

процесі учбової діяльності, для підвищення ефективності педагогічного процесу. Перспективу подальшого дослідження розглянутої проблеми професійної діяльності ми вбачаємо у поглибленні психологічного аналізу мотивації професійної діяльності, у виявленні соціально - психологічних механізмів формування професійної мотивації в умовах підготовки майбутніх фахівців-психологів.

#### Література

1. Л.А. Верещагіна, І.М. Кареліна Психологія потребностей и мотивация персонала.- Х., 2002.-152с.
2. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. - М.: Издательство МГУ, 1999.-288с.
3. Вилюнас В.К. Психология развития мотивации. - СПб.: Речь, 2006. - 458с.
4. Льюн Е.П. Мотивация й мотиви: уч. посібник. - Спб.: Питер, 2003.-512с.
5. Третьяченко В.В., Левченко О.Ом., Якушина Я.Є. Мотивация поведінки і діяльності. - Луганськ: Видавництво «Світлиця», 2006.-240с.

---

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПОРТИВНИХ САЙТІВ УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕРНЕТУ

*Позднишев Є.В.*

науковий кореспондент Інституту психології ім. Г.С.Костюка, м. Київ

Стаття присвячена аналізу основних соціально-психологічних особливостей українських спортивних web-сайтів, їх можливостям у справі формування іміджу спорту.

**Ключові слова:** *Інтернет, web-сайт, імідж, спорт, спілкування*

**Актуальність.** Сьогодні Інтернет займає значне місце в системі ЗМІ і є всесвітньою (глобальною) інформаційною мережею, яка з'єднує мільйони комп'ютерів (серверів) з метою спільного використання інформаційних ресурсів. Не пройшов процес загальної «інтернетизації» і мимо такого соціального феномена як спорт. Сьогодні все більше спортсменів, спортивних команд і клубів прагнуть мати свій сайт в Інтернеті. Останній повинен володіти цілою низкою таких атрибутів і якостей як: зовнішній вигляд, оперативність оновлення інформації, простота користування, інформативність тощо. Сайт не є першоджерелом формування іміджу спорту та його суб'єктів, але є важливим продовженням в комплексі чинників підтримуючих цей імідж. Можливості web-сайтів в справі формування іміджу спорту сьогодні досліджені недостатньо [1, 4, 5], але навіть попередній аналіз цього процесу зразу виводить нас на глобальні масштаби людської діяльності. Так передивитися усю інформацію про спорт на пошуково-

інформаційній системі Yahoo! можна, але для цього прийдеться потратити не одне людське життя [1, с.2].

**Мета дослідження** – виявити головні соціально-психологічні особливості спортивних сайтів українського Інтернету (УАНЕТу), їх вплив на формування іміджу спорту. **Завдання статті** – з'ясувати основні можливості web-сайту у формування іміджу спорту, дослідити соціально-психологічні особливості впливу різних груп web-сайтів, з'ясувати психологічну роль дизайну web-сайту і етикету спілкування на ньому, визначити головні тенденції і проблеми розвитку спортивних сайтів Інтернету на Україні (УАНЕТу).

**Аналіз проблеми.** Проведене дослідження дало змогу виявити наступні соціально-психологічні особливості спортивних сайтів УАНЕТу.

**1. Сьогодні УАНЕТ характеризується наявністю великої кількості різноманітних спортивних сайтів.** Хоча спортивний УАНЕТ поданий значно скромніше, ніж світовий, але він вже придбав своє облич-

чя. Радує, що у нас з'явилися свої національні особливості, серед яких відразу потрібно відзначити сайти, що займають лідируючі позиції в висвітленні спортивного

життя. Це, безумовно, спортивні портали UaSport і Champion, а також безліч офіційних і неофіційних, приватних і любительських спортивних web-сторінок.

