

УДК 007:004.738.5:796.332(477)“2012”(045)

В.А. Карпиленко

СТРУКТУРУВАННЯ ТЕМАТИЧНИХ НОВИН В ІНТЕРНЕТІ НА ПРИКЛАДІ ПРОВЕДЕННЯ ЄВРО-2012 В УКРАЇНІ

У статті розглянуто період проведення Євро-2012 в Україні. Проаналізовано особливості когнітивних структур спортивних новин у мережі Інтернет.

Ключові слова: когнітивні структури, Інтернет, соціальні мережі, Євро-2012.

І. Вступ

Протягом 2011–2012 рр. більшість резонансних сюжетів на українському телебаченні зводилася до Євро-2012, а саме питання щодо його проведення чи не проведення. Кожна резонансна новина (жахливі новини про Оксану Макар, терористичні акти в Дніпропетровську, випадки жорстокого ставлення до безпритульних тварин тощо) ставали відомими в усій Європі, формуючи імідж України, як імідж країни, їхати в яку небезпечно. Життя в Україні ще ніколи не було під такою увагою євроспільноти, як у цей період. За допомогою проведення “Євро-2012” країни-члени ЄС вдавалися до відвертого шантажу стосовно внутрішніх справ України – наприклад, засудження Юлії Тимошенко.

Як зазначає Г.Г. Почепцов, до Інтернету не було такої кількості текстів з поглядами. При цьому погляди мають іншу цінність. Вони настільки важливі, що коли б ми не схотіли прийняти рішення, нам потрібно почути думку інших. І це є правдою не лише для індивідів, а й для організацій. Відповідно виникає визначення: аналіз почуттів чи пошук поглядів є комп’ютеризованим вивченням поглядів, почуттів та емоцій, які виражені в тексті [7, с. 113]. У дослідженні когнітивних структур ми спираємося, зокрема, на попередні дослідження Дж. Лакоффа і Ф. Лунца в галузі вивчення фреймів; Ш. Айєнгара та Д. Кіндера, що зробили значний внесок у практичні дослідження теорії епізодичних і тематичних новин; Б. Рассела, Д. Девідсона, Р. Ділтса, які вивчали теорію метафор; Р. Барта, Ю. Крістєвої, М. Бахтіна, М. Ріффатерра та І. Смірнова, які значно просунулися у вивченні інтертекстуальності.

Проблемою цієї статті ми виокремлюємо саме зміну когнітивних структур новинного дискурсу з появою Інтернету, зокрема соціальних мереж. Подання фактів у журналістиці перетворюється на подання емоцій, а журналіст новинного блоку перетворюється на публіциста. Журналістику фактів, на нашу думку, більш явно представлено в спортивній журналістиці. Подання спортивних

новин завжди є більш стислим і інформативним, а не емоційно наповненим. Утім, зустрічаються і аналітичні матеріали, спрямовані на емоційний вплив. Це трапляється, зокрема, у випадках спортивних скандалів та неточностей у результатах змагань. Під час Євро-2012 також було безліч текстів з поглядами завдяки мережі Інтернет. Зокрема, було створено декілька сайтів, присвячених виключно Євро-2012, а також тематичні сторінки в соціальних мережах. Серед сайтів можна виділити такі:

<http://ukraine2012.gov.ua/> (“Інформаційний центр Україна 2012”) – присвячений виключно подіям на євро чемпіонаті;

<http://2012ua.net/> (“FootBall info”) – має розділ про Євро-2012.

Тематична сторінка Євро-2012 на Твіттері (https://twitter.com/euro_2012) часто не обмежувала себе заявленою кількістю можливих символів (140), а давала посилання на вказані сайти з більш детальною інформацією.

До Євро-2012 було випущено і спеціальний проект на “1+1” “Євро на нервах”. Це був цикл сюжетів про візит іноземних туристів з різних куточків світу в Україну ще до початку Євро-2012. Загалом Україна постає як некомфортна і подекуди небезпечна країна для іноземних туристів. Більш-менш позитивним виявилось лише закінчення програми – європейцям сподобалися футбольні арени (але не сподобалася поведінка українських уболівальників) [2]. Матеріали на певну тему, що виходили протягом підготовки до єврочемпіонату ми можемо розподілити за такими принципами, як: дата виходу матеріалу; медіа, в якому його було розміщено; його назва; головні мовці; герой матеріалу; автор (або кілька авторів); загальна тема; фрейм (та його зміна); наявність метафор та інтертекстуальності; головне повідомлення, що доноситься в матеріалі; кількість коментарів читачів; кількість посилань на новину; кількість зазначених матеріалів; висвітлена подія є епізодичною чи тематичною; тексти з фактами та тексти з поглядами.

