

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра журналістики та філології

**ІНТЕРВ'Ю ЯК ДОМІНУЮЧИЙ ЖАНР СУЧАСНОЇ
СПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ
THE INTERVIEW AS THE DOMINANT GENRE OF
MODERN SPORTS JOURNALISM**

Кваліфікаційна робота рівня «магістр»
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 8.061.1 Журналістика
студентки II курсу факультету ІФСК
Руденко Юлії Павлівни

Науковий керівник
Воропай Світлана Валеріївна
канд. філ. наук, доцент

Суми 2020

Бібліографічний опис

Руденко Ю. П. Інтерв'ю як домінуючий жанр сучасної спортивної журналістики [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістр; спец.: 061 – журналістика / Ю. П. Руденко; наук. керівник С. В. Воропай. – Суми: СумДУ, 2020. – 75 с.

У роботі досліджено специфіку жанру інтерв'ю, з'ясовано його важливість для розвитку сфери спорту. Схарактеризовано основні особливості проведення спортивного інтерв'ю. Проаналізовано різні приклади спортивних інтерв'ю, з'ясовано ключові особливості організації зустрічі з людиною, пов'язаною зі спортивною діяльністю. Створено інформаційний продукт – інтерв'ю із гравцем 2 ліги України з футболу, центральним півзахисником команди «Реал Фарма» Олександром Косяченко.

Ключові слова: інтерв'ю, спортивне інтерв'ю, спортивна журналістика, інтерв'юер, респондент.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	7
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	7
1.1. Поняття та особливості жанру інтерв'ю.	7
1.2. Трансформація інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації.	20
1.3. Умови створення та види спортивного інтерв'ю.	30
Висновок до 1 розділу	38
РОЗДІЛ 2	39
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ СТВОРЕННЯ СПОРТИВНОГО ІНТЕРВ'Ю	39
2.1. Організація проведення спортивного інтерв'ю.	39
2.2. Аналіз прикладів різних видів спортивного інтерв'ю.	47
Висновок до 2 розділу	588
РОЗДІЛ 3	59
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ: ІНТЕРВ'Ю ІЗ ГРАВЦЕМ 2 ЛІГИ УКРАЇНИ З ФУТБОЛУ, ЦЕНТРАЛЬНИМ ПІВЗАХИСНИКОМ КОМАНДИ «РЕАЛ ФАРМА» ОЛЕКСАНДРОМ КОСЯЧЕНКО.	59
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	711

ВСТУП

Актуальність теми. Як відомо своїм походженням термін «інтерв'ю» зобов'язаний англійському слову «interview» – бесіда. Інтерв'ю може служити різноманітним цілям: психологічним, соціологічним, дослідницьким, кадровим. Відтак, жанр інтерв'ю в журналістиці є діалогом репортера з однією людиною або ж декількома, що представляють інтерес для глядачів або читачів, це можуть бути очевидці подій, громадські діячі, вчені. Для інтерв'ю характерна нерівноцінність функцій співрозмовника, яких прийнято називати «інтерв'юер» і «респондент». Інтерв'юер, як правило, не вступає в активний діалог, не висловлює особистих суджень, оскільки його завданням є дати можливість висловитися. Той факт, що репортер бере на себе роль ведучого в діалозі, пред'являє до нього кілька вимог. По-перше, журналіст повинен вміти розташувати до себе людину, а відповідно мати знання про психологію спілкування. Розговорити співрозмовника, залучити до дискусії, отримавши в результаті потрібний обсяг і відповідну якість інформації – ось головне завдання. Отож, реалізація неможлива без наявності базових знань з обговорюваного питання.

Отже, репортер просто зобов'язаний бути компетентним в обговорюваній проблемі, ретельно готуватися до кожного інтерв'ю, і не тільки вивчати предмет майбутнього діалогу, а й вибудувати план з урахуванням психологічних особливостей співрозмовника і нюансів ситуації. Лише такий продуманий і ретельний підхід допоможе зробити інтерв'ю по-справжньому цікавим і успішним. Отож, в сучасному світі розвиток технологій стрімко зростає, і людині доводиться зіштовхуватися з великими обсягами інформації, відносно цього журналістика не тільки подає людині цю саму інформацію, але допомагає її фільтрувати та інтерпретувати. Останнім часом даний жанр набрав популярності у спортивній галузі.

Отож, важливо розуміти, що на сьогодні спортивне інтерв'ю, як і будь-яка інша сфера суспільного життя, не стоїть на місці в ньому відбуваються різні зміни. Відносно цього, нижче, на основі вивчення і дослідження відповідних джерел, визначимо основні особливості даного жанру й специфіку проведення спортивного інтерв'ю. Також проаналізуємо його основні сучасні приклади проведення. Варто зазначити, що на сьогодні обрана тема ще не стала об'єктом численних досліджень. Вважаємо, що означений аспект заслуговує на глибокі спостереження з огляду на свою самобутність. Зазначене мотивує **актуальність** обраної теми магістерської роботи.

Об'єкт дослідження – інтерв'ю як домінуючий фактор розвитку спортивної журналістики.

Предмет дослідження – особливості організації та проведення спортивного інтерв'ю.

Мета роботи – дослідити специфіку жанру інтерв'ю, з'ясувати його важливість для розвитку сфери спорту. Схарактеризувати основні особливості проведення спортивного інтерв'ю.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1. визначити поняття та особливості жанру інтерв'ю;
2. з'ясувати природу трансформації інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації;
3. дослідити умови створення та види спортивного інтерв'ю;
4. провести аналіз спортивних інтерв'ю в ЗМІ;
5. визначити особливості організації проведення спортивного інтерв'ю;
6. створити власний інформаційний продукт – спортивне інтерв'ю.

Наукова новизна дипломної роботи полягає в тому, що вперше представлено цілісне дослідження жанру інтерв'ю як провідного в спортивній журналістиці.

