МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

СПОРТИВНА ПРЕСА УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНЕ ФУНКЦІЮВАННЯ

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконав

Проточенко Олексій Анатолійович,

здобувач IV курсу 461 групи

Спеціальності 061 Журналістика

Науковий керівник -

Олексенко Володимир Павлович,

доктор філологічних наук, професор
кафедри української і слов'янської філології
та журналістики

Рецензент - Мітчук Ольга Андріївна,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри
інформаційного права та юридичної лінгвістики Національного університету
водного господарства та природокористування

Херсон - Івано-Франківськ, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологійні основи дослідження спортивної преси 6

1.1. Поняття ,,спортивна преса": зміст, структура 6

1.2. Види спортивної преси 9

Висновки до першого розділу 14

РОЗДІЛ 2. Особливості становлення спортивної преси України 15

2.1. Історія становлення 15

2.2. Вплив суспільних і спортивних подій на становлення спортивної преси в Україні 19

Висновки до другого розділу 22

РОЗДІЛ 3. Сучасне функціювання спортивної преси 23

3.1. Трансформація жанрів і форматів спортивної журналістики 23

3.2. Комерціалізація спортивної преси: моделі монетизації 27

3.3. Роль соціальних мереж у формуванні спортивного контенту 31

Висновки до третього розділу 34

ВИСНОВКИ 35

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 37

ДОДАТКИ

Додаток А.

Додаток Б.

Додаток В.

ВСТУП

На сьогоднішній день спорт відіграє надзвичайно важливу роль у соціокультурному житті населення України. Українські спортсмени досягають висот на міжнародних спортивних змаганнях і виводять країну на новий рівень. Водночас із розвитком спортивного напрямку удосконалюється і розширюється українська спортивна преси. Це сприяє ствердженню спортивної журналістики як незалежному і самостійному медійному жанру. Через що її статус у суспільстві значно підвищується.

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності вивчення та формування історії спортивної преси. Спортивна журналістика є окремим соціокультурним феноменом, який впливає на розвиток суспільства загалом і наголошує на важливості спорту в житті людини.

Вивченню спортивної преси приділили і приділяють значну увагу сучасні дослідники: М. Дерепа, О. Корольова, В. Ковпак та ін. Вони з'ясовували питання стосовно висвітлення спортивних подій у сучасній українській періодиці.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами темами. Дослідження виконано у межах ініціативної науково-дослідної теми кафедри української і слов'янської філології і журналістики Херсонського державного університету «Сучасний мовно-літературний та масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи» (шифр державної реєстрації – 0123U102953).

Мета роботи – проаналізувати особливості становлення спортивної преси України, простежити стан української спортивної періодики на сучасному етапі та визначити загальні тенденції її функціювання.

Завдання нашого дослідження:

- схарактеризувати поняття ,,спортивна преса" та з'ясувати її структуру;
- проаналізувати види спортивної преси;
- запропонувати періодизацію спортивної преси України;

- з’ясувати сучасне функціювання спортивної преси.

Об’єктом є спортивна преса України.

Предметом роботи визначаємо особливості становлення спортивної преси України та сучасне її функціювання.

Методи дослідження: аналіз (поділ предмета дослідження на частини), **синтез** (об’єднання різних характеристик предмета дослідження в одне ціле), **узагальнення** (підсумування вивченого матеріалу), **метод класифікації** (систематизація досліджених особливостей), **метод типологічної характеристики** (характеристика різних типів предмета дослідження), **системно-функціональний** (опис функцій предмета дослідження як загальної системи), **метод інтерпретації** (пояснення отриманих результатів), **контент-аналіз** (аналіз теоретичної бази дослідження).

Теоретичне значення отриманих результатів полягає в подальшому їх використанні для розробки науково-методичної літератури, проведенні досліджень та розробці нових методів вивчення та аналізу літератури.

Практична цінність одержаних результатів. Результати дослідження будуть корисними для вдосконалення спортивної преси України, оптимізації журналістської діяльності та розвитку науки. Результати роботи можна використати для розробки рекомендацій з покращення спортивної журналістики, впровадження нових методів роботи та жанрів журналістики в спортивну пресу.

Апробація. Матеріали нашої роботи були предметом виступу на:

1 науковій конференції "Modern Science is the Connection Between Scientific Research and Economic Development" (Сучасна наука — зв’язок наукових досліджень з економічним розвитком, 10-12 лютого, Львів, Україна, 2025.);

IX Міжнародній науковій конференції «Наукові тренди постіндустріального суспільства» 21 березня, Тернопіль, Україна, 2025;

Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми лінгвістики та лінгводидактики» 2-3 квітня, Умань, Україна, 2025;

III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» 9 квітня, Тернопіль, Україна, 2025;

Всеукраїнській науково-практичній конференції з проблем вищої освіти «Теорія та практика аналізу художнього тексту: сучасні вектори досліджень» 24-25 квітня, Одеса, Україна, 2025.

Окрім цього, матеріали дослідження були предметом обговорення на засіданнях кафедри української і слов'янської філології та журналістики Херсонського державного університету.

Публікації.

Проточенко О.А. **Поняття „спортивна преса": зміст, структура.** 1 наукова конференція "Modern Science is the Connection Between Scientific Research and Economic Development" 10-12 лютого, Львів, Україна, 2025. С. 27-29 (89 с.) URL :https://www.eoss-conf.com/wp-content/uploads/2025/02/Lviv_Ukraine_10.02.25.pdf

Проточенко О.А. **Роль соціальних мереж у формуванні спортивного контенту.** IX Міжнародна наукова конференція «Наукові тренди постіндустріального суспільства» 21 березня, Тернопіль, Україна, 2025. С. 226-228 (331 с.) URL:

https://archives.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/issue/view/21.03.2025/38

Проточенко О.А **Трансформація жанрів і форматів спортивної журналістики.** III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» 9 квітня, Тернопіль, Україна, 2025. С. 105-108 (254 с.) URL:

http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/35900/1/Sych_masmed_prostir.pdf

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 43 найменування, та додатків.

РОЗДІЛ 1

Теоретико-методологійні засади дослідження спортивної преси

1.1. Поняття „спортивна преса”: зміст, структура

Спортивна преса – один із тематичних видів журналістики, сутністю якого є збирання, оброблення і поширення важливих і актуальних спортивних матеріалів за допомогою каналів масової комунікації.

Здоровий спосіб життя і спорт стали частиною суспільної культури. Вони присутні в усіх сферах життя і є аспектом відображення в журналістикознавстві. С. Кость наголошує на важливості спорту у вихованні особистості. Заняття спортом загартовують дух і тіло, допомагаючи в боротьбі за українську державність [19].

Спорт став своєрідним трендом серед молоді. Тому спортивна преса на сьогоднішній день є надто популярною.

Важливим допоміжним чинником популяризування фізкультурної галузі у суспільстві є періодичні видання. Саме фізкультура і спорт створюють необхідні умови для поширення тієї літератури, яка висвітлює досягнення фізкультури і спорту. Цим самим вона об’єднує спортсменів і вболівальників, надає необхідну інформацію, цим самим залучаючи молодь до спортивної діяльності.

Із розвитком фізичної діяльності в Україні зростає потреба в спортивній журналістиці. Як стверджує М. Дерепа, спостерігаємо певну поверховість і недостатність висвітлення спортивних подій. Дослідниця акцентує увагу на важливості дотримання етичного кодексу спортивного журналіста. Це дозволить оптимізувати діяльність видавництв та підвищить якість спортивної преси [8].

У сучасному контексті спортивна журналістика є водночас підсистемою журналістики загалом і спортивного активізму зокрема. Завданнями спортивної журналістики є: *сприяння розвитку та функціонуванню спортивного руху у*

співпраці з іншими соціальними інститутами та забезпечення комунікації між суб'єктами спортивної діяльності.

Крім багатьох загальновідомих завдань, спортивні періодичні видання також виконують такі функції:

- **інформаційна** (інформування населення про важливі спортивні заходи);
- **пропагандистська** (розповсюдження інформації з метою залучення людей до спорту);
- **агітаційна** (спонукання населення до участі в спортивній діяльності);
- **організаційна** (організація спортивних подій).

До змісту спортивних видань може входити загальна інформація про спортивну діяльність, як важливий складник здорового способу життя, характеристика спортивних галузей, представників фізкультурно-спортивної галузі. Основними джерелами інформації у сфері фізичної культури і спорту є представники спортивної індустрії. Вони беруть безпосередню участь у різних заходах, тому завжди діляться найактуальнішою інформацією.

Інтерв'юерами можуть бути спортсмени, тренери, вболівальники, працівники інших видань та організацій.

Реалізація спортивної преси здійснюється на трьох рівнях:

- **міжнародному**;
- **всеукраїнському**;
- **регіональному**.

Окрім цього, новини у сфері спорту активно публікуються в місцевих медіа (*електронних та друкованих виданнях*). Спортивна тематика є популярною не лише на шпальтах професійних видань, а й на сторінках усіх медіа загалом.

В. Ковпак уперше здійснив спробу систематизування й аналізу спортивних матеріалів як важливого самодостатнього й самобутнього явища [16].

Структуру спортивної преси подано на рис. 1.1 [16].



Рис. 1.1. Структура спортивної преси

Спеціалізована спортивна преса має низку переваг над іншими джерелами інформації про спорт:

- **регулярність інформації про сферу спорту**;
- **спрямованість на аудиторію**;
- **якість і достовірність**.

Така преса може мати як вузький, так і широкий напрямок. Новини вузького напрямку переважно стосуються одного або декількох видів спорту. Широкий напрямок охоплює інформацію про спорт загалом [23].

Спортивна „преса в пресі” – це будь-які повідомлення про спорт у масмедіа, зокрема презентація спортивних колонок. Цю інформацію можуть публікувати на постійній основі або за актуальністю новин. Такий вид преси є особливим складником у структурі спортивної преси, оскільки заздалегідь повідомляє найактуальніші новини у сфері спорту (*інформує про події, проведення змагань, оголошення результатів*). Найбільш поширені жанри для такого виду преси: огляд, коментар [31].