II. Постановка завдання

Метою статті є аналіз саме спортивних новин в мережі Інтернет та, зокрема, розгляд їх когнітивних структур, що відрізняються від когнітивних структур новинного дискурсу в газетах та на телебаченні; виокремлення конкретних складників когнітивної структури залежно від характеру поданої новини, адже, маючи уявлення про складові когнітивної структури новини та знаючи про властивості та можливість кожної, журналіст має змогу більш вдумливо створювати новинне повідомлення.

III. Результати

У ході дослідження для аналізу когнітивної структури спортивної новини візьмемо найрезонанснішу подію щодо України на Євро-2012, а саме не зарахований гол українській збірній у матчі Англія–Україна.

У мережі Twitter на сторінці, присвяченій новинам Євро-2012, 20 червня було розміщено посилання на цю тему: http://2012ua.net/angliya/13119-angliya-vyshla-v-chetvertinal-evro-2012.html?utm_source=twitterfeed&utm_medium=facebook та http://2012ua.net/angliya/13118-anglichane-ne-skryvayut-togo-chtov-matche-s-ukrainoy-fortuna-byla-na-ih-storone.html?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter. Звичайно, раніше за все інформацію отримали онлайн-глядачі матчу зі слів коментатора, що вигукнув у прямому ефірі при повторі спірного моменту: “Так там же гол!”. Буквально за декілька хвилин відео дискусійного моменту було викладено на багатьох сайтах, у тому числі соціальних мережах і Youtube. Для прикладу: <http://www.youtube.com/watch?v=TM2G63YQqHs> (“Україна – Англія незасчитанный гол ЕВРО-2012”) – у цього відео, опублікованого 19 червня 2012 р., 134 838 переглядів і 394 коментарі станом на 25 серпня 2012 р.

Загалом Інтернет-порталом “FootBall info” (<http://2012ua.net/>) на вказану тему було подано два матеріали, й обидва вже 20 червня – наступного дня після матчу. Знову ж таки 20 червня цикл матеріалів подав “Інформаційний центр Україна 2012” (<http://ukraine2012.gov.ua/>) – 13 публікацій. Серед них – короткі коментарі гравців та тренерів з приводу минулої гри, їх погляд на ситуацію. Повідомлення стислі, втім доволі фактологічні, без зайвих роздумів і здогадок. У цьому випадку ми могли спостерігати за зміною фреймів:

Погляд гравців Збірної України на гру.

Обурення футбольних експертів Англії незарахованим голом.

Обвинувачення арбітра в помилці щодо незарахованого голу.

Визнання голу главою суддівського корпусу UEFA.

Відсторонення арбітра матчу Англія–Україна Віктора Кашшаї від суддівства на іграх Євро-2012.

У сумі новин було тринадцять. Та важливим є не лише поширення новин у мережі Інтернет, а й можливість їх коментування та обговорення читачами, що також несе додаткову інформацію. Так, на сайті каналу “1+1” обговорення матчу почалося 19 червня 2012 р. о 23:40:

Збірна України припиняє боротьбу на чемпіонаті Європи.

Україна вибула з чемпіонату через помилку арбітра.

В україномовній Вікіпедії з’явилось повідомлення про смерть арбітра, що судив матч Україна–Англія.

Український Інтернет вибухнув “фотожабами” на стовідсотковий гол Марко Девича у ворота збірної Англії, який не був зарахований арбітрами матчу.

Провідні футбольні експерти Англії висловили нерозуміння того, чому арбітр матчу Англія–Україна угорець Віктор Кошшаї не зарахував гол Марко Девича у ворота збірної Англії.

Сторінку у Facebook угорського футбольного арбітра Віктора Кошшої, який судив матч Євро-2012 між збірними України і Англії у Донецьку, завалюють гнівними повідомленнями вболівальники.

Президент ФІФА Зепп Блаттер після вчорашнього матчу Англія–Україна визнав, що технологію визначення голу треба ввести найближчим часом.

Головний футбольний суддя Європи визнав помилку щодо незарахування голу у ворота Англії.