Практичне значення дипломної роботи вбачаємо в тому, що поданий матеріал може бути корисний на заняттях із журналістики, зокрема спортивної. Це дослідження може бути використане на спецкурсах та спецсемінарах з питань особливостей організації та проведення спортивного інтерв'ю, також матеріал стане корисним для блогерів-початківців.

Мета й завдання роботи зумовили використання **відповідних методів дослідження**: описовий (для загальної характеристики інтерв'ю як жанру); зіставний і порівняльний метод (застосовано у процесі дослідження різних видів інтерв'ю).

Структура роботи. Робота складається із вступу, основної частини, що містить три розділи, висновків до кожного розділу, висновків цілої роботи і списку джерел. Загальний обсяг роботи – 74 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Поняття та особливості жанру інтерв'ю.

Як вище було вже відзначено в роботі, своїм походженням термін «інтерв'ю» зобов'язаний англійському слову «interview», що означає бесіда. Відносно цього, інтерв'ю може служити різним цілям, а саме: психологічним, соціологічним, дослідницьким, кадровим. Таким чином, жанр інтерв'ю в журналістиці є відповідним діалогом репортера з однією людиною або декількома, що представляють інтерес для глядачів або ж читачів. Це можуть бути очевидці подій, громадські діячі чи вчені. Для інтерв'ю характерна нерівноцінність функцій співрозмовників, яких прийнято називати «інтерв'юер» і «респондент». Інтерв'юер, як правило, не вступає в активний діалог, не висловлює особистих суджень, оскільки його завданням є дати можливість висловитися. Відносно цього багато дослідників, теоретиків журналістики сходяться на думці, що інтерв'ю – це найпоширеніший спосіб отримання інформації. І дійсно, частіше за все журналіст отримує потрібні відомості не з паперових джерел, документів або інтернету, а від живої людини.

Прогрес науки і техніки привів до еволюції жанрів. Народження радіо і телебачення зумовило появу нових різновидів колишніх жанрів. Так з'явилися радіо і телевізійне інтерв'ю, які проте не витіснили газети, а розвивалися поряд з ними. З появою інтернету з'явилося інтерв'ю й в системі електронних ЗМІ, однак його слід розглядати швидше як підвид друкованих ЗМІ: по-перше, інтерв'ю публікуються на офіційних сайтах видань; по-друге, на незалежних інформаційних сайтах інтерв'ю носить той же текстовий характер, що і в друкованих ЗМІ.

Отож, жанр інтерв'ю бере свій початок в ХІХ столітті. В ці часи з'являються перші матеріали, оформлені у формі запитань і відповідей, закладаються основні риси, які характеризують інтерв'ю: певні типи питань, формули ввічливості, риторичні і стилістичні фігури і так далі [5, с. 23].

Згодом інтерв'ю, як в жанрі сталося чимало змін. Це стосується стилістики, типології і характеру функціонування, що в значній мірі визначається й соціальним контекстом. На сьогоднішній день, інтерв'ю підрозділяється на певні види і має власні жанрові характеристики. В друкованих засобах масової інформації воно має певну специфіку жанру а саме має відповідні види, власні жанрові характеристики, тощо.

Щоб визначити, що таке інтерв'ю, звернемося до поняття інтерв'ю з різних джерел. У тлумачному словнику Т. Єфремової дається визначення, що «Інтерв'ю – це бесіда, яка представляє суспільний інтерес питання кореспондента радіо, телебачення, газети і т.п., призначена для поширення в засобах масової інформації» [7, с. 348]. Це визначення загальне, але що важливо в ньому для журналістики, і я підкреслю, це проблема, яка представляє суспільний інтерес. Ніхто не стане читати, дивитися чи слухати інтерв'ю, якщо в ньому не буде висвітлюватися тема, яка зараз на часі.

У підручнику «Телевізійна журналістика» інтерв'ю трактується як жанр публіцистики, що представляє собою розмову журналіста з соціально значущою особистістю з актуальних питань [6, с. 45].

Найбільш повне і конкретне визначення дає В. Третьяков, а саме: «Інтерв'ю – інформаційний жанр, метою і змістом якого є передача слів і думок людини, важливої взагалі або важливої в контексті того, що сталося (наприклад, потерпілий під час пожежі), її слів і думок, що з'явилися не спонтанно, а завдяки спеціально поставленим журналістом питанням» [7, с. 345].

Отож, поняття інтерв'ю ще характеризують як вид практичної діяльності, що застосовується як метод зібрання інформації. Воно застосовується в різних

науках, а саме в психології, журналістиці, соціології і ін. [8, с. 77]. У визначенні автор особливо виділяє роль саме інтерв'юваному, як носію певної суспільно-значимої інформації, а журналіст з'являється на другому плані, як інструмент збору та передачі цієї інформації адресату. Це визначення і будемо брати за основу в даній роботі.

Про те, що важливий в першу чергу інтерв'юер, говорить і А. Колесніченко: «Інтерв'ю – це бесіда, де цікавий запрошений співрозмовник, а не журналіст, тому відповіді співрозмовника повинні займати від 70 до 90% тексту» [21, с. 45].

Зважаючи на вищенаведені твердження, автори по-різному тлумачать поняття «інтерв'ю». Відносно цього варто розглянути найбільш поширені його класифікації. Отже, відповідно до змістовної складової, інтерв'ю умовно можна розділити на 2 види:

- інтерв'ю-думку;
- інтерв'ю-повідомлення.

Інтерв'ю-повідомлення, як відомо, наслідує інформаційні завдання, висвітлюючи, уточнюючи факти, тоді як головним завданням інтерв'ю-думки є оприлюднення оцінок, поглядів, суджень. Оскільки практично кожне інтерв'ю містить елементи обох видів, класифікація відображає переважання однієї зі складових.