Спортивна піарналістика (клубна преса) – видання різноманітних спортивних клубів, присвячені внутрішньому життю команд та важливим подіям у колективах [31].

Отже, структура спортивної преси є багатогранною. Вона містить не лише спеціалізовані видання, а й публікації на спортивну тематику в інших видах преси [28].

1.2. Види спортивної преси

Спортивна преса має значну кількість різновидів. Класифікацію спортивних видань представлено в табл. 1.1. [31].

Таблиця 1.1.

Класифікація спортивних видань

Спортивні видання	
За структурою	Спеціалізована преса
	Спортивна ,,преса в пресі”
	Спортивна піарналістика
За тематичним спрямуванням	Видання з футболу
	Видання з шахів
	Видання з бойових мистецтв та інші
За належністю до різних органів чи спортивних товариств	,,Динамо”
	,,Дніпро”
	,,Шахтар” та інші

Таблицю складено на основі [31]

Спеціалізована преса вирізняється частотою публікацій та вибором одного або декількох видів спорту. Такому виду спортивної преси притаманна висока деталізація спортивних подій. Інформація публікується в різножанрових матеріалах. Спеціалізована преса характеризується достатнім рівнем точності, якістю поданої інформації, залученістю значної кількості професіоналів та взаємодією з представниками різних організацій.

Спортивна ,,преса в пресі” передбачає окремі публікації у виданнях суспільно-політичного спрямування. Наприклад, на рис. 1.2. подано приклад публікації на спортивну тематику в газеті ,,День” [32].

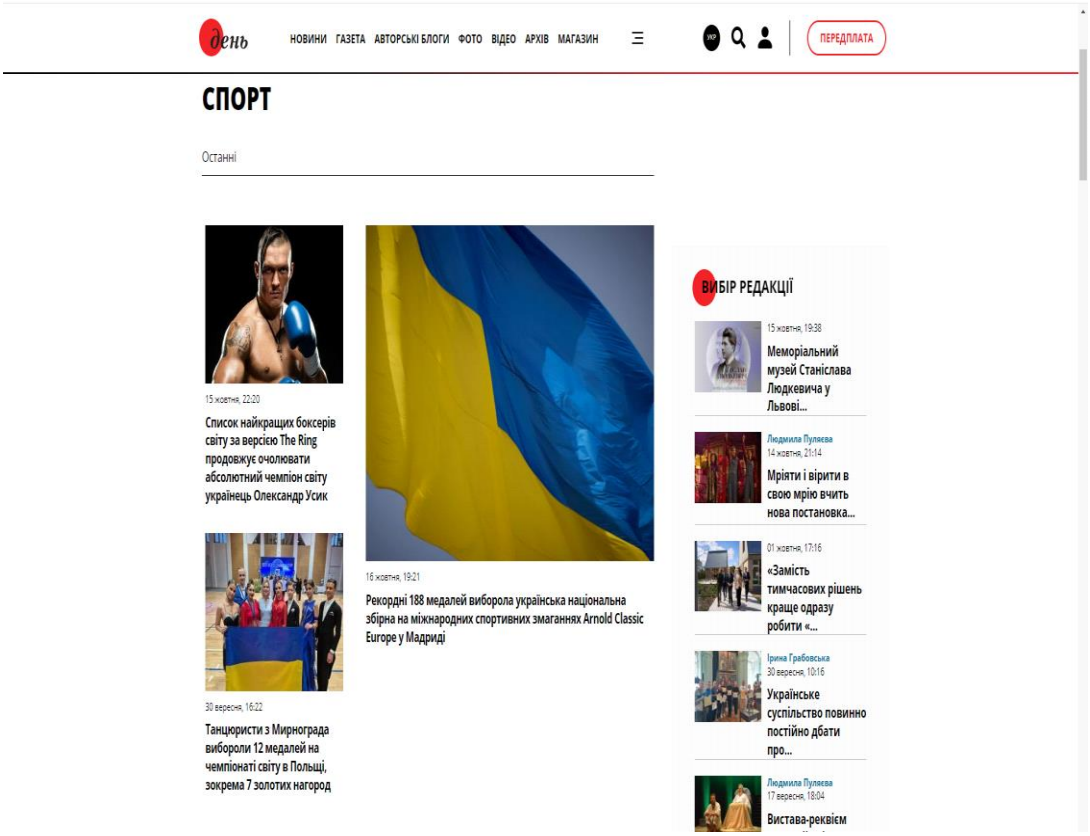


Рис. 1.2. Газета ,,День” (від 16 жовтня 2024 р.)

Спортивні розділи представлені в газетах різного рівня: ***регіонального, всеукраїнського, міжнародного***.

Основні переваги спортивної ,,преси в пресі”:

- **актуальність**;
- **широке коло читачів**;
- **різноманітність тем**;
- **гнучкість у виборі стилістичного оформлення матеріалу**;
- **можливість посилатися на першоджерела та взаємодіяти з представниками різних організацій для збору та уточнення інформації** [30].

Періоди розвитку спортивної «преси в пресі» подано в таблиці 1.2.

Періоди розвитку спортивної «преси в пресі»

Період	Характеристика

1880–1940 рр.	Публікації на спортивну тематику в суспільно-політичних виданнях.
1960–1990 рр.	Розширення тематики та перевага аналітичних жанрів. Публікація публіцистичних творів на спортивну тематику.
1990 р. – наш час	Зменшення кількості публікацій в суспільно-політичних виданнях. Поява спеціалізованої спортивної преси.

Таблиця 1.2. Періоди розвитку спортивної «преси в пресі»

Спортивна піарналістика – поєднання журналістики та піару, метою чого є реклама спортивного клубу та створення позитивного іміджу організації.

Особливістю спортивної піарналістики є суб'єктивне вираження представників команд, висловлення думок та пропаганда інтересів. Це зменшує рівень точності інформації, оскільки відсутня критика матеріалів.

Переваги спортивної піарналістики:

- ***велика кількість матеріалів на спортивну тематику;***
- ***високий рівень професіоналізму;***
- ***високий рівень актуальності новин***.

Недоліки спортивної піарналістики:

- ***відсутність критики;***
- ***відсутність об'єктивного подання інформації;***
- ***нівелювання принципами журналістики.***

Спортивна піарналістика є справжнім феноменом спортивної преси, оскільки виконує одночасно інформаційну та культуроформувальну функції. Це поєднання різних галузей знання – від журналістикознавства до фізичної культури та спорту [25].

Існує велика кількість різновидів спортивної преси за тематичним сегментом: видання з футболу („Український Футбол" (1991 р. – н. ч., Київ), „Матч" (1991–1992 рр., Донецьк), „Галицький футбол" (1992–2000 рр.,

Дрогобич)); видання з кінного спорту („Перегони та верхогони” (1932–1933 рр., Київ)); видання з шахів („Шахіст” (1936–1939 рр., Київ)); видання з фізичної культури („Фізична культура” (1930–1932 рр., Київ), „Фізкультурна Україна” (1930 р., Харків)); виробничо-фізкультурна преса („Наш спорт” (1929 р., Луганськ)); видання з легкої атлетики („Легка атлетика” (1990-і рр., Київ)); часописи з важкої атлетики („Українська важка атлетика” (1996–2000 рр.)); універсальні спортивні видання („Козацька Хортиця” (1994–2000 рр., Запоріжжя), „Овертайм” (1990–2009 рр., Харків), „Команда” (1995 р. – н. ч., Київ)) та інші [24].

Особливістю спортивної преси за тематичним спрямуванням є зосередженість на конкретному виді спорту, активна публікація новин на цю тему та дослідження у цьому виді спорту.

Також в Україні функціює значна кількість видань, що стосуються конкретних організацій: „Шахтар”, „Динамо” та інші. Такі видання висвітлюють життя спортивного клубу, окреслюють важливі напрямки діяльності організацій та інформують про важливі події у світі спорту. Основна тематика публікацій стосується діяльності спортивних клубів, професійного життя спортсменів та проведення спортивних заходів.

Переваги та недоліки різних видів спортивної преси презентовано таблиці 1.3.

Переваги та недоліки різних видів спортивної преси

Види преси	Переваги	Недоліки
Спеціалізована преса	Високий рівень точності інформації, швидкість, надійність, актуальність	Орієнтація на вузьке коло читачів

Спортивна „преса в пресі”	Широке коло читачів, різноманітна тематика публікацій	Відсутність конкретики, маленька кількість інформації
Спортивна піарналістика	Високий рівень актуальності, велика кількість інформації на спортивну тематику	Відсутність об’єктивності інформації
Спортивна преса за тематичним сегментом	Детальна характеристика різних видів спорту, високий рівень професіоналізму	Вузьке коло читачів
Спортивна преса за належністю до різних органів або спортивних товариств	Створення позитивного іміджу організації	Відсутність об’єктивності інформації

Таблиця 1.3.Переваги та недоліки різних видів спортивної преси

Кожен вид спортивної преси має свої переваги та недоліки. Для отримання актуальної інформації слід орієнтуватися на спеціалізовані спортивні видання. Спортивна піарналістика допоможе більше дізнатися про внутрішнє життя клубу і розповість історії успіху спортсменів.

Коло читачів спортивної преси представлено на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Коло читачів спортивної преси

Отже, коло читачів спортивної преси досить широке. Це свідчить про популярність спортивних періодичних видань та розвиток спортивної галузі в Україні.

Висновки до першого розділу.

На сьогоднішній день в Україні широко розвивається спортивна преса – вид періодичних видань, що спеціалізується на публікації матеріалів у сфері фізичної культури та спорту. Більшість дослідників дійшли висновку, що обізнаність у спортивній галузі сприяє розвитку фізичної активності особистості та мотивує її до суспільної діяльності. Читання спортивної періодики сприяє розвитку позитивних якостей та веденню здорового способу життя. Структура спортивної преси містить: *спеціалізовану пресу, спортивну ,,пресу в пресі”, спортивну піарналістику.* Публікації на спортивну тематику є популярними серед широкого кола читачів, серед яких тренери, спортсмени, журналісти, вболівальники та інші.