Новин у сумі за ніч після матчу та за наступний день вийшло чотирнадцять. Аналізуючи новини, подані саме в Інтернеті, слід зазначити:

- більші можливості – може використовуватися як друкований текст, так і відео, аудіо, фото – окремо, або все відразу;
- доступність та інтерактивність – де б не знаходився споживач інформації – маючи бажання, він зможе її отримати за допомогою телефону або планшетного комп’ютера та ознайомитися з нею більш детально, повернувшись до публікації в будь-який час;
- змога отримати як коротку новину, так і дізнатися думки експертів чи звичайних користувачів Інтернетом;
- можливість особисто прокоментувати матеріал, поділитися своїми думками та розповісти про новину своїм друзям.

Утім, крім плюсів подачі інформації в Інтернеті існують і деякі мінуси. Подана інформація є доволі стислою, і хоча вона виходить за межі встановленого ліміту Твіттером у 140 символів, у ній доволі рідко зустрічаються метафори й інтертекст. Інформацію можна сміливо назвати поверховою, більше схожою на ознайомлення без будь-якої де-

талізації та натяку на аналітику. Хоча фрейми навіть за такого невеликого обсягу повідомлень змінюються й подекуди розширюються, відкриваючи нові деталі події.

Користувачі Інтернетом також мали змогу дізнатися інформацію не зі слів журналістів, а з “перших вуст”, читаючи стрічки новин у соціальних мережах футболістів або тренерів. Так, Президент ФІФА Зепп Блаттер після матчу Англія–Україна визнав, що технологію визначення голу треба ввести найближчим часом. І про це він написав на своїй сторінці на Twitter. А вболівальники не тільки з України, а й з Німеччини та інших країн мали змогу висловити своє незадоволення суддівством особисто на сторінці Кашшаї у facebook.

На запит “Євро-2012” в пошукачі стрічки новин “Вконтакте” знайдено 62 301 запис: <http://vk.com/feed#/search?c%5Bq%5D=%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE-2012&c%5Bsection%5D=statuses>, а серед спільнот – 552 спільноти: <http://vk.com/feed#/search?c%5Bq%5D=%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE-2012&c%5Bsection%5D=communities>. Безліч подібних спільнот і на “facebook”: <http://www.facebook.com/search/results.php?q=%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE-2012&init=quick&tas=0.4979440730478195>.

Під час Євро-2012 до України була прикута увага більшості країн світу, зокрема Європейського Союзу. Крім спорту, обговорювалися політичні питання. Незважаючи на акцентування уваги зарубіжними політиками на проблеми в Україні з демократією тощо гості з Європи залишилися задоволеними Україною, та самі українці до проведення Євро-2012 поставилися доволі скептично, про що свідчить опитування, проведене на сайті телевізійного каналу “1+1”. Головним запитанням, поставленим відвідувачам сайту, було: “Яка, на Вашу думку, найбільша користь для України від Євро-2012?” і в сумі участь в опитуванні взяло 9309 користувачів. Отримано такі відповіді: “радості мало – багатомільярдні витрати на підготовку ще вилізуть боком” – 3025 (32,5%); “ніякої – це був бенкет під час чуми” – 2062 (22,15%); “покращення іміджу України у світі” – 1985 (21,32%); “вся користь тьмяніє на фоні “відкатів” під час підготовки” – 1327 (14,26%); “побудовані дороги, готелі та аеропорти” – 764 (8,21%); “тепер ми зможемо “насолоджуватись” потягами Хюндай” – 146 (1,57%) [7].

А згідно з результатами телефонного опитування Інституту Горшеніна, проведеним з 21 до 25 липня 2012 р., 40% громадян у зв’язку з Євро-2012 відчували почуття патріотизму. Майже чверть опитаних – 23% – мали відчуття свята, 7,2% – отримали нові враження, а в 1% під час чемпіонату з’явилися нові цікаві знайомства. Незручно-