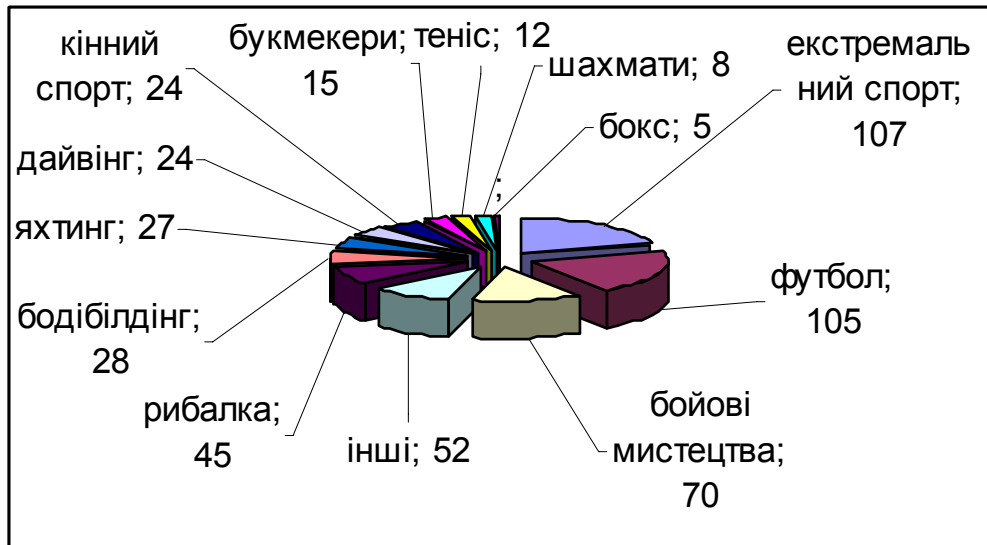


Рис. 1. Розподіл українських спортивних сайтів відповідно до видів спорту (загальна їх кількість – 522 на 30.12.2007 р.) [див. [www.uaportal.com/Recreation/sport/chtss/](http://www.uaportal.com/Recreation/sport/chtss/)]

Список підкатегорій основних спортивних сайтів великий і різноманітний. Він включає: 1) букмекерські контори; 2) дитячий і підлітковий спорт; 3) колекції спортивних посилань; 4) кур'єрська доставка квитків; 5) новини спорту; 6) освіта спортивна; 7) олімпіади; 8) регіональний спорт; 9) спорт для інвалідів; 10) спорт. Регіони; 11) спортивне відео; 12) спортивні організації; 13) тематичні каталоги і посилання; 14) екстремальний спорт; 15) види спорту; 16) видатні спортсмени; 17) комп'ютерний спорт; 18) особисті сторінки; 19) обладнання, знаряддя для спорту; 20) оздоровчі і спортивні послуги; 21) офіційні і громадські організації; 22) змагання, турніри; 23) спорт за кордоном; 24) спортивна фармакологія; 25) спортивні клуби і секції; 26) довідкова інформація; 27) чати і форуми.

**2. Кількість українських спортивних web-сайтів постійно зростає, що свідчить про збільшення популярності мережі Інтернет в спортивному середовищі.** Це підтверджує проведений аналіз.

Перший збір статистичної інформації був проведений в червні 2001 року, що дало можливість брати ці дані за основу при отриманні подальшої інформації (Рис. 2.). Надалі збір інформації проводився протягом 2002, 2003 і 2007 років.

Різке збільшення кількості спортивних сайтів дає можливість оцінювати таку тенденцію позитивно, оскільки це дає можливість з легкістю, більш швидко знаходити в Мережі більше найрізноманітнішої статистичної, довідкової, біографічної, оперативної інформації про майбутні і минулі змагання, спортсменів, спортивні команди, їх діяльність, що у свою чергу, займає свою, особливу нішу у формуванні їх іміджу.

**3. Швидко росте відвідування українських спортивних web-сайтів.** Так, у середньому відвідування основних спортивних сайтів УАНЕТу в 2007 році в порівнянні з 2003 роком виросло: 1) сайт «ДИНАМО КИЇВ від Шуріка» - в 2,86 рази; 2) сайт «uaSport.net» - в 2,14 рази.