РОЗДІЛ 2.

Особливості становлення спортивної преси України

2.1. Історія становлення

В історії становлення спортивної преси України виділяють декілька періодів. Зокрема, великий внесок в розвиток та дослідження становлення спортивної періодики зробили такі вчені: О. Вацеба (присвятила своє дослідження аналізові зарубіжних та українських спортивних видань), М. Дерепа (розглядала висвітлення спорту в періодичній пресі України), О. Корольова (описувала спортивні журнали незалежної України), А. Павленко (з'ясовувала особливості формування в сучасних медіа футбольного іміджу України) [5, 9, 18, 25].

В окремих статтях та доповідях на науково-практичних конференціях різні проблеми спортивної журналістики вирішували В. Ковпак, О. Корольова. Вони описали основні тенденції розвитку спортивних видань та розглянули мовностилістичні особливості різних жанрів[16, 17].

І. Михайлин наголосив на важливості періодизації історії української журналістики, оскільки це допоможе краще зрозуміти етапи становлення та розвитку журналістської діяльності. Загалом періодизація розвитку спортивної журналістики є складником " періодизації історії української журналістики, але разом з тим має свої характерні особливості."[24] Зокрема, вони стосуються видів спортивних видань, жанрів та тематики публікацій.

В історії розвитку спортивної періодики виокремлюють вісім періодів, кожен з яких має свої особливості. Періодизацію становлення спортивної преси України представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Періодизація становлення спортивної преси України

Період	Характеристика
1890–1916 рр.	Зародження спортивної періодики. Поява перших спортивних часописів: „Газета Спортова” (1900–1901 рр., Львів), „Сокільські вісті” (1907–1917 рр., Львів). У цих періодичних виданнях (часописах) перевагу надано таким тематичним категоріям спортивних видань: *видання з кінного спорту*, *з гімнастики*, *з шахів*, *з водного спорту*, *з альпінізму*, *з велоспорту*, *з голубиного спорту*, *з боротьби*.
1917–1921 рр.	Період стагнації. Публікації в основному на тему кінного спорту.
1922–1939 рр.	Період розквіту спортивної журналістики характеризувався формуванням міських та регіональних видань. Основну увагу в той час приділяли таким видам спорту, *“як легка й важка атлетика, велоспорт, футбол, стрільба, мотоспорт, баскетбол, гандбол, гімнастика, волейбол, хокей, лижний і ковзанярський спорт, плавання, теніс та шахи”*[24].
1940–1956 рр.	Переважання суспільно-політичних видань. Зменшення кількості спортивних видань.
1957–1968 рр.	Відновлення спортивної періодики. Проведення спортивних змагань. Поява нових спортивних видань: „Фізкультура і спорт в школі” (1958 р., Хмельницький), „Фізичне виховання в школі” (1960 р., Київ), „Теорія і практика фізичного виховання та Спорту” (1968 р., Київ). Основна тематика: легка атлетика, важка атлетика, бокс, плавання, футбол.

Продовження таблиці 2.1.

1969–1990 рр.	Зростання тиражів спортивної преси. Поява спортивної піарналістики.
1991–1998 рр.	Активний розвиток спортивної преси. Прийняття законів у галузі журналістики та спорту: ,,Про інформацію" (02.10.1992 р.), [14] ,,Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні" (16.11.1992 р.), [13] ,,Про фізичну культуру і спорт" (24.12.1993 р.) [15]. Основна тематика: футбол, бокс, легка атлетика, важка атлетика, науково-методичні спортивні видання. Спортивна преса сприяє розвитку національної самосвідомості української молоді.
1999 р. – наш час	Розквіт спортивної преси України. Реформування та модернізація спортивних видань. Прийняття закону України ,,Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів" (23.09.1997 р.) [12]. Змінюється тематика та оформлення спортивних видань.

1890-ті рр. характеризуються появою спортивної преси у Львові, Києві, Одесі. Спортивна преса існувала в той час, як вузькоспеціалізована. Цікавим є той факт, що не було футбольних видань, хоча цей вид спорту широко розвивався [24].

З 1917 р. розвитку набуває кінний вид спорту. Хоча публікацій на цю тематику невелика кількість [20].

1922 р. характеризується появою нових видань. Здебільшого розвивається спортивна преса у "Харкові, Києві, Одесі, Дніпропетровську, Полтаві, Кривому Розі, Херсоні, Чернігові, Луганську, Житомирі, Запоріжжі, Красноармійську, Кіровограді, Сімферополі, Первомайську" [6].

Основні тематичні групи спортивних видань цього періоду такі:

- універсальні видання;
- вузькоспеціалізовані;
- виробничо-фізкультурні;
- мистецько-спортивні;
- часописи [7].

З 1940 р. по 1956 р. спостерігалася стагнація спортивної преси. Найбільшої популярності набули суспільно-політичні видання [24].

З 1957 р. відбувається розбудова української журналістики. Особливістю цього періоду є “розвиток науково-методичної та науково-теоретичної спортивної журналістики” [24].

В 1969 р. з’являються перші футбольні видання, активно розвивається спортивна піарналістика [24].

В 1991 р. з’являється перша футбольна газета ,,Український футбол”. У цей період значно розширюється тематика спортивних видань: *футбол, бокс, легка атлетика, важка атлетика*. Також змінюється стиль написання та оформлення матеріалів, з’являється велика кількість яскравих зображень, “гучних заголовків, багато статистичних даних та результатів досліджень у вигляді таблиць, діаграм, малюнків та різного роду порівнянь” [24].

В 1999 р. починає формуватися розгалужена мережа спортивних видань, відбувається становлення спортивної піарналістики. Переважає вузькоспеціалізована спортивна преса. Також активного розвитку набуває науково-методична та науково-теоретична спортивна журналістика. З’являються регіональні спортивні видання [24].

Сучасна спортивна журналістика в Україні привертає значну увагу медіа-аудиторії. Для багатьох споживачів спортивного контенту він є способом відпочинку та захоплення, що дозволяє відволіктися від суспільно-політичних реалій і зосередитися на нейтральних темах. Відповідно до зростаючого інтересу, засоби масової інформації та журналісти стикаються з викликом пошуку ефективних форматів, нових жанрів і сучасних технологій для створення та поширення затребуваного контенту.

2.2. Вплив суспільних і спортивних подій на становлення спортивної преси в Україні

На розвиток спортивної преси в Україні великий вплив мають суспільно-політичні події. Вони становлять вагоме значення не лише для свідомості населення, а й для розвитку культурної сфери та галузі фізичного виховання [27].

Основні події, які вплинули на розвиток спортивної періодики, представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Події, що вплинули на становлення спортивної преси в Україні

Період	Подія
1890–1916 рр.	Київський часопис нагороджено дипломом на Всесвітній Міжнародній виставці періодичних видань у Брюсселі (1893 р.)[31].
1917–1921 рр.	Громадянська війна.
1922–1939 рр.	Період українізації. Відбувається стрімкий розвиток спортивної періодики.
1940–1956 рр.	В умовах війни зменшилася кількість видань на спортивну тематику. Розвитку набули суспільно-політичні видання.

Продовження таблиці 2.2.

1957–1968 рр.	IV Всесоюзна Спартакіада товариства ,,Динамо” (1955 р.). Розвиток спортивної преси.

1969–1990 рр.	Період „перебудови”. Поява спортивної піарналістики.
1991–1998 рр.	Спостерігаємо становлення і формування спортивних періодичних видань (часописів) Незалежної України.
1999 р. – наш час	Розвиток незалежної України. Прийняття низки законів в сфері журналістики. Реформування спортивних видань.

Суспільно-політичні і спортивні події в Україні вплинули зокрема на такі особливості розвитку спортивної преси:

1) тематика;
2) тираж;
3) види спортивних видань;
4) жанри;
5) мовностилістичні особливості;
6) оформлення;
7) просторова локалізація;
8) читацька аудиторія.

В період громадянської війни спортивна преса зазнала стагнації. Зменшилась кількість спортивних видань, змінилась тематика публікацій.

Стрімкого розвитку спортивна журналістика набула в період українізації. Спостерігається розширення жанрів та збільшення текстів на спортивну тематику в суспільно-політичних виданнях. Особливістю спортивної преси цього періоду була активна комунікація з читачами видань. Це дозволило проаналізувати вплив журналістських матеріалів на свідомість суспільства, розробити рекомендації щодо покращення спортивної преси, створити нові рубрики в суспільно-політичних виданнях [26].

В умовах війни зменшилось фінансування спортивних видань, тому кількість публікацій була значно меншою. Суспільство цікавили інші теми.

Публікації на соціальну та політичну тематику переважали на шпальтах газет. Однак журналісти вели також спортивні колонки в суспільно-політичних виданнях [10].

На розвиток спортивної преси в Україні вплинули проведення спортивних змагань, участь в міжнародних змаганнях, публікації на спортивну тематику в міжнародних виданнях. В цей період основною функцією спортивних видань була виховна. Суспільство прагнуло виховати сильну духом молодь, оскільки це “впливало не лише на розвиток спорту, а й на розвиток країни загалом” [3]. Поняття ,,спорту” розглядали в контексті освіти та туризму, здебільшого посилаючись на міжнародні видання [3].

Після здобуття Україною незалежності, спортивна преса набула стрімкого розвитку. Збільшилася кількість тем, значного розширення набули жанри публікацій, з’явилися нові види спортивної преси. Активного розвитку набула спеціалізована спортивна преса [11].

Характерні особливості спортивної преси періоду незалежності:

1) впровадження рекомендацій щодо покращення спортивної періодики;
2) комунікація з читацькою аудиторією;
3) конкурси;
4) велика кількість реклами;
5) значна частина інформаційних матеріалів про футбольні чемпіонати в багатьох країнах світу;
6) подання матеріалів про раритетні види спорту;
7) публікація матеріалів про значущість спорту для суспільства;
8) взаємодія журналістів з представниками різних організацій;
9) розгляд спорту в контексті розвитку суспільства [21].

