

відбувається в області; скарги на відсутність взаємодії між журналістами та місцевою владою тощо.

Отож, регіональні ЗМІ не можуть загубити чи знехтувати особливості локальної культури, однак вони все ж таки не тільки потребують підтримки – вони на неї заслуговують. Місцеві медіа мають знайти «точки дотику» регіону із іншими частинами країнами, щоб творити спільний всеукраїнську співпрацю. Багато регіональних видань підтвердили свою здатність до адаптації – для них відкрилися більші можливості для отримання знань та інформації (сотні вебінарів та конференцій), розвиток нових освітніх проектів, робота на відстані; розвиток методів та навичок комунікації, які й надалі будуть актуальні для журналістів ХХІ століття. Вони показали свою важливість: коли ситуація стрімко змінюється, люди частіше звертають увагу на регіональні медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 152–157
2. Васіна О. Кому належать одеські ЗМІ. Аналіз Інституту масової інформації. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/14936/2015-11-24-komu-nalezhat-odeski-zmi-analiz-instytutu-masovoi-informatsii/> (дата звернення: 19.03.2021 р.)
3. Лохматов А. Дослідження медіа ситуації Миколаївської області. URL: <https://imi.org.ua/articles/doslidjennya-mediasituatsiji-mikolajivskoj-oblasti-i161> (дата звернення: 19.03.2021 р.)
4. Як українські регіональні медіа живуть під час карантину. Аналітичний огляд. URL: <https://internews.ua/opportunity/media-covid19>

Буймер В. В.,
студентка спеціальності
061 «Журналістика» Миколаївського
інституту розвитку людини
Університету «Україна»,
Науковий керівник:
Кандюк-Лебідь С. В.,
директор Миколаївського фахового
коледжу Університету «Україна»,
м. Миколаїв

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

Спорт – це феномен ХХ ст., який має величезну аудиторію. Перемоги на міжнародній спортивній арені утверджують авторитет України, формують

уявлення світової спільноти не тільки про рівень розвитку спорту, але й частково про культурну та економіко-політичну ситуацію в державі. Основним завданням спортивної журналістики є виявлення думок по відношенню до тієї чи іншої спортивної події.

Спортом в Україні сьогодні цікавиться величезна кількість людей. Для підтримки і збільшення інтересу до нього необхідно висвітлювати спорт відповідно до запитів читачів, їхніх уподобань. Тому розвиток зв'язків між спортивними редакціями і читацькою аудиторією, вивчення громадської думки шляхом створення соціологічної служби, безсумнівно, є одним з основних напрямів удосконалення висвітлення спорту в періодичній пресі України. Спортивна журналістика в Україні зародилася ще в ХІХ столітті (за її перебування у складі Російської імперії) тож аби забезпечити необхідний стійкий взаємообмін досягненнями, практичним досвідом між спортсменами різних країн та видів і виникла нова галузь журналістики – спортивна, яка спочатку розвивалася у виданнях загального характеру у вигляді окремих статей або спеціальних відділів.

Період становлення і розвитку життєдіяльності спортивних видань припадає на 20-30 роки минулого століття і попри велику заідеологізованість спортивної періодики і літератури в колишньому СРСР, вони все ж таки заклали фундамент галузевого книговидання, газет і журналів саме спортивної тематики [3, с. 218].

Сьогодні спортивному журналісту недостатньо знати спорт та гарно написати. Важливо поглибитися в усі сфери життя суспільства, а також постійно покращувати свою журналістську майстерність у розрізі спортивної тематики. Наразі теоретичні відомості не можуть наздогнати практичні. Проаналізувавши сучасну українську спортивну пресу та зарубіжні видання, ми зробили висновки, що українська система розвитку значно відрізняється від закордонних, як наповненням, так і дизайном. Ми повинні навчитися створювати справжній спортивний медіа-продукт, який не тільки приверне увагу більшості читачів, а й навіть зможе змагатися з іншими конкурентами.

Спортом в Україні сьогодні цікавиться величезна кількість людей. Для підтримки і збільшення інтересу до нього необхідно висвітлювати спорт відповідно до запитів читачів, їхніх уподобань. Тому розвиток зв'язків між спортивними редакціями і читацькою аудиторією, вивчення громадської думки шляхом створення соціологічної служби, безсумнівно, є одним з основних напрямів удосконалення висвітлення спорту в періодичній пресі України.

Однак, аудиторії вже не подобається стандартний контент, люди хочуть бачити на сторінках періодичних видань креатив. Прагнуть не марнувати свій час, а вміло використовувати, тому, наразі не актуально писати великі за розміром статті з нудними заголовками та стандартними фотографіями.

Спортивні журналісти не враховують інформаційних потреб, запитів і сподівань читацької аудиторії, що знижує інтерес не тільки до тієї чи іншої газети, але й до спорту взагалі.