За предметно-функціональною ознакою можна розподілити інтерв'ю за такими типами:

1. Інтерв'ю думок – найбільш поширений і простий тип інтерв'ю, в якому респондентом може бути як відома в світовому масштабі особистість, так і випадковий перехожий, які висловлюють свою думку з якого або питання.

2. Інтерв'ю з очевидцем: проводиться з безпосередніми свідками події. В цьому випадку репортер не повинен заважати респонденту репліками і навідними питаннями, даючи можливість висловитися.

3.Інтерв'ю-«конфронтація»– тип інтерв'ю, особливість якого полягає в наступальній тактиці ведення бесіди, в якій немає місця дружнім почуттям: завданням репортера є приперти співрозмовника до стінки, змусити пояснюватися і виправдовуватися.

4.Інтерв'ю-прес-конференція. Особливість цього жанру інтерв'ю – попередня підготовка респондентів з певних питань. Журналіст може лише отримати коментар, уточнення. Завданням журналіста є першим поставити запитання, поки його не задали інші.

За ступенем підготовки:

1.Психологічне інтерв'ю, особливістю якого є надана респонденту можливість виговоритися. В даному випадку репортер може задавати навідні питання.

2.Нестандартизоване інтерв'ю, в якому інтерв'юер попередньо пропонує лише тему бесіди, надаючи респонденту можливість висловлюватися вільно.

3.Напівстандартизоване (сфокусоване) інтерв'ю, перед яким проводиться попереднє обговорення теми.

4.Стандартизоване інтерв'ю: в цьому випадку респонденту заздалегідь відома тематика і формулювання [7, с. 22].

Відносно цього відзначимо деякі напрямки змін в сучасній журналістиці. По-перше, вона має тенденцію до змішання жанрів інтерв'ю. В «чистому» вигляді жанри зустрічаються нечасто, вони видозмінюються, взаємопроникають один в одного. На стику жанрів народжуються складні життєві відносини, по-друге, це тенденція йде до знеособлення, тобто сама інформація, і, що важливо, швидкість її подачі – головне, а особистість журналіста йде на другий план. Але завжди є винятки з правил: зустрічаються в журналістиці й «чисті» жанри, без домішок, де працюють знамениті журналісти, імена яких знає майже кожна людина в країні. Отож, як результат нижче в роботі буде представлено приклади поширених жанрів спортивного інтерв'ю з метою їх глибшого розуміння і осмислення сутності.

Відносно цього, в цілому на сьогодні є досить поширене усне інтерв'ю, що передбачає отримання такого матеріалу, який буде відображати спонтанні відповіді опитуваних людей. Під час такого інтерв'ю відбувається особистий контакт журналіста з респондентом. У свою чергу інтерв'юер може побачити як реагує опитуваний на ті чи інші поставлені запитання, що теж може надавати вплив на хід інтерв'ю. На усну відповідь респондент завжди витрачає менше часу, ніж на письмову.

Письмове ж інтерв'ю, в свою чергу, являє опитування із заздалегідь підготовленими питаннями. Журналіст ніяк не контактує з респондентом і ніяким чином не може побачити його реакцію на питання. У свою чергу, письмове інтерв'ю виключає варіативність. А в усному інтерв'ю можуть бути задані питання непередбачені заздалегідь.

В журналістиці поняття «інтерв'ю» використовується як відомо в двох значеннях, а саме [22, с. 224]:

- 1) як метод збору якоїсь інформації, на основі якої створюються інші журналістські матеріали;
- 2) як самостійний жанр журналістики.

Отож, можна сказати, що інтерв'ю – це бесіда, що проводиться по конкретному плану, де передбачається прямий контакт інтерв'юера з опитуваним, і де запис відповідей проводиться або самим інтерв'юером, або механічно [3, с. 77].

Відносно цього основні переваги інтерв'ю є:

- невимушена обстановка для спілкування, що підвищує щирість відповідей;
- виникнення довіри і серйозного ставлення інформанта до самої бесіди;
- можливість коригування послідовності питань і плану бесіди, по ходу її розвитку;
- можливість отримання інформації про деякі думки, мотиви, і уявленнях опитуваного;

- можливість спостереження психологічних реакцій опитуваного дозволяє стежити за ступенем щирості при відповідях, особистий контакт журналіста з респондентом дозволяє забезпечити максимально повну реалізацію запитальника;

- зростання змістовності і глибини, що збирається, журналіст може змінювати формулювання питання при переході від однієї теми до іншої, не змінюючи його спрямованості [5, с. 56].

Часом проведення інтерв'ю може зайняти тривалий час, що далеко не завжди позначається позитивно на результатах опитування. Наприклад, на результатах інтерв'ю завжди позначається втома від бесіди як інтерв'юера, так і самого респондента. Інтерв'ю дозволяє оперативно зібрати затребувану інформацію тільки при наявності добре сформованої опитувальної сітки.

У професійно вдалому інтерв'ю респондент виступає не як «піддослідний» індивід, а як рівноправний інтерв'юеру «співрозмовник».

Таким чином, на сьогодні інтерв'ю є одним з найстаріших жанрів в практиці преси. Інтерв'ю використовується в різних цілях, як було зазначено вже вище а саме в психологічних, клінічних, соціологічних і наукових. В журналістиці інтерв'ю передбачає розмову між репортером і одним або декількома респондентами, адже це особливий інформаційний жанр журналістики, являє собою діалог кореспондента і героя публікації. Інакше інтерв'юера і інтерв'юйованого. Таким чином, інтерв'ю – це жанр оригінальний, в зв'язку з цим воно і оформляється особливим чином. В інтерв'ю дається можливість запису питання і дослівно відповіді героя, отож, структура інтерв'ю включає наступні важливі компоненти, а саме:

1. Введення (шапка): зазвичай оформляється курсивом або напівжирним шрифтом. Тут вказується: інформаційний привід, тема інтерв'ю, обґрунтовується вибір теми; повідомляється прізвище, ім'я, по батькові героя, посаду і соціальний стан.