Таким чином спортивна преса набула розвитку від колонок в суспільно-політичних виданнях до окремих спортивних видань, спеціалізованої спортивної преси та науково-методичних видань. Зразки матеріалів подано в додатку А.

Висновки до другого розділу.

Детально розглянуто кожен період історії українських спортивних газет, проаналізовано їхні особливості та сутнісні характеристики, а також тематично систематизовано спортивні видання кожного періоду. Історія спортивної преси в Україні – це одночасно історія її розвитку та історія стагнації. Особливо помітною є значна кількість реклами та матеріалів про раритетні види спорту. Однак найбільш плідними і продуктивними періодами в аспекті спортивного висвітлення матеріалів в Україні були третій, сьомий та восьмий періоди (конкурси, публікування матеріалів про значення спорту для суспільства та взаємодія журналістів з представниками різних організацій). Створення часового сегменту висвітлення спортивної тематики видається неабияк важливим для історії спортивної журналістики в Україні, оскільки може стати ключем до подальших досліджень.

РОЗДІЛ 3.
Сучасне функціювання спортивної преси

3.1. 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”** [4].

Ці жанри спортивної журналістики презентовано на рис. 3.1.

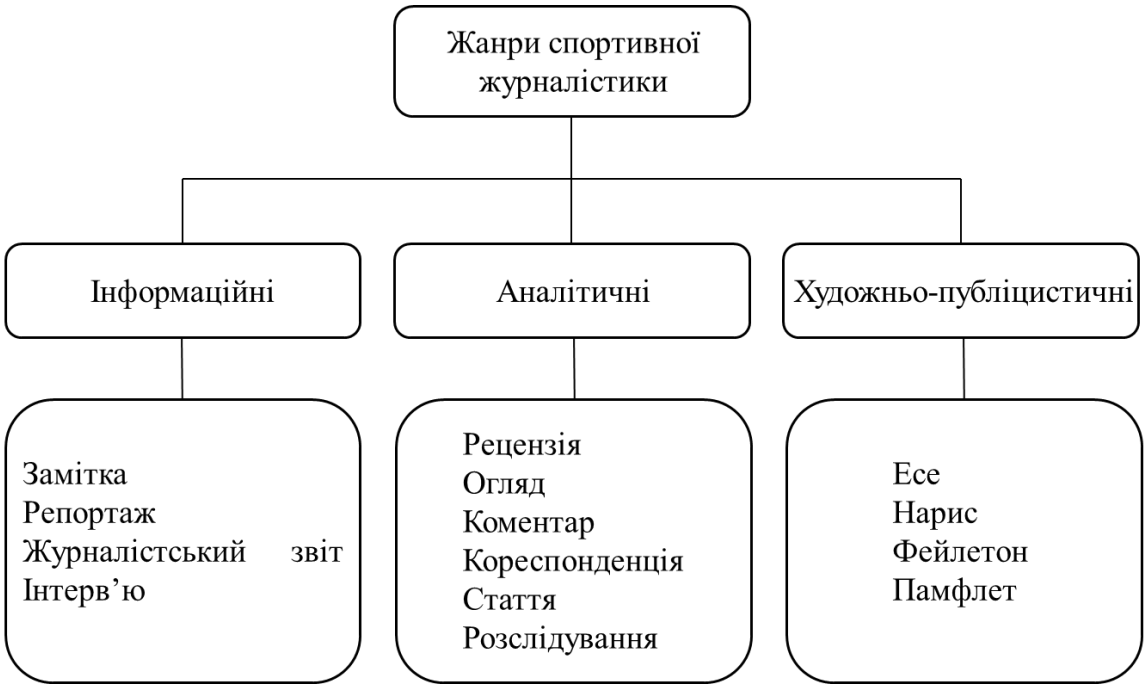


Рис. 3.1. Жанри спортивної журналістики (сформовано за [4]).

Схарактеризуємо детальніше кожен жанр.

Інформаційні жанри:

1) замітка (основою 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) [22].

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) [4].

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, особливим 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)" [4]. Трансформацію жанрів і форматів спортивної преси представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Трансформація жанрів і форматів спортивної преси

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

	художньо-публіцистичні *(фейлетон, нарис, есе.)*	

Трансформація жанрів і форматів спортивної преси (сформовано за [30])

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.

3.2. Комерціалізація спортивної преси: моделі монетизації

Комерціалізація спортивної преси – процес розвитку спортивних медіа за рахунок розширення та монетизації контенту.

Початком комерціалізації як глобальної тенденції дослідники вважають 70-ті рр. XX ст., коли доходи від реклами значно зросли. У наступному

десятилітті комерціалізація почала впливати навіть на якісні медіа. З одного боку, оскільки журналістика – це сфера бізнесу, комерціалізація може здатися правильним кроком для розвитку медіа. Насправді ж це здебільшого негативна тенденція, оскільки вона підвищує прибутки за рахунок якості контенту. У рамках цієї тенденції медіа намагаються створювати контент розважального характеру. Складних тем журналісти уникають, оскільки вони можуть викликати негативні емоції в читачів. Результатом комерціалізації є нескінченний потік мильних опер і розважальних програм на радіо та телебаченні. Це знижує рівень журналістських матеріалів, які піддаються аналізу та критиці з боку читацької аудиторії. Зокрема, це стосується подій в країні та інших суспільно важливих тем [2].

На основі опрацьованої теоретичної літератури ми сформували моделі монетизації спортивної преси, запропоновані на рис. 3.2.

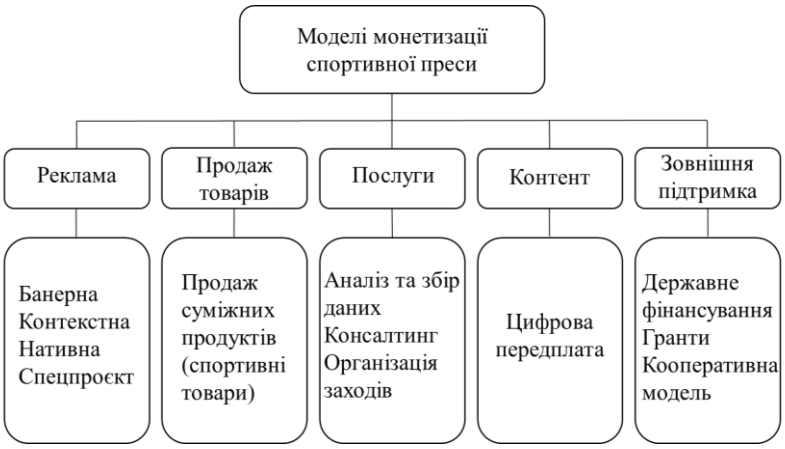


Рис. 3.2. Моделі монетизації спортивної преси

Реклама є найпоширенішою моделлю монетизації спортивної преси. Реклама використовується в різних форматах видань *(в газетах, на радіо, на телебаченні).* Зокрема, рекламують спортивні товари, одяг, інвентар, тренажери. Банерна реклама може представляти продукти харчування [42].

Також досить популярна модель монетизації – прибуток від продажу товарів та послуг. Зазвичай, ця модель використовується в співпраці з брендами та організаціями. В якості прибутку можуть бути кошти, спортивні товари.

Організація різноманітних спортивних заходів сприяє розширенню можливостей спортивних видань, залученню представників різних організацій до співпраці, пошуку партнерів, комунікації з тренерами та спортсменами.

Контент спортивних видань також можна монетизувати. Це стосується ексклюзивного контенту, ведення блогів та окремих рубрик.

Не менш важливою є також зовнішня підтримка, яка дозволяє збільшити фінансування спортивних видань. Фінансування може здійснюватися за рахунок держави, отримання грантів та підтримки партнерів [37].

Види монетизації спортивної преси показано на рис. 3.3.

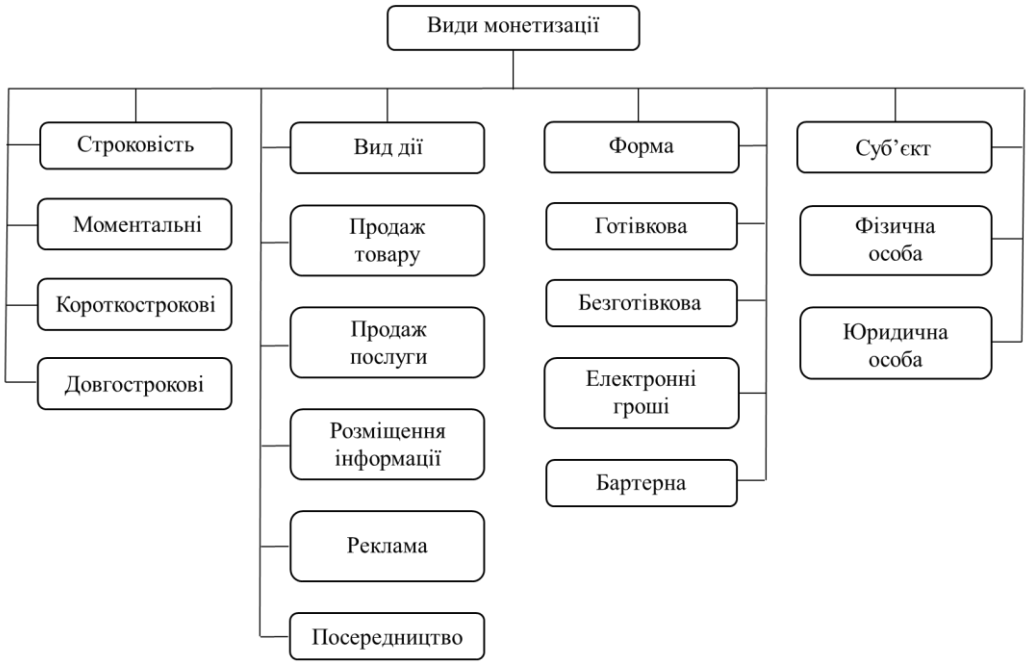


Рис. 3.3. Види монетизації спортивної преси

Вибираючи вид монетизації, слід обов'язково враховувати вікову категорію читачів спортивної преси. Наприклад, рекламу зазвичай публікують електронні спортивні видання, орієнтуючись на молодь. Товари та послуги є популярними серед осіб середнього віку, тому така модель монетизації використовується здебільшого в друкованих виданнях [38].