стей під час проведення чемпіонату зазнали лише 4,5% українців. Опитування показало, що переважна більшість громадян стежили за перебігом чемпіонату Європи. Лише кожен шостий українець (15,3%) заявив, що не стежив за перебігом Євро-2012. При цьому більшість респондентів (68,5%) позитивно оцінили рівень підготовки України до Євро-2012. Також під час опитування більшість громадян (57,3%) висловили думку, що проведення Євро-2012 в Україні сприяло об’єднанню країни; 75% вважають, що після проведення Євро-2012 в Україні покращився міжнародний імідж нашої країни, а переважна більшість респондентів (83,5%) хотіли б, щоб і в майбутньому в Україні відбувалися спортивні заходи міжнародного рівня [4]. Більше ніж половина громадян Євросоюзу, які відвідали Україну під час проведення Євро-2012, поліпшили свою думку про країну. Про це свідчать дані соціологічного опитування “Перший Євроекзит-пол”. Опитування було проведено компанією GFK на замовлення Інституту світової політики. У результаті дослідження було опитано 1048 респондентів, які приїхали з країн ЄС. Як показали отримані дані, більшість респондентів (84,64%) раніше жодного разу не відвідували Україну. Більше ніж половина європейців (57,25%) заявили, що організація чемпіонату поліпшила їх сприйняття України; 55,82% визнали, що після відвідин України відчують симпатію до країни; 37,5% сказали, що відчують повагу до України, і 31,87% висловили бажання підтримати Україну. “Дослідження продемонструвало, що звичайні громадяни ЄС в цілому доброзичливо налаштовані до європейських прагнень України та окремих компонентів євроінтеграції, як наприклад, введення безвізового режиму”, – вказано в результатах дослідження. Зокрема, 42,56% опитаних європейців вважають, що Україна заслуговує вступу до ЄС найближчим часом; 30,92% вважають, що Україна може стати членом ЄС у середньостроковій перспективі, якщо поліпшить політико-економічну ситуацію. І лише 2,77% заявили, що не хочуть, щоб Україна коли-небудь була в ЄС [5]. Проте через проведення в Україні Євро-2012 країна не стала більш привабливою для іноземних туристів. Про це свідчать дані опитування, проведеного консалтинговою фірмою Trendscore, яка представляє інтереси німецького турбізнесу. “Увага футболістських уболівальників усього світу прикута до України через матчі ЧС-2012, які проходять на її території, проте футбольне свято не зробило цю країну більш привабливою для туристів”, – зазначає видання “Deutsche Welle”. Згідно з даними опитування, 68% менеджерів у сфері туризму вважають, що Євро-2012 не зробить Україну більш при-

важливою для туристів, а 62% сумніваються у тому, що репортажі напередодні і під час чемпіонату Європи з футболу матимуть позитивні наслідки для турбізнесу країни. При цьому майже дві третини респондентів (69%) вважають, що ЗМІ об'єктивно й зважено висвітлюють ситуацію в Україні, яка зазнає різкої критики за судове переслідування колишнього прем'єр-міністра Ю. Тимошенко [3].

У період проведення Євро-2012 (з 8 червня до 1 липня) користувачі поставили Яндекс понад 7,5 мільйона запитів про чемпіонат. Найбільші сплески пошукового інтересу були пов'язані з іграми, в яких брали участь команди Росії та України. Після вильоту обох збірних із чемпіонату інтерес до Євро помітно знизився: середня кількість "футбольних" запитів у дні матчів плей-офф скоротилася порівняно з груповим етапом майже в 2,5 рази.

Під час матчу користувачі пошуку активно реагують на все, що відбувається на полі: запитують про голи, порушення й навіть правила гри. Також багато запитів стосується суддів, тренерів і гравців: користувачі цікавляться їх кар'єрою та особистим життям. Наприклад, після того, як під час телетрансляції фіналу коментатор згадав про фотографію Маріо Балотеллі з прийомною матір'ю, кількість запитів, присвячених гравцеві, зростає більш ніж у шість разів [1]. На запит "Євро-2012 google" на Гуглі, станом на 5 листопада 2012 р. отримуємо 1 150 000 000 результатів, а на запит "Євро-2012 yandex" на Яндексі – 491 000 результатів.

Також на "Яндексі" під час проведення Євро-2012 велася статистика запитів футбольних уболівальників на ресурсі.

Користувачі Інтернету з різних країн мали змогу отримувати будь-яку цікаву для себе інформацію, лише ввівши запит на одному з інтернет-ресурсів. Водночас серед самих ресурсів велася певна боротьба за власну аудиторію. Тому користувачів приваблювали як поданням інформації, її змістом, так і оформленням, комфортністю сайтів.

А напередодні проведення Євро-2012 компанія Google в Україні запустила сайт "Вітання з України", де було зібрано всі сервіси, що могли б знадобитися уболівальникам: <http://google-ukraine-blog.blogspot.com/2012/06/google.html>. Яндекс", у свою чергу, запустив "Гід містами Євро-2012 в Україні": <http://maps.yandex.ua/football2012/>.