2. Власне інтерв'ю – питання і відповіді героя.

3. Висновок, завершення: формулювання основної думки матеріалу, ідеї і коментарі зустрічі. Цей елемент факультативний. Можуть бути присутніми і такі елементи інтерв'ю як: біографічна довідка, повідомлення про досягнення героя, виділення його думок з яких-небудь актуальних моментів тощо. Обов'язковий елемент інтерв'ю – фотографія.

Що ж стосується драматургії інтерв'ю, то інтерв'ю схоже з п'єсою, а саме:

- за формою (будується на основі діалогу);
- по композиції (є вступ, експозиція, тематичні заходи, кульмінація, епілог);
- немає сюжету як такого, крім внутрішнього конфлікту і його дозволу [21, с. 43].

Отже, завдання журналіста в даному випадку грамотно вибудувати розмову, а саменамітити лінію бесіди так, щоб простежувалися зав'язка, конфлікт, кульмінація і розв'язка.

З іншого боку, повинно тривати безпосереднє спілкування з опитуваним, при цьому є досить важливим саме емоційний контакт, проте окрім нього для проведення відповідного якісного спортивного інтерв'ю повинні створитися особливі умови для більш глибокого розуміння об'єкта, чого не може дати жодна, навіть дуже хороша, анкета.

Таким чином, сьогодні чітко спостерігається затребуваність інтерв'ю, адже воно є стрижневим матеріалом будь-якого друкованого газетного номера. В такий спосіб в аудиторії збільшується інтерес до конкретної людини, його імені і поглядів. Отже, з одного боку, інтерв'ю виступає як самостійна форма ілюстрування матеріалу в журналістиці, з іншого – отримана інформація може бути використана в новинах, повідомленнях, репортажах або коментарях. Найважливіші якості інтерв'ю, приміром в пресі, як і ряду інших публіцистичних матеріалів, – це, на наш погляд, актуальність в громадська значимість.

Таким чином, цілеспрямована діалогова форма допомагає отримати від опитуваного максимальну кількість інформації. Головний узагальнюючий принцип всіх інтерв'ю – це: «головна дійова особа – опитуваний. Його висловлювання – найважливіша складова інтерв'ю. Інтерв'юер бере на себе роль представника аудиторії. Його питання лаконічно прості і завжди служать виключно меті інтерв'ю» [6, с. 38].

В основі журналістської діяльності лежить комунікативна діяльність, яка здійснюється у формі діалогу і монологу. Якщо ж говорити про витoki жанру інтерв'ю, то слід спочатку розглянути власне форму діалогу, що лежить в його основі. Діалог розглядається сучасними дослідниками в широкому і вузькому розумінні, проте зосередимо увагу на особливостях інтерв'ю, як важливої комунікації, що володіє затребуваним соціальним характером.

Відносно цього, потрібно відмітити, що за останні роки інтерв'ю стало щоденним явищем в нашій вітчизняній пресі. Інтерв'ю стають набагато змістовніші, різноманітніше за тематикою і за формою. Виріс інтерес до думки конкретної особистості як і до самої особистості загалом. Інтерв'ю дозволяє інформувати громадськість про значну подію, важливе починання, привернути увагу до актуальної проблеми і дізнатися авторитетну думку з того чи іншого істотного питання, адже як відомо інформаційний факт, подія нерідко потребують тлумачення і роз'яснення, тому в цьому випадку інтерв'ю є ефективною формою переконання. Оцінка і коментар авторитетної особи надає виступу велику силу переконливості.

Проте таке визначення навряд чи може бути вичерпним, оскільки інтерв'ю – це не прерогатива журналістики, а цілком самостійний метод отримання інформації в багатьох науках. Термін інтерв'ю має два основних значення. По-перше, він позначає метод отримання, збору будь-яких відомостей (в тому числі і для засобів масової інформації) за допомогою опитування, бесіди, тобто спілкування двох людей в живу. По-друге, інтерв'ю розглядається і як жанр публіцистики.

Отож, як метод збору інформації інтерв'ю використовується вже досить давно. Ще в античності його використовував Сократ у своїх діалогах. Прообразом сучасного інтерв'ю також є й різні своєрідні жанрові, що були ще в 18 столітті, а саме: бесіди і розмови. Однак вони не припускали обміну думками, репліками дійсно учасників бесіди співавторів і персонажів. Більшою мірою вони адресувалися читачеві, підкреслюючи прагнення автора вступити з ним в контакт, здійснити спілкування. Особливість інтерв'ю полягає в тому, що, на відміну від всіх інших жанрів публіцистики, він являє собою результат співпраці журналіста і співрозмовника. Інтерв'ю володіє особливою силою переконливості, правдивістю. У цьому сенсі інтерв'ю грає важливу роль у формуванні громадської думки [23, с. 45].

Інтерв'ю має можливість емоційного впливу на читача, тому що дозволяє дати уявлення про особистість співрозмовника, про обстановку, в якій протікала сама розмова. Цей жанр дозволяє охарактеризувати внутрішній світ людини, передати його думки.

Інтерв'ю є мовним жанром. До вивчення мовних жанрів останнім часом звертається все більше число дослідників адже жанри вивчають з різних позицій, й існують їх різні трактування. «Анкета мовного жанру», запропонована Т. В. Шмельовим, що представляється найбільш оптимальним для опису жанру так як в ньому є позначені істотні ознаки це – комунікативна мета, образ автора, адресат, фактор минулого, фактор майбутнього, диктум й мовне втілення. Таким чином, можна проаналізувати жанр інтерв'ю на основі ознак мовного жанру [34, с. 25].