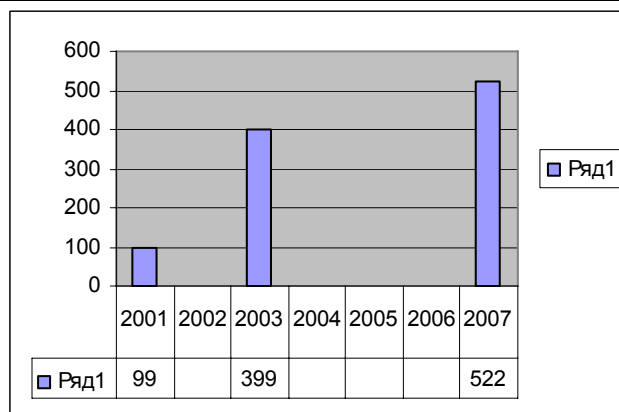


Рис. 2. Темпи зростання кількості спортивних web-сайтів УАНЕТу

Найпопулярніший спортивний сайт України за рейтингом відвідин (ДИНАМО КИЇВ від Шуріка) перевищує рейтинги сайтів новин, роботи, бізнесу і фінансів, послуг зв'язку. Зараз середнє відвідування складає більше 8500 хостів у день. Сайт UaSport по праву тримає пальму першості, оскільки щодня по гарячих слідах інформує любителів спорту про хроніку подій, коментує делікатні ситуації, аналізує слабкі і сильні сторони українського спорту. За кількістю відвідувань він займає перші ступені в рейтингах ресурсів із спортивної тематики. У середньому відвідування

складає більше 1500 хостів на день. Це можна пояснити як зростанням кількості користувачів Інтернетом, так і зростанням зацікавленості певних верст населення до такого соціально-культурного явища як спорт.

**4. Web-сайти пропагують ідеали спорту, сприяють формуванню іміджу спорту головним чином серед людей, які цікавляться спортом.** Так, для прикладу можна навести результати інтернет-опитування, які свідчать, що основними відвідувачами футбольних сайтів є фанати (43,5 %) і уболівальники (35,1 %).

	Категорія	Відсоток	Кількість відповідей
1.	Гравець	14,3 %	58
2.	<b>Фанат</b>	<b>43,5 %</b>	<b>177</b>
3.	<b>Уболівальник</b>	<b>35,1 %</b>	<b>143</b>
4.	Глядач	3,9 %	16
5.	Пофігіст	3,2 %	13
	Всього відповідей	100%	407

Рис. 3. Основні відвідувачі футбольних web-сайтів (на .09.2007 р.). Опитування «Ваше відношення до футболу» було проведено сайтом [http://\\_www.football.int.ru/poll/5](http://_www.football.int.ru/poll/5)

**5. Спортивний УАНЕТ може вести пропаганду ідеалів спорту, сприяти формуванню іміджу спортсменів, тренерів, команд і клубів тільки у людей, що мають змогу користуватися Інтернетом.** Зрозуміло, що це об'єктивний процес і доказів не потребує. Таким чином, спортивні сайти не охоплюють величезну кількість

людей, що не мають Інтернету, або не вміють ним користуватися. Сюди сміливо можна віднести переважну більшість сільського населення України, малозабезпечених і людей похилого віку.

**6. Велике значення у процесі формування іміджу спорту засобами Інтернету має дизайн спортивного сайту.** На

думку С.Благодетельової-Вовк і С.Благодетельова дизайн більшості українських спортивних сайтів виконаний непрофесійно і не є закінченим технологічним рішенням. Вони визначили такі загальні тенденції у веб-дизайні:

1) практично на всіх сайтах графічні елементи виконані у вигляді фотографій;

2) слідством фотографічного оформлення є масове застосування відомих прийомів обробки фотографій - колажування, розмитості, смугастості (створення ефекту телевізійного зображення), градієнтних переходів, кольороного тонування тощо;

3) в оформленні спостерігається захоплення відтінками синьої палітри. По-перше це пов'язано з особливостями видів спорту, наприклад, водна і небесна тематика. По-друге, спорт є презумпцією чоловіків, які є найчисленнішою категорією серед фанатів, користувачів Інтернету, замовників і творців сайтів. А, як відомо, чоловіки віддають перевагу синьому кольору і всім відтінкам чорного;

4) на інформаційних сайтах фон білий, шрифт - чорний, що пояснюється правильним підходом до юзабіліті (полегшує процес читання з екрану);

5) на презентаційних сайтах використовуються інверсні кольорні поєднання, що дозволяє зробити їх максимально виразними і такими, що легко запам'ятовуються [1, с.14-15].

За рівнем професіональності виконання web-дизайну спортивні сайти УАНЕТу можна умовно розділити на три групи:

а) такі, що мають професійний, відповідний сучасному високотехнологічному рівню дизайн. До цієї групи сайтів можна віднести найбільш професійно виконані спортивні ресурси, які мають ексклюзивний дизайн, якісний контент (зміст), а також відповідають принципам юзабіліті (зручні у користуванні). Ці сайти розробляють на замовлення студії веб-дизайну або спеціальні підрозділи Інтернет-холдінгів, як у випадку з UaSport.net (розробник SputnikDevelopment);

б) такі, що мають непрофесійний дизайн з вдало реалізованою в образі ідеєю сайту;

в) такі, що мають хаотичне нагромадження текстової і графічної інформації або спостерігається навіть відсутність таких. Вважати такі сайти якимсь дизайнерським рішенням не можна [1, с.15].