Також на "Яндексі" було подано окрему сторінку, що мала назву "Чемпіонат Європи по футболу – 2012" (<http://football2012.yandex.ru/>), на якій публікували розклади ігор, регламент матчів, статистику забитих голів, а також інформацію, яка була б цікава уболівальникам з різних країн: новини, фотографії, відомості про гравців (зокрема,

кращі бомбардири, воротарі). І для більш зручного пошуку потрібної інформації – каталог сайтів з можливою потрібною інформацією стосовно Євро-2012.

IV. Висновки

Отже, можемо зробити висновок, що структурування новин різниться залежно від ЗМК, в якому вони подаються, а також від типу новин. Зокрема, новини спортивні є більш емоційно-наповненими. А внаслідок їх публікації в мережі Інтернет вони набувають додаткового змісту завдяки коментарям уболівальників, подекуди змінюючи власну когнітивну структуру. Когнітивні структури новин трансформуються саме через модернізацію мас-медіа, появу нових можливостей. Таким чином з'являється змога подавати додаткову, іноді приховану, інформацію в новинних повідомленнях. Виявивши основні складові когнітивних структур новинного повідомлення, ми можемо здійснювати аналіз новин у будь-яких ЗМІ, враховуючи їх особливості. Насамперед, для аналізу когнітивної структури ми маємо поділяти новини на епізодичні й тематичні, слідкувати за розвитком фреймів, наявністю метафор та інтертексту. Досліджуючи спортивні новини в мережі Інтернет слід враховувати тематичні сайти, а також соціальні мережі, за допомогою яких поширюються новини. Інформація стосовно спорту, подана в Інтернеті, часто є доволі поверховою, водночас когнітивна структура поповнюється інформацією, що міститься у фото, відео та коментарях користувачів.

Перспективу подальших досліджень ми вбачаємо у виявленні трансформації когнітивних структур у процесі модернізації конкретного ЗМІ, особливостей зміни побудови новини та структурування, власне, новинного блоку, виявленні факторів, що впливають на ці зміни та можливе виявлення подальших перспектив трансформації ЗМК щодо створення новинних повідомлень.

Список використаної літератури

1. Євро-2012 в поиске Яндекса [Електронний ресурс] // Яндекс. – Режим доступа: http://company.yandex.ru/researches/figures/2012/ya_euro_2012.xml.
2. Євро на нервах [Електронний ресурс] // ТСН. – 2012. – Режим доступа: <http://www.1plus1.ua/pro-kanal/novyny/1-1-gotu-ye-spesproekt-yevro-na-nervah.html>.
3. Євро-2012 не виправить думку про Україну серед іноземців: опитування [Електронний ресурс] // УНІАН. – 2012. – Режим доступа: <http://www.unian.ua/news/510180-evro-2012-ne-vipravit-dumku-pro-ukrajinu-sered-inozemtsiv-opituvannya.html>.
4. Євро-2012 об'єднало країну, вважає понад половина українців [Електронний ресурс] // Радіо свобода. – 2012. – Ре-

- жим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24658914.html>.
5. Опитування: Більшість гостей Євро-2012 захопалися в Україну [Електронний ресурс] // Інформаційний центр "Україна-2012". – 2012. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/news/194/55213/>.
 6. Почепцов Г.Г. Від Facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації / Г.Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 464 с.
 7. Яка, на Вашу думку, найбільша користь для України від Євро-2012? [Електронний ресурс] // ТСН. – 2012. – Режим доступу: <http://tsn.ua/polls/?page=1>.

Стаття надійшла до редакції 10.10.2012.

Карпиленко В.А. Структурирование тематических новостей в Интернете на примере проведения Евро-2012 в Украине

В статье рассматривается период проведения Евро-2012 в Украине. Анализируются особенности когнитивных структур спортивных новостей в сети Интернет.

Ключевые слова: *когнитивные структуры, Интернет, социальные сети, Евро-2012.*

Karpylenko V. Structuring Subject News in the Internet the Case of Euro 2012 in Ukraine

The article highlights the period of Euro-2012 in Ukraine. The author analyzes the peculiarities of the cognitive structures of sports news on the Internet.

Key words: *cognitive structure, the Internet, social networks, Euro 2012.*