Отож, інтерв'ю тільки тоді буде найцікавіше і професійно зроблено, якщо інтерв'юер буде спиратися на вже відомі факти, події, раніше зроблені інтерв'ю з його майбутнім співрозмовником, тобто буде використовувати фактор минулого. Перед інтерв'ю журналісту необхідно підготувати питання з опорою на такі джерела: редакційні досьє; друковані матеріали про минуле співрозмовника; висловлювання даної людини в ЗМІ; фотоматеріали; факти з

його біографії; різного роду бази даних; ресурси Інтернету і поради та ідеї колег по роботі.

Фактор минулого в цьому випадку включає в себе взаємозв'язок даного інтерв'ю з іншими подіями в житті і діяльності героя інтерв'ю, інтерв'юера, колективу, будь-якого регіону, країни. Фактор майбутнього передбачає взаємозв'язок даного інтерв'ю з подіями, які відбудуться в майбутньому, це є досить актуально приміром у визначені спортивних досягнень спортсменів, їх порівнянні з теперішніми досягнення, тощо.

Наступна ж, про яку варто згадати описуючи особливості інтерв'ю, це – ознака мовних жанрів – диктум, або подієва основа. Подієва основа інтерв'ю – це події і процеси, що відбуваються в житті країни, суспільства, пов'язані з актуальною для будь-якої частини соціуму («суспільство, соціальне середовище людини, сукупність історично сформованих форм діяльності людини» [18, с. 55] проблемою, особисто що стосуються інтерв'ююваного.

Останньою жанроформуючою ознакою є мовне втілення. Для моделі мовного жанру мовне втілення постає як сукупність лексичних та граматичних ресурсів жанру. Адекватність обраного мовного матеріалу є дуже важлива для розуміння і конструювання жанру інтерв'ю. Вибір мовних засобів відповідає стилістичним настановам бесіди, диктується ситуацією, темою, обстановкою, в якій протікає інтерв'ю. Розмовна ж лексика в структурі висловлювання сприяє сприйняттю тексту і ламає психологічний бар'єр. Однак вона повинна бути доречною, що створюється не тільки лексичними засобами, а й синтаксичною побудовою мови, що може мати: синтаксично незакінчену побудову фрази, перезапит, повтор чи інверсію. Таким чином, інтерв'ю характеризується певними ознаками, що забезпечують його ефективність і загальну результативність.

Отож, використовують жанр інтерв'ю лише тоді, коли беруть інтерв'ю і якщо це питання стоїть в центрі уваги безлічі людей і потрібно з'ясувати їхні

погляди. Отож, загалом беруть інтерв'ю традиційно у наступних осіб, що діляться на три категорії, це:

1) політичні та державні діячі, фахівці і інші люди, що володіють специфічними знаннями в якійсь конкретній області; їх опитують, щоб дізнатися про що-небудь;

2) знаменитості, яких опитують для того, щоб подробиці їхнього життя і діяльності стали надбанням широкої публіки;

3) звичайні люди, з якими ми зустрічаємося вдома, на вулиці, на службі; у них беруть інтерв'ю, щоб з'ясувати громадську думку про ту чи іншу подію [32, с. 55].

Отож, як результат в різних організаційних формах інтерв'ю проявляється по-різному. Інтерв'ю в службовій обстановці доцільно при вивченні виробничих колективів. Воно, як правило, спрямоване на виявлення проблем на виробництві. Інтерв'ю за місцем проживання проводиться тоді, коли його предметом стають проблеми, про які зручніше говорити в неофіційній обстановці.

В журналістиці ж інтерв'ю виступає як жанр, головною метою якого є визначення думок людей про ті чи інші випадки, природних явищ або тенденцій суспільства. Таку думку може бути отримано як від певної людини, так і від колективу. Жанр інтерв'ю має великі необмежені можливості, недарма журналісти висловлюють таку точку зору щодо інтерв'ю: «Це можливість продемонструвати вищий пілотаж, природно не перетворюючи його в самоціль». В інтерв'ю виявляються характери, час і навіть те, що не завжди можуть пояснити історики і філософи. Жанр інтерв'ю багатofункціональний, він дозволяє швидко і точно розповісти про схвильовану подію, поставивши кілька запитань очевидцям, і вийшовши на авторитетного співрозмовника, розвіяти чутки.

Мета зустрічі у кожного з учасників інтерв'ю своя: у журналіста – познайомити читача / глядача / слухача з цікавим співрозмовником або

дізнатися у нього соціально значиму інформацію; у співрозмовника – познайомити адресата (журналіста і аудиторію) з власною позицією. Компетентність журналіста виявляється ще на стадії підготовки до діалогу. Однією з основних завдань є вибір співрозмовника в інтересах аудиторії. Будь-якому інтерв'ю повинна передувати ретельна підготовка: визначення основної теми розмови, стратегії і тактик ведення діалогу в залежності від типу інтерв'ю і особистості інтерв'юйованого, вибудовування композиції питань.

Під час інтерв'ювання в завдання журналіста входить встановлення найбільш придатної тональності спілкування, підтримання природної логіки розвитку діалогу, вміння «розговорити» мовчазного співрозмовника або, ж навпаки, утримати бесіду в потрібному руслі, якщо співрозмовник відповідає занадто докладно. До завдань інтерв'юера може входити створення певного образу інтерв'юйованого: позитивного або негативного. Так, ряд провокаційних питань, спрямованих на те, щоб «розлютити співрозмовника, порушити пристрасті, щоб на хвилі спалаху емоцій отримати відкриту, імпульсивну відповідь», змусити співрозмовника втратити над собою контроль і викласти, може показати інтерв'юйованого аудиторії з абсолютно несподіваною, частіше негативною, сторони. Або, навпаки, журналіст може дати своєму співрозмовнику можливість виправдатися перед масовим адресатом.

