують і читають газети та журнали. В умовах глобалізації та діджиталізації люди віддають перевагу читанню електронних ЗМІ.

Однак можна відродити ресурси, яких бракує в розповсюдженні газет і журналів. Для цього необхідне фінансування з боку держави, щоб уможливити розповсюдження газет і журналів. Також це допоможе покращити якість друкованих ЗМІ.

Для розвитку спортивної преси необхідно проаналізувати, які теми найбільше цікавлять аудиторію. Це дозволить підвищити ефективність взаємодії з суспільством. Також варто використовувати креативні індивідуальні підходи.

Таким чином, спортивні періодичні видання будуть працювати на розвиток та освіту населення. Створення видань, повністю присвячених тематиці спорту, є вагомим внеском у розвиток і поширення відповідної галузі журналістики.

Список використаної літератури

1. Бідзіля Ю. М. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород: ВАТ «Видавництво Закарпаття», 2007. 224 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник. К.: Академія української преси, 2004. 262 с.
3. Лаврик О. В. Жанрово-стильові особливості репортажу в українській спортивній пресі. *Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9, ч. 1. С. 196–201.
4. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України : історія, еволюція, трансформація : монографія. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с.