На рис. 3.4. подано приклад монетизації спортивних видань за рахунок розміщення реклами.



Рис. 3.4. Онлайн-видання ,,Football.ua” (https://football.ua/)

Наприклад, онлайн-видання ,,Football.ua” публікує рекламу додатку robota.ua, орієнтуючись на працездатну частину населення. Вікова категорія – молодь 18-35 років. Зазвичай, ця категорія населення займається пошуком роботи на онлайн-платформах, тому вибір рекламної інтеграції є досить вдалим [39].

На рис. 3.5. подано приклад реклами товарів на платформі ROZETKA.

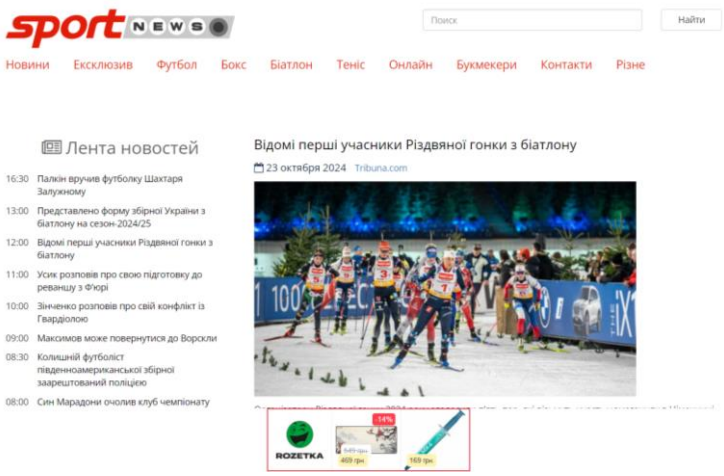


Рис. 3.5. Онлайн-видання ,,Sportnews” (https://sportnews.com.ua/)

Онлайн-видання ,,Sportnews” використовує модель монетизації контенту за рахунок розміщення реклами товарів і послуг. Це розширює коло читачів, однак заважає формуванню постійної аудиторії [41].

Оптимальний варіант – розміщення реклами спортивних товарів. Наприклад, онлайн-видання ,,Isport.ua” впроваджує різні рекламні інтеграції, більшість з яких не стосуються сфери спорту (рис. 3.6.).

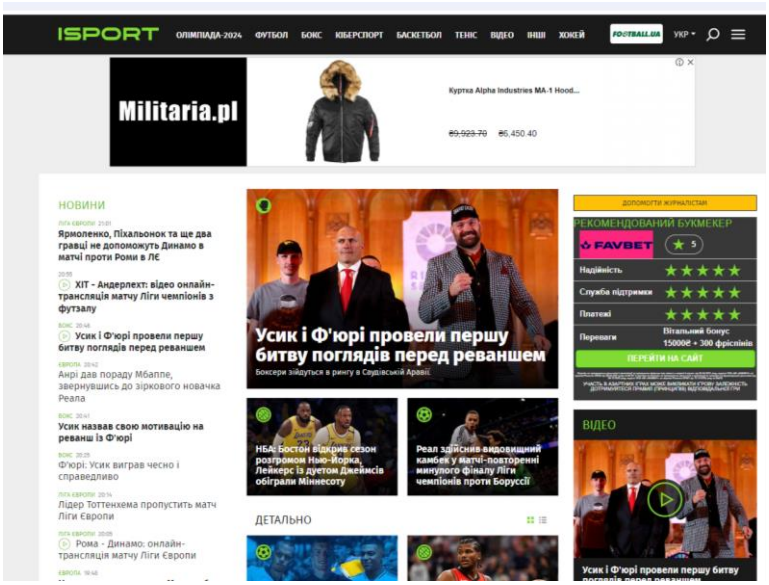


Рис. 3.6. Онлайн-видання ,,Isport.ua” (https://isport.ua)

Така модель монетизації спортивної преси є не дуже вдалою, оскільки заважає формуванню цільової аудиторії. Однак розміщення такої реклами в суспільно-політичних виданнях буде результативним, оскільки аудиторія таких видань значно більша [40].

Отже, для вибору моделі монетизації варто спочатку проаналізувати вид преси, формат, цільову аудиторію. Спеціалізовані спортивні видання можуть співпрацювати з різними брендами, розміщувати актуальну інформацію про життя спортивних клубів. Спортивна ,,преса в пресі” дозволить розширити читацьку аудиторію та збільшить вибір інструментів монетизації. Оптимальний

вибір виду монетизації контенту дозволить залучити більшу кількість читачів та досягнути максимальних результатів.

3.3. Роль соціальних мереж у формуванні спортивного контенту

Соціальні мережі – це новий формат спортивної преси, який дозволяє швидко поширювати актуальні новини в сфері фізичної культури та спорту.

Переваги використання соціальних мереж для поширення спортивної інформації:

1) швидкість;
2) широке коло читачів;
3) оперативність;
4) можливість ведення прямої трансляції;
5) оптимізація розміщення реклами (більшість соціальних мереж пропонують спеціальні партнерські програми, які допомагають відстежувати періодичність та результативність реклами);
6) великий вибір інструментів;
7) залучення нових читачів за рахунок поширення контенту серед аудиторії;
8) значний вибір жанрів та стилів публікацій [43].

Недоліки використання соціальних мереж для поширення спортивної інформації:

1) порушення журналістських принципів;
2) низька якість інформації;
3) відсутність першоджерел [43].

Соціальні мережі дозволяють оперативно поширювати новини в сфері фізичної культури та спорту, однак така інформація не завжди є перевіреною. Зазвичай, інформація в соціальних мережах опублікована не професійними журналістами, а читачами. Тому перш, ніж ділитися нею, варто перевірити джерело та точність інформації.

Соціальні мережі сприяють розширенню аудиторії спортивних видань (рис. 3.7.).

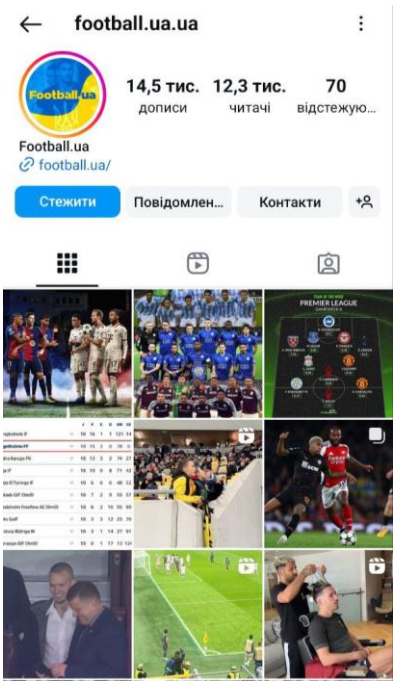


Рис. 3.7. Сторінка онлайн-видання ,,Football.ua" в інстаграмі (https://www.instagram.com/football.ua.ua?igsh=ampqaTF5d2s1Y3Fz)

Найпопулярнішим видом спорту серед українців є футбол. Охоплення спортивних видань у соціальних мережах сягають десятків тисяч (рис. 3.8.).



Рис. 3.8. Сторінка про футбол в інстаграмі (https://www.instagram.com/footballuablog?igsh=eHViZ25oZXh1bW1z)

Публікації спортивних видань у соціальних мережах стосуються актуальних подій у світі спорту, анонсів спортивних випусків, моментів матчів. На сторінках спортивної преси спостерігаємо високий рівень комунікації з аудиторією (вподобання, коментарі, поширення). Це сприяє залученню нових читачів та популяризації спорту серед населення.

Значних охоплень набирають відеопублікації (рис. 3.9.).

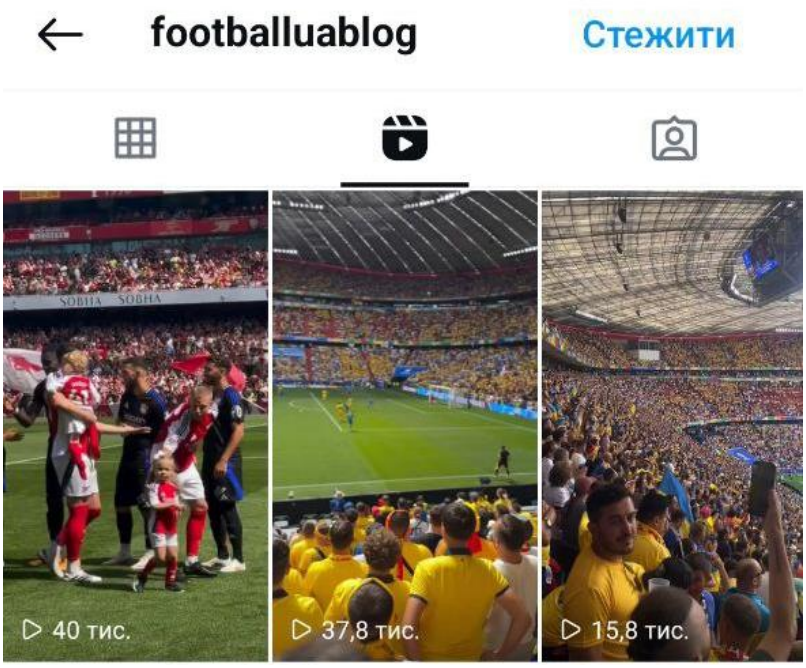


Рис. 3.9. Відеопублікації на спортивну тематику в соціальних мережах (https://www.instagram.com/footballuablog?igsh=eHViZ25oZXh1bW1z)

Основна відмінність, яка відрізняє соціальні мережі від інших форматів спортивної преси – можливість читачів спілкуватися між собою. Також це дозволяє проводити опитування аудиторії, аналізувати рейтинги видань, використовувати результати досліджень в наукових публікаціях та розробляти різноманітні способи розвитку спортивної преси.