Незважаючи на те що журналіст в будь-якому класичному інтерв'ю лише посередник між співрозмовником і аудиторією і його особиста думка має залишитися невідомою масовому адресату, формування емоційного-психологічного сприйняття інтерв'юйованого у читачів і глядачів багато в чому залежить від того, яким захоче уявити його журналіст. Читач, наприклад, бачить героя очима інтерв'юера, формує свою думку про нього, виходячи з аспектів, висвітлених журналістськими питаннями [32, с. 43].

Отож, як бачимо інтерв'ю – це жанр публіцистики, що представляє собою розмову журналіста з політичним, громадським або іншими діячами з актуальних питань. Відносно цього жанри журналістики розрізняються за

цілями впливу на аудиторію, широті освітлення реальності, виразно-образотворчим засобам, глибині аналізу та широті узагальнень. У зв'язку з цим вони поділяються на три види – інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Інтерв'ю ж відноситься до групи інформаційних жанрів, тобто до різних жанрів, що становлять суспільний інтерес відповіді конкретної особи (групи осіб) на запитання журналіста [23, с. 55].

Таким чином, слід говорити про особливості інтерв'ю в друкованих та електронних ЗМІ, що народжуються з їх текстової природи, в порівнянні з інтерв'ю на радіо і телебаченні. Відносно цього потрібно сказати, що в процесі свого історичного розвитку відбулася певна трансформація інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації, про що більш детально піде мова нижче з метою глибшого розуміння теми. Отож, поширеність і популярність жанру інтерв'ю пояснюється, крім його багатофункціональності та багатства різновидів, в чималому ступені також зовнішньою простотою і доступністю.

Однак крім докладних знань про інтерв'юйованого та предмет розмови, треба неодмінно враховувати особливості психології спортсменів. Необхідно вміти вибудовувати спілкування з людьми спорту, який виключає і схиляння перед «зірками», і панібратське відношення з ними, і такий досконалий пережиток минулого, як зарозумілість, яка, як не дивно, ще зустрічається по відношенню до спортсменів як людям недалеким, нерозвиненим і обмеженим у інтересах.

Отже, сьогоднішня популярність жанру інтерв'ю пояснюється його гуманістичною спрямованістю і орієнтацією на людину. Саме інтерв'ю дає багаті можливості для розкриття спортивної особистості, демонстрації «живого» голосу героя і унаочнення рис його особистого характеру. Особливу силу, зокрема, спортивному інтерв'ю, як особливо важливому способу зібрання інформації надає можливість передачі й безпосередньої розмовної мови, що створює ефект невимушеності, співпереживання і залучення в спортивні

події. При цьому в спортивній журналістиці як інтерв'ю, так і репортаж, часто включає в себе інтерв'ю як елемент композиційної побудови, що йдуть до все більшої аналітичності і публіцистичності в сучасності. У цьому позначається то безперечне обставина, що інформаційна специфічність, властива спортивній журналістиці, проте це як було зазначено вище зовсім не означає, що в ній не повинно бути глибини і виразності. Отож, як висновок, спортивне інтерв'ю на сьогодні не має єдиного визначення, окрім того воно має свої особливості проведення, що включають відповідні теоретико-методологічні засади на які повинний опиратися журналіст.

1.2. Трансформація інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації.

Традиційно під жанрами розуміють «стійкі форми журналістських творів» [2, с. 157]. Звичайно, кожен жанр має певний набір властивих йому характеристик. Зокрема, в журналістиці прийнято поділ журналістських матеріалів на інформаційні, аналітичні та документально-художні. Однак подібна класифікація досить умовна, оскільки матеріал може мати риси декількох жанрів, іноді навіть не входять в одну групу.

Інформаційні жанри були і залишаються надзвичайно популярними і затребуваними, оскільки є провідними носіями оперативної інформації, яка дозволяє аудиторії здійснювати моніторинг найбільш значущих і цікавих подій в різних сферах суспільного життя. Жанрова ж різноманітність інформаційних повідомлень грає в даному випадку ключову роль, оскільки допомагає споживачеві отримати всебічну і повну картину того, що відбувається, визначити значимість будь-яких явищ і перспективи розвитку.

Отож, основне завдання інформаційних жанрів – це фіксація, в основному, зовнішніх особливостей явища, отримання досить коротких і поверхневих відомостей про нього. Такі відомості журналісти прагнуть отримати якомога

швидше, оскільки оперативність інформування аудиторії, що є першочерговим завданням ЗМІ. В даний час жанрова система продовжує активно розвиватися, знаходячи нові форми вираження під впливом численних факторів, будь то громадські запити, методи конкретного журналіста, поява нових майданчиків для публікації чи їх формат [6, с. 45].

Зокрема, процесу трансформації інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації сприяє й таке явище як глобалізація інтернету, а саме: журналістські жанри зазнають значних змін, тому що інтернет-ЗМІ в даний момент є провідним майданчиком для публікації матеріалів. Відповідно, особливого значення набуває таке поняття як конвергенція: журналіст повинен мати навички роботи на різних медійних майданчиках, оскільки часто, наприклад, матеріали у пресі потребують певної адаптації для інтернет-видання.

Інтернет-журналістика на нинішньому етапі має досить складну і багатофункціональну систему. Творчі та технологічні чинники сприяли розвитку жанрової трансформації в мережевих версіях традиційних ЗМІ, а також появи нових жанрів медіакультури в мережі, що безпосередньо впливає на способи і форми подачі матеріалів, зокрема інформаційних, на їх сприйняття споживачем. Наприклад, збільшився обсяг інформації, що, безсумнівно, призвело до високої швидкості створення медіапродукту і його поширення в порівнянні з традиційними ЗМІ.