Миколаївська науковець-дослідниця Сазонова Ю.О. у своїй праці «Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX – XXI ст.)» зазначила, що від початку заснування спортивної журналістики на Півдні України видавалися 50 газет, журналів, часописів [2, с. 220-221]: м. Миколаїв – 4 видання; м. Одеса – 41 видання; м. Херсон – 5 видань.

Тож, як бачимо, у нашому регіоні не достатньо розвинена спортивна журналістика, натомість маємо багато періодичних видань, які висвітлюють події негативного характеру.

На сьогодні у Миколаєві досить напружена ситуація щодо друкованих спортивних ЗМІ. Наприклад, дуже маленький процент висвітлює спортивні новини, а щодо окремих самостійних видань, то їх аж одне видання. В основному переважають рубрики в офіційних газетах міста та області – «Миколаївський спорт», «Будь в тонусі», «Скандальний спорт» тощо.

Спортивну тему слід активно представляти не тільки в спеціалізованих виданнях, а й в суспільно-політичних ЗМІ. Потенціал цієї теми дуже великий – масового читача цікавить як спортивна хроніка, так і роль спорту в формуванні характеру людини. Причетність до подій на спортивній арені викликає бажання дізнатися не тільки про те, хто переміг, а й як завойована перемога. Також спорт викликає прагнення наслідувати переможцям, брати участь в змаганнях і тренуваннях, домагатися нехай малих, але перемог. Таким чином, спортивні передачі грають соціальну роль, спонукаючи людей до занять фізичною культурою і спорту, відволікаючи від шкідливих звичок.

Засоби масової інформації були і залишаються надійними помічниками фізичної культури і спорту, допомагаючи розкривати їх соціальну значущість у житті суспільства, показувати високі фізичні можливості людей, впроваджувати досвід оздоровчої роботи в масах. Важливе значення має спортивне видовище, як форма відпочинку, зняття напруги. І одним із напрямів удосконалення висвітлення спорту в періодичній пресі України є підвищення якості підготовки спортивної інформації. Насамперед, варто звернути увагу на те, що спортивні матеріали повинні мати не тільки інформаційне навантаження. Вони повинні допомогти людині полюбити спорт, якнайкраще показати досягнення українських спортсменів, виховувати у читача почуття патріотизму, розкривати культуру спортивного двобою, висвітлювати актуальні питання.

На сучасному етапі можна виділити такі найбільш актуальні проблеми розвитку спортивних ЗМІ України: невелика кількість україномовних сайтів; недостатнє використання мультимедійних засобів, матеріалів; переважно непривабливий примітивний дизайн спортивних сайтів; бурхливий розвиток лише футбольних видань; відсутність правового регулювання діяльності спортивних Інтернет-ЗМІ; порушення етичних норм в коментарях до веб-публікацій; значна кількість помилок у медіаповідомленнях.

Спортивна журналістика – це не тільки результат у спорті високих досягнень, а й наполеглива праця. Це також побут, сім'я, політична й економічна стабільність, соціальна складова... Журналіст, який пише про спорт, зобов'язаний

достеменно володіти своїм фахом і бездоганно розбиратись у тому, про що він пише чи говорить. Прикро, але факт: часом відверто замовчуються, недостатньо висвітлюються змагання, факти, процеси, які могли б викликати шалену цікавість. «Журналіст не може ігнорувати той факт, що його діяльність так чи інакше може послаблювати або посилювати напруженість у суспільстві» [1, с. 40], тому спортивна журналістика створює особливу реальність, особливе соціальне і культурне середовище, здатне впливати на аудиторію і формувати суспільну думку, формувати імідж держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / передм. В.П. Мостового. Київ: Вища школа, 2006. 231 с.
2. Сазонова Ю.О. Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX – XXI ст.): монографія. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. 256 с.
3. Щепанський Ю.Я., Тамбовцева М.Ю. Історія становлення спортивної журналістики в Україні. *Обрії друкарства*. 2014. № 1(3).

Тимченко М. С.,
студентка IV курсу спеціальності
029 «Інформаційна, бібліотечна та
архівна справа»,
Науковий керівник:
Єрмолаєва Г. А., кандидат
педагогічних наук, доцент кафедри
інформаційної, бібліотечної та
архівної справи ВП «Миколаївська
філія Київського національного
університету культури і мистецтв»,
м. Миколаїв

МИКОЛАЇВСЬКІ ХАБИ ЦИФРОВОЇ ОСВІТИ ЯК ОСЕРЕДКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КРАЇНИ

Зараз в Україні відбувається формування суспільства знань, збалансованого цифрового простору, швидкий розвиток перспективних цифрових технологій для інформатизації більшості технологічних процесів, зокрема освіти, культури та державної служби.

Пріоритетними заходами для цифрової трансформації суспільства і розвитку комп'ютерно-технологічної платформи України є розроблення й впровадження на державному рівні процедур забезпечення необхідних рівнів досконалості електронних освітніх ресурсів, їх рецензування, стандартизації та сертифікації, створення відповідних національних стандартів, їх гармонізація з