Отже, соціальні мережі є одним із найефективніших форматів реалізації спортивної преси, що дозволяє швидко поширювати актуальну інформацію серед читачів. [29]

Результати контент аналізу подано в **додатку Б.**

Висновки до третього розділу.

Упродовж тривалого періоду розвитку спортивна журналістика зазнала трансформації жанрів і форматів видань. Змінилася тематика публікацій та стиль написання. На сьогоднішній день найпоширенішим форматом спортивної преси є онлайн-видання. Реклама по телебаченню та публікації в соціальних мережах дозволяють залучити велику кількість читачів та сприяють розвитку національної свідомості українців.

ВИСНОВКИ

1. Проаналізувавши історію виникнення та функціювання спортивної преси в Україні, ми схарактеризували поняття ,,спортивна преса" та описали структуру спортивної преси. Спортивна преса є одним із тематичних видів журналістики, метою якої є збирання, оброблення та поширення надто актуальної спортивної інформації каналами масової комунікації, що базується на спеціально визначеному предметі аналізу та спеціальної аудиторії. Структура спортивної преси включає: **спеціалізовану пресу** *(спортивні видання, які стосуються одного або декількох видів спорту);* **спортивну ,,пресу в пресі"** (термін Ю. Сазонової [31] - *колонки у виданнях спортивної тематики);* **спортивну піарналістику** *(видання спортивних клубів, що висвітлюють різноманітні події з життя спортивного клубу, історії успіху спортсменів, інформацію про змагання).*

2. Ми виокремили такі види спортивної преси:

1) **за будовою:** *спеціалізована преса; спортивна ,,преса в пресі"; спортивна піарналістика;*

2) **за тематичним спрямуванням:** *видання з футболу; видання з шахів; видання з бойових мистецтв; видання з легкої атлетики; видання з важкої атлетики та інші;*

3) **за належністю до різних органів чи спортивних товариств (організацій і клубів) :** *,,Динамо"; ,,Дніпро"; ,,Шахтар" та інші.*

3. Проаналізовано історію розвитку спортивної журналістики та розроблено періодизацію спортивної преси України. Зокрема, становлення спортивної преси включає вісім періодів:

- зародження спортивної преси (1890–1916 рр.);
- період стагнації (1917–1921 рр.);
- золотий період (1922–1939 рр.);
- зменшення кількості спортивних публікацій (1940–1956 рр.);

- період відновлення спортивної преси (1957–1968 рр.);
- поява спортивної піарналістики (1969–1990 рр.);
- розширення жанрів спортивних видань (1991–1998 рр.);
- розквіт спортивної преси (1999 р. – наш час).

4. На сучасному етапі функціювання спортивної преси досягло вагомих результатів. Розширилися жанри, збільшилась кількість публікацій спортивної тематики в суспільно-політичних виданнях, з’явились нові видання. Важливу роль у функціюванні спортивної преси відіграють соціальні мережі. Вони допомагають збільшити читацьку аудиторію, полегшують комунікацію з читачами, допомагають монетизувати контент. Створення видань, повністю присвячених тематиці спорту, є посутнім внеском у розвиток і поширення відповідної галузі журналістики та формування свідомості українського населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бідзіля Ю. М. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород: ВАТ «Видавництво Закарпаття», 2007. 224 с.
2. Бондарчук Н.Я. Менеджемент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник / Н.Я. Бондарчук. Ужгород : Ужгородський національний університет, 2010. 170 с.
3. Булатова М.М. Олімпійські мандри / М.М. Булатова, В.М. Єрмолова, І.М. Кроль. К. : НОК України, 2020. 64 с. URL: https://www.scribd.com/document/683121208/%D0%9E%D0%BB%D1%96%D0%BC%D0%BF%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B8
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / З. Вайшенберг. К. : Академія української преси, 2004. 262 с.
5. Вацеба О.М. Нариси з історії західноукраїнського спортивного руху / О.М. Вацеба. Івано-Франківськ: Лілея НВ, 1997. 234 с.
6. Гальченко О.М. Фізкультурно-спортивний рух у Донбасі (1917–1930 рр.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук : спец. 07.00.01 / О.М. Гальченко. Донецьк, 2008. 18 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=ref_full_aref&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=AT=&S21COLORTERMS=0&S21STR=%D0%93%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A4%D1%96%D0%B7%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0

%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%80%D1%83%D1%85%20%D1%83%20%D0%94%D0%BE%D0%BD%D0%B1%D0%B0%D1%81%D1%96$

7. Герман І.С. Запорізька преса 20-х – 40-х рр. XX ст.: жанрово-стильові особливості : дис… канд. філол. наук: 10.01.08 / І.С. Герман. К., 2003. 210 с.
8. Дерепа М.С. Висвітлення спорту в періодичній пресі України (2000-2002) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з фіз. виховання і спорту : спец. 24. 00. 01 / М.С. Дерепа. К., 2003. 19 с. URL: http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/7165
9. Дерепа М.С. Особливості й тенденції висвітлення спорту в газеті „Команда" / М.С. Дерепа // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. 2001. № 4. С. 78-81.
10. Животко А.П. Історія української преси / А.П. Животко / Упоряд., авт. іст.-біогр. нарису та приміт. М. С. Тимошик. К. : Наша культура і наука, 1999. 360 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001229
11. Житарюк М.Г. Великий спорт і мас-медіа : Навч.-метод. посіб. / М.Г. Житарюк. Львів: Світ, 1997. 84 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Velykyi-sport-masmedia-Marian-Zhytaryuk.pdf
12. Закон України Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів: Закон України від 23.09.1997 р. № 540/97-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1997. № 50. Ст. 302. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр
13. Закон України Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. № 2782-XII. Відомості Верховної Ради України. 1993. № 1. Ст. 1. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12

14. Закон України Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. Ст. 650 . URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text
15. Закон України Про фізичну культуру і спорт: Закон України від 24.12.1993 р. № 3808-XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. № 14. Ст. 80. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3808-12
16. Ковпак В.О. Українська спортивна періодика Галичини 20-30 рр. XX ст. : монографія / В.О. Ковпак. Львів: Львів. нац. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук.-дослід. центр періодики, 2008. 234 с.
17. Корольова О.В. Мовностилістичні особливості заміток-новин у сучасних українських спеціалізованих журналах про спорт / О.В. Корольова // Світові стандарти сучасної журналістики: зб. наук. праць / ред. М. В. Бутиріна. Черкаси, 2010 . С. 191-194.
18. Корольова О.В. Спортивні журнали незалежної України : сучасний стан, тенденції розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. Комунікацій : спец. 27.00.01 / О.В. Корольова. К., 2013. 17 с. URL : file:///C:/Users/admin/Downloads/aref.doc.pdf
19. Кость С.А. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини XX ст. : ідейно-концептуальні засади, періодизація) : навч. посібн. / С.А. Кость. Львів, 2008. 272 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Istoriia-ukrainskoi-zhurnalistyky-knyha1.pdf
20. Кость С.А. Історія української журналістики (західноукраїнська преса першої половини XX ст. : структура, проблематика) / С.А. Кость. Львів, 2008. 217 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Istoriia-ukrainskoi-zhurnalistyky-knyha2.pdf
21. Кулик Я.Л. Історія виникнення й розвитку фізичної культури та спорту на Україні / Я.Л. Кулик, С.А. Костюк, М.І. Петренко. Вінниця: Логос, 1997. 133 с.

22. Лаврик О.В. Жанрово-стильові особливості репортажу в українській спортивній пресі / О.В. Лаврик // Теле- та радіожурналістика. 2010. Вип. 9, ч. 1. С. 196–201.
23. Михайлин І.Л. Журналістська освіта і наука : підручник / І.Л. Михайлин. Суми : Університетська книга, 2009. 336 с.
24. Михайлин І.Л. Історія української журналістики XIX століття / І.Л. Михайлин. К. : ЦНУ, 2003. 720 с.
25. Павленко А.В. Футбольний імідж України : особливості формування та виявлення в сучасних вітчизняних ЗМІ : автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій / А.В. Павленко. Київ, 2012. 16 с.
26. Півень О.П. Актуальні проблеми фізичного виховання в українській пресі 20-х років XX ст. / О.П. Півень // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2005. № 18. С. 49-53.
27. Платонов В.М. Сучасна система спортивного тренування / В.М. Платонов. К. : Перша друкарня, 2021. 672 с. URL: file:///C:/Users/admin/Downloads/%D0%A1%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D0%B6%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%B9.pdf
28. Проточенко О.А. Поняття „спортивна преса”: зміст, структура / Modern Science is the Connection Between Scientific Research and Economic Development" 10-12 лютого, Львів, Україна, 2025. С. 27-29 (89 с.) URL: https://www.eoss-conf.com/wp-content/uploads/2025/02/Lviv_Ukraine_10.02.25.pdf
29. Проточенко О.А. Роль соціальних мереж у формуванні спортивного контенту / IX Міжнародна наукова конференція «Наукові тренди

постіндустріального суспільства» 21 березня, Тернопіль, Україна, 2025. С. 226-228 (331 с.) URL: https://archives.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/issue/view/21.03.2025/38

30. Сазонова Ю.О. Спортивна журналістика України : історія, еволюція, трансформація : монографія / Ю.О. Сазонова. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с. URL: https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/425/1/%D0%A1%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%AE.%20%D0%9E.%20%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.pdf

31. Сазонова Ю.О. Спортивна преса України : особливості становлення та сучасне функціонування : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Харківський нац. ун-т ім. В. Каразіна / Ю.О. Сазонова. Харків, 2016. 223 с. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/63c/dis.Sazonova.pdf

32. Спорт. Газета „День". 2024. Режим доступу URL: https://day.kyiv.ua/news/sport

33. Сушко Р.О. Розвиток спортивних ігор в умовах глобалізації (на матеріалі баскетболу) : монографія / Р.О. Сушко. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 360 с.