Однак, як відзначають експерти, сьогодні «традиційні медіа розглядають Інтернет скоріше як можливість для зростання, а не як конкурента» [1, с. 45]. Виходячи з вищенаведеного, слід зауважити, що специфічні риси і способи подачі тексту в інтернет-просторі є значимий предмет дослідження, отож, необхідно звернутися до тих особливостей, які відрізняють інтернет-ЗМІ в цілому від своїх попередників на сьогодні, а саме, це носить:

- глобальний характер інформації, що практично є не обмеженою перешкодами;

- зростання можливості збору, обробки і передачі інформації, а також доступу до неї;
- висока швидкість публікації інформації;
- збільшення впливу медіапродукту на суспільство;
- поява нових професій, в тому числі, інтернет-журналіст;
- поява можливості своєрідного діалогу з читачем за допомогою коментарів;
- висока економічність;
- гіпертекстуальність;
- комбінування інформації різного роду (текст, фото, відео і т. д.). З метою висвітлення повної картини того, що відбувається [12, с. 45].

Названі ознаки, крім переваг мають і негативні сторони. Публікація матеріалів стає легкою, можливо і анонімною, внаслідок цього часто спостерігається дезінформація, плагіат, екстремізм і т. п. Тому довіра суспільства до інтернет-журналістики в цілому меншою, ніж до традиційних ЗМІ. У просторі інтернету стати автором замітки, інтерв'ю, репортажу, звіту, кореспонденції і т. може будь-яка людина, яка не обов'язково має навички професійного журналіста, оскільки вона нічим не обмежена.

У той час як написати інформаційний матеріал у відповідності з усіма критеріями його створення може далеко не кожен, оскільки кореспондентом може стати тільки професіонал, що володіє певним набором знань і відмінно орієнтується в області описуваної їм ситуації. Функціонування ж тексту в мережі також підпорядковується певною специфікою. В першу чергу зазнає змін мова, яка поєднує в собі риси як письмового, так і усного мовлення. Крім цього, трансформується і жанрова система: видозмінюються традиційні жанри з інших видів ЗМІ, а також створюються принципово нові. «Автор змінює належність тексту до тієї чи іншої родової групи в залежності від інформативною завдання матеріалу, обсягу, відведеного для нього на смузі, і особливостей авторського стилю» [3, с. 65].

За рахунок нових можливостей, доступних завдяки мережі, інтернет-версії традиційних газет та інтернет-видання отримали на сьогодні можливість розширити інтерактивне спілкування з аудиторією. Воно допомагає не тільки коригувати діяльність редакції, а й враховувати запити споживачів, залучати їх в якості співавторів матеріалів. Для цього можуть бути використані такі інструменти, як лист на електронну пошту редакції, в якому аудиторія може не тільки висловити свою думку, а й надіслати важливу новину; гіперпосилання на соцмережі: «Twitter», «Facebook» і т. п., де можна поставити «лайк» для виставлення оцінки статей; голосування, що складається із запитання і варіантів відповіді на нього; «Віконце», в якому читач може написати свій відгук, висловити думку і задати питання. Також в мережі найчастіше передбачається можливість розсилки публікацій поштою: споживач може відправити вподобану статтю свого знайомого [31, с. 77].

Унікальність інтернет-публікацій складається в яскраво вираженому змішуванні жанрових форм, в межах одного матеріалу можна виділити відразу кілька жанрів. Ні-Гриша А. А. по відношенню до трансформації інформаційних жанрів застосовує термін «інтерференція» [6, с. 98]. Це явище значно ускладнює застосування традиційної теорії жанрів в контексті інтернету.

Морозова А. А., узагальнивши теоретичні напрацювання сучасних дослідників журналістських інтернет-жанрів, пропонує ділити всі жанри на дві категорії, а саме:

- традиційні жанри (що прийшли з періодичної преси, які зберегли основні жанрові ознаки, але при цьому часто піддані якійсь трансформації);
- нові жанри (утворилися в період появи мультимедійних майданчиків в процесі становлення конвергенції) [5, с. 29].

У даній роботі ми зупинимося на традиційних жанрах інформаційної групи. Отже, інформаційні жанри були і залишаються надзвичайно популярними і затребуваними, оскільки є провідними носіями оперативної

інформації, яка дозволяє аудиторії здійснювати моніторинг найбільш значущих і цікавих подій в різних сферах суспільного життя.

Жанрова ж різноманітність інформаційних спілкувань грає в даному випадку ключову роль, оскільки допомагає споживачеві отримати всебічну і повну картину того, що відбувається, визначити значимість будь-яких явищ, перспективи розвитку і т. п. Основне завдання інформаційних жанрів – це фіксація, в основному, зовнішніх особливостей явища, отримання досить коротких і поверхневих відомостей про нього. Такі відомості журналісти прагнуть отримати якомога швидше, оскільки оперативність інформування аудиторії є першочерговим завданням ЗМІ.

Велике значення при цьому має й репортаж, що серед інформаційних жанрів зазнав найбільших трансформацій: часто він супроводжується великою кількістю ілюстрацій, хештегів, гіперпосиланнями, додаються відеофрагменти з місця події. Особливий статус отримав й жанр онлайн-репортажу як дуже оперативного матеріалу з постами невеликого обсягу, який зручно і легко читається. Крім цього широко поширений в мережі фоторепортаж, зазвичай супроводжується декількома пояснювальними пропозиціями [22, с.59].

Інтернет і мобільні засоби комунікації занурили аудиторію сьогодні в постійний інформаційний потік, внаслідок чого користувач навчився не тільки шукати той контент, який його цікавить, а й самостійно створювати його. Крім того, оновилися й інформаційні потреби аудиторії та система громадських зв'язків, змінилося і ставлення до журналістики, а саме перетворилися технології збору, обробки, поширення інформації, методи створення медіа і переглянуті моделі взаємодії зі споживачами. Таким чином, ми отримали новий формат виробництва журналістського продукту – тобто мережевий, який почав функціонувати в системі так званих «соціальних медіа». На думку дослідників І. А. Бикова і О. Г. Філатової, «соціальні медіа сьогодні є серйозним конкурентом традиційним ЗМІ та стають найбільш відвідуваними ресурсами в інтернеті (особливо це стосується блогів і соціальних мереж). Користувачі

змінюють звичні інформаційні та розважальні інтернет-сайти на соціальні медіа [11, с. 22].