Спортивний портал Champion є вдалою спробою за рахунок нового спортивного напрямку диверсифікувати відпрацьовані професійні прийоми. По-перше, сайт справляє враження живого організму, що росте. По-друге, не дивлячись на щільне інформаційне навантаження, творці зробили його барвистим. По-третє, авторські матеріали містять характерний для "Української правди" "почерк". Як видно із заголовків Champion - це україномовний сайт, що достатньо цінно для сьогоденного русифікованого УАНЕТа. Структурну основу інформаційних матеріалів серверу uaSport.net складають рубрики та характерне розміщення інформації на сторінці. Рубрики, в основному, класифікують інформаційні повідомлення за видами спорту, послуги, фото дня. У структурі розміщення повідомлень можна виділити центральний текст, колонку під назвою "Матеріали", колонку "В інших розділах".

У свою чергу, першу групу сайтів потрібно розділити на дві підгрупи:

- сайти, що виконують функції інформування користувача про спортивні події, що відбуваються. Вони закономірно мають інформаційний дизайн;

- сайти, що виконують функції формування позитивного іміджу відомих спортсменів, видів спорту, спортивних організацій. Вони мають презентаційний дизайн.

Характерною особливістю інформаційного дизайну є використання чітко структурованих текстових фрагментів, які допомагають краще сприймати інформацію, що подається. На таких сайтах мало графічних елементів, хоча для пожвавлення загальної картини застосовуються фотографії невеликих розмірів. Тим паче, що задачею таких спортивних ресурсів є динамічне подання свіжої інформації, відповідно до вимоги спортивних подій. Найбільш характерними прикладами для даної групи сайтів є ресурси UaSport.net, Champion, сайт "Національного Олімпійського комітету України".

Презентаційний дизайн повинен бути максимально образним, графічно насиченим, оригінальним (мати родзинку), таким, що запам'ятовується і викликає захоплення у користувача. Якщо такий дизайн виконаний дійсно на високому рівні, то в свідомості користувача свідомо і неусвідомлено формується позитивний імідж суб'єкта - в даному випадку, спортсмена, команди, спортивної події, - якому присвячений сайт. Серед таких українських ресурсів потрібно згадати офіційний сайт боксерів братів Кличко, футболістів Кахи Каладзе, Владислава Вашука, тенісиста Андрія Медведєва, а також сайти "Св?т Екстр?му", е-магазини "Проф1" і "Екстрем - стайл", Chess Sector.

Зараз у веб-дизайні для посилення візуального враження використовують технології Macromedia Flash. Наявність на іміджевому сайті flash-роликів користувачі вважають ознакою просунутості зірок. Flash-ролики разом з фотографіями і відеофрагментами про спортивних улюбленців стають вельми популярними в середовищі фанів. На українських сайтах Flash-технології зустрічаються украй рідко. Звідси приємно відзначити flash-ролики на сайтах Кахи Каладзе і Владислава Вашука, а також зроблений повністю на Flash-і сайт "Golf in Ukraine", що є поки єдиним подібним прикладом в УАНЕТі [1, с.16-17].

**7. Велику роль у зростанні популярності спортивних сайтів грають форуми, гостьові книги, чати.** Гостьова книга - це органічна складова сайту. Вдало зроблена гостьова книга постійно привертає до себе увагу певного контингенту осіб, що постійно беруть участь в обговореннях, дискусіях, спілкуванні, а то і просто що займаються хамством, користуючись тим, що точно ідентифікувати користувача в Інтернеті, практично неможливо. Принцип роботи гостьової книги простий: будь-який користувач може написати повідомлення, яке зможе прочитати будь-який відвідувач. На цій властивості і ґрунтується принцип дискусії, спілкування на гостьовій книзі. Крім того, тут можна взнати думку, як уболівальників клубу, так і його супротивників. У формуванні іміджу окремих спортсменів форуми, гостьові книги гра-

ють набагато більшу роль, ніж це може показатися на перший погляд. Так, позитивним моментом у структурній організації українського спортивного аналітичного серверу uaSport.net є наявність форуму, де його відвідувачі можуть поділитись своїми враженнями від подій спорту та спілкуватись з іншими учасниками форуму.