34. Товт В.А. Теорія і практика національної системи спорту для всіх : навч. посіб. / В.А. Товт, В.Я. Сусла. Ужгород : ПП Данило С.І., 2017. 128 с.

35. Шевченко О.В. PR: теорія і практика / О.В. Шевченко, А.В. Яковець.К : Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

36. Andrews P. Sports journalism: a practical guide / Phil Andrews. London et al. : Sage publications, 2006. VI, 180 p.

37. Boyle R. Sports journalism: context and issues / Raymond Boyle. New York : SAGE, 2006. 208 p.
38. Fischer H. Sports journalism at its best: Pulitzer Prize-winning articles, cartoons and photographs / H. Fischer. Washington : Nelson-Hall, 1995. 146 p.
39. Football.ua. 2024. Access mode : https://football.ua/
40. Isport.ua. 2024. Access mode : https://isport.ua/
41. Sportnews. 2024. Access mode : https://sportnews.com.ua/
42. Steen R. Sports journalism: a multimedia primer / Rob Steen. New York : Taylor / Francis, 2007. 202 p.
43. Stofer K. Sports Journalism: An Introduction to Reporting and Writing / Kathryn T. Stofer, James Schaffer, Brian A. Rosenthal. New York : Rowman / Littlefield, 2009. 287 p.

ДОДАТКИ

Додаток А. Зразки спортивних видань



СОКІЛЬСЬКІ ВІСТИ

ОРГАН УКРАЇНСЬКОГО СОКІЛЬСТВА

РІЧНИК III. ТРАВЕНЬ—ЧЕРВЕНЬ 1930. Ч. 5—6.

ІЛЬКО КАЛІЧАК.

ЗДОРОВЛЯ — СИЛА — КРАСА.

(Сестрам Українкам під розвагу).

Ці три слова повинні бути життєвим кличем кожньої української жінки, бо вони в собі скривають неодну мудрість й пізніше неодин життєвий успіх. В дусі цих слів малаб виховувати українська мати й свої мізунчики, бо виховання це торкається не лише душі — але та-

Вежа членицъ „Сокола IV:“ у Львові.

кож й тіла, її дитини. Таке виховання повинна вона начати від наймолодших літ свого любимця, бо діточий світогляд легко тоді розширюється й без великого опору нагинається на нелегкий шлях пізнішої життєвої праці.

Є багато способів до виховування дітвори, одначе найлегше хіба дітей виховується грами й руханковими забавами.

Тілесне здоровля, осягнеться дбанням про чистоту у власній хаті, відповідним життям — перестеріганням правил ранішного вставання й їдження, щоби в кімнаті було якнайбільше соняшного світла й подостатком здорового повітря.

Рис. А.1. „Сокільські вісті”, 1930 р., Ч. 5-6



Рис. А.2. ,,Спортивна газета”, 1987 р., №103


Прискорити перебудову управління економікою

Спортивна газета

Одразу за прохідною

Знову над стадіоном

Залишимося вічно молодими

Для медалей відкрито

Рис. А.3. ,,Спортивна газета”, 1987, №085



www.sportyvka.com.ua

Спортивка

№66-67 (2422-2423) 10 СЕРПНЯ 2022 — виходить тричі на тиждень — ЦІНА ДОГОВІРНА

ФУТБОЛЬНІ СВАРКИ ПЕРЕД ВОЄННИМ СЕЗОНОМ

В Україні страшна війна, світ навколо змінився. А навколо українські прем'єр-ліги все по-старому: сварки, суперечки, непорозуміння... І тема та ж, що і раніше, – спільний телевізійний пул. «Сигнал» запропонував такий варіант, що клубам перепаде по 94 тисячі доларів за сезон. Зголосились канали «Футбол» платежки по 200 тисяч доларів. Це не сподобалося «Динамо», «Дніпру 1», «Зорі» й особливо «Руху». Григорій Козловський назвав це «подачкою» та запропонував безкоштовно транслювати матчі на загальнодоступних каналах. Після цього не забарилися образливі висловлювання.

«Категорично не розумію гру в популізм і комунізм, яку ведуть деякі колеги, стверджуючи, що вони за «безкоштовний футбол». «Безкоштовний» – це завжди за чийсь рахунок, держбюджету, інших клубів. А професійний футбол – про те, що самим потрібно заробляти та жити відповідно до витрат. А хто не згоден – якщо має власні кошти, нехай інвестує: створить продакшн, телеканал, візьме на себе зобов'язання. Тоді можна про щось конкретне казати», – заявив президент «Вереса» Іван Надєін.

Козловський із відповіддю не забарився: «У нас є команди, які не мають ні власної тренувальної бази, ні футбольної школи. Є й такі, що тренуються поруч із курми. Розумію, що з такими клубами нам багато грошей не запропонують. Але ці клуби, не маючи власного стадіону, кажуть, що 94 тисячі доларів за права на трансляції – це божа благодать. Можливо, це для них так і є, і цих грошей вистачає, аби закрити оренду тренувального поля в селі Кукуєво... Один із президентів компенсує недоліки клубу іншою «неспортивною», а саме підлабузництвом до чиновників прем'єр-ліги. Скажу цій людині, хай припинає. Невже їх не болить? Він уже так зализав керівникам прем'єр-ліги, що ті, бідолашні, в туалет сходити не можуть...»

І таке інше в цьому ж дусі. Словом, настільки весело, як би не було сумно, зважаючи на нинішні часи... Слежитимемо за ситуацією та про її розвиток розповідатимемо в наступних номерах...

Дебют «каноніра»

Один із лідерів збірної України Олександр Зінченко дебютував у новій для себе англійській команді. И одразу допоміг «Арсеналу» вигрити в дербі у «Кристал Пелас» (2:0). А ще потрапив у різноманітні символічні збірні 1-го туру чемпіонату Англії. В активі українця – 1-ий асист сезону. Словом, показав себе наш футболіст добре, тож можна прогнозувати, що у складі «каноніра» він стане основним і матиме більше ігрової практики. Принаймні дебют у нього вийшов доволі гучним і потужним...

(продовження теми – на 4-ій і 12-ій сторінках)

Лузан у пріоритеті

Збірна України з веслування на байдарках і каное завершила чемпіонат світу в канадському Галіфаксі з 5-ма медалями: 2 золота, 1-не срібло та 2 бронзи. Головною героїнею змагань стала найкраща на теперішній момент українська веслувальниця Людмила Лузан. У її активі – перемоги в каное-одиночках на 1 000 і 500 метрів, а також 2-ге місце разом з Анастасією Четвериковою в каное-двійці на 500 метрів. А загалом, чисельні жовті продемонстрували 2-ий найкращий виступ в історії нашої збірної на чемпіонатах світу...

(продовження теми – на 15-ій сторінці)

Вихід наступного номера «СПОРТИВКИ» заплановано на 17 серпня

Рис. А.4. ,,Спортивка”, 2022, №66-67

Додаток Б. Результати аналізу контенту

Таблиця Б.1.

Результати аналізу становлення спортивної преси України

Період	Характеристика	Жанри	Формат
1890–1916 рр.	Зародження спортивної періодики. Поява перших спортивних часописів: ,,Газета Спортова” (1900–1901 рр., Львів), ,,Сокільські вісті” (1907–1917 рр., Львів).	Інформаційні	Газета
1917–1921 рр.	Період стагнації.	Інформаційні	Газета
1922–1939 рр.	Золотий період спортивної періодики. Формується регіональна та міська преса.	Інформаційні	Газета, журнал
1940–1956 рр.	Переважання суспільно-політичних видань. Зменшення кількості спортивних видань.	Інформаційні, аналітичні	Газета, журнал
1957–1968 рр.	Відновлення спортивної періодики.	Інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні	Газета, журнал, книга

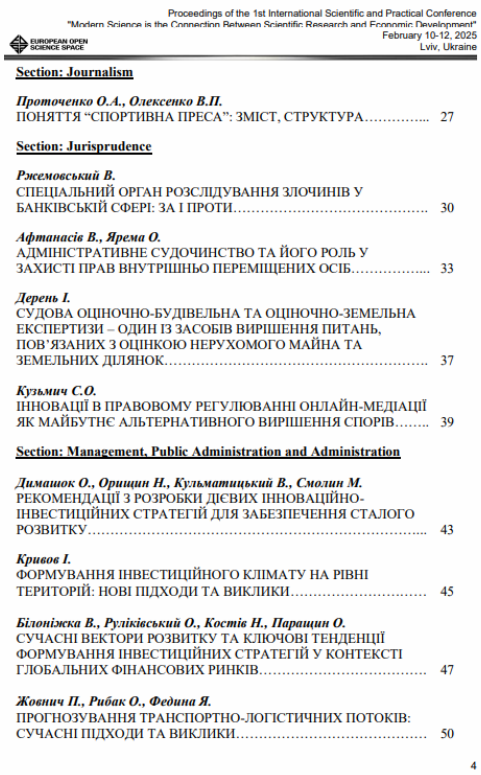
Продовження таблиці Б.1.

1969–1990 рр.	Зростання тиражів спортивної преси. Поява спортивної піарналістики.	Інформаційні, аналітичні	Газета, журнал
1991–1998 рр.	Активний розвиток спортивної преси.	Інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні	Газета, журнал, книга, радіо
1999 р. – наш час	Розквіт спортивної преси України. Реформування та модернізація спортивних видань.	Інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні	Газета, журнал, книга, радіо, телебачення

Додаток В

Апробація матеріалів дослідження





Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference
"Modern Science is the Connection Between Scientific Research and Economic Development"
February 10-12, 2025
EUROPEAN OPEN SCIENCE SPACE
Lviv, Ukraine

Section: Journalism

Проточенко О.А., Олексенко В.П.
ПОНЯТТЯ "СПОРТИВНА ПРЕСА": ЗМІСТ, СТРУКТУРА..... 27

Section: Jurisprudence

Ржемовський В.
СПЕЦІАЛЬНИЙ ОРГАН РОЗСЛІДУВАННЯ ЗЛОЧИНІВ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ: ЗА І ПРОТИ..... 30

Афтанасів В., Ярема О.
АДМІНІСТРАТИВНЕ СУДОЧИНСТВО ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАХИСТІ ПРАВ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ..... 33

Дерень І.
СУДОВА ОЦІНОЧНО-БУДІВЕЛЬНА ТА ОЦІНОЧНО-ЗЕМЕЛЬНА ЕКСПЕРТИЗИ – ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ВИРІШЕННЯ ПИТАНЬ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ОЦІНКОЮ НЕРУХОМОГО МАЙНА ТА ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК..... 37

Кузьмич С.О.
ІННОВАЦІЇ В ПРАВОВОМУ РЕГУЛЮВАННІ ОНЛАЙН-МЕДІАЦІЇ ЯК МАЙБУТНЄ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ВИРІШЕННЯ СПОРІВ..... 39

Section: Management, Public Administration and Administration

Димашок О., Орищин Н., Кульматицький В., Смолин М.
РЕКОМЕНДАЦІЇ З РОЗРОБКИ ДІЄВИХ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..... 43

Кривов І.
ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ НА РІВНІ ТЕРИТОРІЙ: НОВІ ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ..... 45

Білоніжка В., Руліківський О., Костів Н., Паращин О.
СУЧАСНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТА КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ..... 47

Жовнич П., Рибак О., Федина Я.
ПРОГНОЗУВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ..... 50

4



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
З МАТЕРІАЛАМИ IX МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

21 БЕРЕЗНЯ 2025 РІК
М. ТЕРНОПІЛЬ, УКРАЇНА

«НАУКОВІ ТРЕНДИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА»

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ СПОРТИВНОГО КОНТЕНТУ
Проточенко О. А. 226

СЕКЦІЯ XV.
ПЕДАГОГІКА ТА ОСВІТА

DIDACTIC PRINCIPLES FOR THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL LITERACY OF FUTURE MANAGERS OF SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL TRAINING
Нгуп О. 229

INNOVATIVE METHODS OF DEVELOPING SOCIAL AND COMMUNICATION COMPETENCE OF FUTURE JOURNALISTS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE MEDIA SPACE
Lobko S. 238

ФОРМУВАННЯ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ В УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ ЗАСОБАМИ АКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ
Базилевська О. О., Родименко І. М., Потапенко А. А. 249

ШКІЛЬНІ ПІДРУЧНИКИ З ІСТОРІЇ УКРАЇНИ ДЛЯ 7 КЛАСУ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ
Воропаєв Є. 253

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТИ У ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ
Горобець В. С. 257

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ПОЗИТИВНИЙ ТА НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НА МУЗИЧНЕ НАВЧАННЯ
Дубовська О. Л., Богославська Ю. В. 259

ПІДГОТОВКА ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ НАУКОВОЇ ОСВІТИ
Кочарян А. Б. 263

СУЧАСНІ ФОРМИ ОСВІТНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ДІТЬМИ В ЗДО: PROJECT-BASED LEARNING
Науменко М. С. 267

СТРУКТУРА І ЗМІСТ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ПРОФІЛАКТИКИ ПІДЛІТКОВОГО БУЛІНГУ
Пліско Є. Ю., Соколова В. М. 271

ВИКОРИСТАННЯ ІГРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ ДІТЕЙ З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ ПОРУШЕННЯМИ ЛЕГКОГО СТУПЕНЯ ПРОЯВУ НА УРОКАХ ІНФОРМАТИКИ
Пшиченко В. О. 275

СЕРТИФІКАТ

ПРО УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ (З ПУБЛІКАЦІЄЮ)

ICSR № 25/2103-083

0,4 ECTS
Рекомендовано Вченою Радою
Наукової установи «Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці»
Протокол № 11 від 20.03.2025

Конференцію зареєстровано
в Державній науковій установі у сфері управління Міністерства освіти і науки «УкрІНТЕІ»
Посвідчення № 92 від 06.01.2025.

Офіційний видавець
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 7860 від 22.06.2023.

www.mcnd.org.ua

Проточенко Олексій Анатолійович

взяв(ла) участь у IX Міжнародній науковій конференції

«НАУКОВІ ТРЕНДИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА»
21 березня 2025 року у м. Тернопіль, Україна

та опублікував(ла) наукову роботу в збірці конференції

з **ISBN** 978-617-8440-60-2
DOI 10.62731/mcnd-21.03.2025

ВІЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ МЦНД
ГОЛОВА ОРГКОМІТЕТУ
СОТНИК СОЛОМІЯ

МЦНД МІЖНАРОДНИЙ ЦЕНТР НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Факультет філології та журналістики
Кафедра української мови та методики її навчання
Східноподільський лінгвокраєзнавчий науково-освітній центр
Глухівський національний педагогічний університет
імені Олександра Довженка
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
Херсонський державний університет
Хмельницький національний університет

ПРОГРАМА
Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ»





2–3 квітня 2025 року
Умань

ШАНОВНЕ АКАДЕМІЧНЕ СПІВТОВАРИСТВО!
Оргкомітет Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції

ПРОДАН Олександр, здобувач ОПП «Філологія. Українська мова і література», факультет української й іноземної філології та мистецтвознавства Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.
ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ
Науковий керівник – **Шевченко Тетяна Василівна**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

ПРОКОПЕНКО Олександра, здобувачка ОПП «Українська мова і література, зарубіжна література», факультет української філології Криворізького державного педагогічного університету.
ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І МАНІПУЛЯТИВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ ТРИЛЕРІ
Науковий керівник – **Шарманова Наталя Миколаївна**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Криворізького державного педагогічного університету.

ПРОТОЧЕНКО Олексій, здобувач ОПП «Журналістика», факультет української й іноземної філології та журналістики Херсонського державного університету.
МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ В ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА
Науковий керівник – **Олексенко Володимир Павлович**, доктор філологічних наук, професор кафедри української і слов'янської філології та журналістики Херсонського державного університету.

САМОЙЛЕНКО Аліна, здобувачка ОПП «Середня освіта (Українська мова і література)», факультет української філології та журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка.
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ВИЯВИ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОНТРАСТУ НА ТЛІ СУЧАСНОГО ПОСТФОЛЬКЛОРНОГО ДИСКУРСУ
Науковий керівник – **Педченко Світлана Олександрівна**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка.

СИПКО Олександр, здобувач ОПП «Журналістика», факультет української й іноземної філології та журналістики Херсонського державного університету.
МОВНОВИРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ
Науковий керівник – **Олексенко Володимир Павлович**, доктор філологічних наук, професор кафедри української і слов'янської філології та журналістики Херсонського державного університету.

медіатема: аналіз комунікативних аспектів (на прикладі онлайн-видання «20 хвилин») 84
Артем Россінський. Українські OTT-сервіси у процесі монополізації українського ринку 88
Сергій Барна. Висвітлення екологічної тематики у пресовому дискурсі (за матеріалами видання «Україна молода») 92
Назарій Тарабан. Актуальні політичні наративи онлайн-аналітики на четвертому році російсько-української війни 97
Інна Снігур. Планування контенту для глянцевого журналу..... 102
НОВІ МЕДІА В ГЛОБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ 105
Олексій Проточенко. Трансформація жанрів і форматів спортивної журналістики 105
Юлія Голованова. Креативні прийоми та засоби впливу на аудиторію в авторському блозі на воєнну тематику 109
Вікторія Ярмолюк. Соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу..... 113
Анна Тесунова. Комунікативні можливості відеоблогів: потенціал і практичне використання..... 116
Каріна Верета. Онлайн-медіа про українську авіацію: виклики та перспективи 119
Карина Зелінська. Особливості сучасної тревел-журналістики 123
Віта Корнієнко. Популяризація української мови в соціальних мережах 126
Олена Білас. Дмитро Гордон як військовий блогер 129
Надія Чернюк. Новітні прийоми візуалізації новин 132
Каріна Горюнова. Молодіжний онлайн-журнал як соціально-комунікаційна платформа: виклики та можливості 135
Аліна Дяченко. Вебсайт ЗНУ як інтерактивна платформа для дистанційного навчання 138
Катерина Ковалик. Книжковий подкастинг у XXI столітті: сучасний медіаінструмент популяризації літератури 141
Анна Романченко. Інформаційно-аналітичний портал «Детектор Медіа» як освітній інструмент у підготовці студентів-журналістів 145
Дар'я Кізілова. Використання комунікаційних стратегій у створенні профорієнтаційного подкасту 148
ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ 151
Вікторія Бухтій. Видавнича справа в Україні в умовах російсько- 151





Інтерактивні методи навчання української мови у 7-х класах ЗЗСО в умовах НУШ

Науковий керівник: к. пед. н., доц. Н. Ф. Босак

10. Проточенко Олексій, здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти 4 року навчання Херсонського державного університету

Мова газети: нові форми позначення реалій

Науковий керівник: д. філол. н., проф. В. П. Олексенко

11. Урсул Ангеліна, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти 1 року навчання філологічного факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Українське усне мовлення респондентів у фонологічному аспекті: звукове поле передньоязикових фонем [д], [т], [д'], [т']

Науковий керівник: д. філол. н., проф. М. Л. Дружинець

12. Прущак Тетяна, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти 1 року навчання історико-філологічного факультету ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Технології формування інтерпретаційних компетентностей на уроках української літератури в 11 класі

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Г. А. Авксентьєва

13. Сипко Олександр, здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти 3 року навчання Херсонського державного університету

Поняття інформативності в газетному тексті

Науковий керівник: д. філол. н., проф. В. П. Олексенко