Правила поведінки і доброго тону на гостьових книгах виникли в результаті уважного спостереження за різними відвідувачами і продиктовані виключно сушою необхідністю.

*На форумах забороняються:* 1) будь-яка реклама без узгодження з авторами серверу, а також обговорення всіляких голосувань; 2) вживання ненормативної лексики; 3) образа інших учасників форуму і відвідувачів книги; 4) наїжджати на уболівальників інших команд, які пишуть на книзі; 5) образливі випадки проти тих, хто обговорюється в темі.

*На форумах рекомендуються:* 1) обговорювати проблеми, присвячені певному виду спорту; 2) ввічлива поведінка в гостьовій книзі; 3) не дорікати опонентам за орфографічні помилки; 4) висловлювати свої думки стисло і лаконічно, винятком з цього правила є дискусія; 5) не вихвалитися любов'ю до свого спортсмена, команди, кількістю виїздів, стажем і способом уболівання; 6) не реагувати на заяви, на зразок "Зеніт - параша"; 7) користуватися тегами (ярликами) обережно, скрипти (шматки програм) взагалі не використовувати і завжди закривати фонти (шрифти). Якщо значення цього пункту не зрозуміле, то не користуватися тегами взагалі.

Які ж соціально-психологічні наслідки можна чекати від активного веб-спілкування любителів спорту, що постійно беруть участь в різних обговореннях і дискусіях? Американський психолог Р.Харріс стверджує, що комп'ютери не тільки не ізолюють людей один від одного, а навпаки допомагають встановити дружні зв'язки. Так, 60% респондентів стверджували, що встановили особисті відносини on-line. Жінки частіше, ніж чоловіки, заводили електронних друзів, незалежно від свого віку і сімейного стану. Майже всі вони спілкувалися зі своїми друзями елек-

тронною поштою, кожна третя, крім того, користувалася телефоном, листами і спілкувалася особисто. Ці взаємостосунки розвивалися так само, як і традиційна дружба [5, с.416-417].

#### **Висновки**

1. Розвиток широкої мережі Інтернет привів до змін у суспільній психології і традиційних способах мислення. Сьогодні можна стверджувати, що Інтернет бере участь у створенні нового типу особистості з особливою психологією і поведінковими реакціями.

2. Аналіз особливостей впливу спортивних web-сайтів на користувачів виводить дослідників на соціально-психологічні процеси глобальних масштабів (когнітивні, спілкування і взаємодії, соціалізації особистості, групові тощо), які не так просто охопити і дослідити.

3. Основними соціально-психологічними особливостями українських спортивних сайтів є наступні. Кількість спортивних сайтів УАНЕТу постійно росте, що свідчить про зростання популярності мережі Інтернет у спортивному середовищі. Швидко росте відвідування українських спортивних web-сайтів, які пропагують ідеали спорту, сприяють формуванню іміджу спорту в першу чергу серед людей, які цікавляться спортом. На жаль спортивний УАНЕТ може вести пропаганду ідеалів спорту, сприяти формуванню іміджу спортсменів, тренерів, команд і клубів тільки у людей, що мають змогу користуватися Інтернетом.

4. Сайт не є першоджерелом формування іміджу професійних спортсменів, але є важливим продовженням в комплексі чинників підтримуючих цей імідж.

5. Основні ресурси мережі Інтернет у формуванні іміджу в спорті полягають у можливостях надання величезної кількості різноманітної інформації (статистичної, біографічної, оперативної тощо) і у необмежених можливостях спілкуватися, обмінюватися думками, встановлювати контакти тощо.

#### **Література**

1. Благодетелева-Вовк С., Благодетелев С. Почти всё о спорте в УАНЕТе. //www.nightriver.com.ua/works/works/sport/sport\_uanet.shtml.
2. Ложкин Г., Позднышев Е. Психология имиджа в спорте // Наука в олимпийском спорте. – 2001. – №2.
3. Позднышев Е. Имидж спортсмена. Научно-методическое издание. - К.: «ЧПП», 2002. – 140 с.
4. Садовник О. Іміджеві характеристики українського спорту (за матеріалами українського спортивного аналітичного серверу uaSport.net) // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту: Зб. наук. пр. за ред. Єрмакова С.С. – Харків-Львів: ХДАДМ (ХХІІ), 2003. – №16. – 120 с. – с.28-32.
5. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 448 с. (Секреты психологии).