Все більше контенту, схожого з журналістським, ми починаємо виявляти й в блогосфері як в одному з викликів «класичної» журналістики і різновиду так званих «соціальних медіа». Блогосфера має низку технічних, комунікативних та соціальних характеристик, які значно змінюють комунікації між журналістом і його аудиторією. Сучасне ж суспільство ефективніше сприймає ту інформацію, яка наповнена візуальною складовою, тому найбільш привабливим засобом комунікації стає візуалізований контент, який почав з'являтися і в відеоблогах, розміщених в більшості своїй на Youtube-каналах. Найімовірніше, саме з цим пов'язаний постійно зростаючий інтерес до відносно нового каналу комунікації - відеоблогінгу. Він почав розвиватися не так давно, але вже показав себе як результативний засіб комунікації з аудиторією. На думку Мухи А. В. і Кіхтана В. В., блоги являють собою персоніфікований інтернет-сайт, де «кожен може проявити себе як журналіст і вступити в дискусію на тему, що цікавить» [32, с. 47].

Також на сьогодні в тв-програми часто вставляються вирізки з фільмів або відеокліпів, в яких беруть інтерв'ю. Туди можуть увійти і записані синхроні з членами сім'ї героя або його друзями, колегами, що також допоможе урізноманітнити бесіду і дізнатися будь-які нові факти з життя запрошеного гостя, а також побудувати більш довірчий діалог між журналістом і його героєм. Таким чином, завдання творців не тільки телевізійних, але онлайн-проектів полягає в розробці самобутнього своєрідного інтер'єру для того, щоб привернути увагу телеглядача, навіть якщо запрошений герой його не цікавить. У випадку з телебаченням перед глядачем постає яскрава студія з безліччю реквізиту у вигляді фотографій, столика, килима посередині.

Отже, як помітно на сьогодні журналістський текст є засобом організації дискурсу і комунікативним явищем, що знаходиться сьогодні в процесі постійного пошуку найбільш цікавого, оригінального, переконливого

жанрового втілення. Тому традиційні публіцистичні жанри трансформуються, утворюючи нові видові форми. На трансформацію впливають як можливості самого жанру, так і нові умови функціонування медіатексту, і екстралінгвістичні чинники: уявлення про навколишній світ, думки, установки і запити адресата. Можна говорити про тенденції, що впливають на зміни традиційних жанрів, це персоніфікація, конвергенція, мультимедійність і полістилізм.

Відносно цього традиційно жанр характеризувався як суттєвий параметр журналістського тексту і як найважливіша одиниця класифікації, що настроює реципієнта на те чи інше сприйняття автором інформації. До завдань ж автора входить пошук найбільш адекватної та ефективною форми для відображення сучасної дійсності, для вираження власної точки зору для оцінки об'єктів цієї дійсності. Однак в сучасних умовах ці завдання ускладнюються – жорстка конкуренція вимагає пошуку оригінальних способів подання факту і думки; мультимедійність забезпечила величезна кількість нових способів впливу на аудиторію; інтернет практично позбавив традиційні типи ЗМІ права на оперативність; нові медіа, зокрема соцмережі і блогосфера, стали більш популярним джерелом інформації в силу своєї активно декларованої незалежності. «В журналістиці жанри, а точніше – їх творці, змушені відповідати на ці виклики часу і шукати все нові і нові засоби залучення уваги аудиторії. Теорія мовних жанрів є однією з небагатьох діючих на практиці моделей комунікації, що враховують такі важливі параметри, як ситуація і сфера спілкування, стиль, форма мови, способи оформлення початку і кінця промови, передачі ініціативи в діалозі, а також стратегії і тактики ведення комунікації» [13, с. 58].

Особливості сучасного медіадискурсу привертають увагу представників найрізноманітніших наук – філології, лінгвістики, комунікативістики, історії, психології та ін. Такий інтерес обумовлений активними, складними, суперечливими процесами, при характеристиці яких найчастіше йдеться саме

про трансформацію, про усунення способів подачі інформації, про зміну мови і стилю текстів ЗМІ, про коригування принципів взаємовідносин комунікатора і аудиторії і про нову систему оформлення друкованих видань і т. п.

Таким чином, зміни в жанровій системі, в основному, обумовлені особливостями функціонування сучасних мас-медіа, які зажадали глобального перегляду традицій, формування ефективних прийомів і методів представлення факту і думки. Відносно цього спробуємо виділити коротко основні причини, що вплинули на ці процеси. Отож в кінці минулого століття виникла потреба у створенні нової системи періодичної преси. Поява нових типів періодичних видань і зміна традиційних зумовили необхідність перегляду жанрової структури конкретного номера: сьогодні можна сміливо говорити про взаємозумовленості жанрових характеристик тексту і типу видання. Інтеграція ж самої журналістики, реклами і масової культури призвела до перегляду традиційних підходів до матеріалів ЗМІ. Отже, одночасне функціонування видань в різних формах (наприклад, друкованої та цифрової) неможливо без універсальних текстів, здатних успішно впливати на аудиторію на різних платформах. Проблемам функціонування сучасної конвергентної журналістики присвячений збірник «Журналістика і конвергенція: чому і як традиційні ЗМІ перетворюються в мультимедійні» [6, с. 58]. Таким чином на сьогодні традиційні форми жанрів пристосовуються до нового мультимедійного способу життя.

Таким чином, сьогодні очевидно, що учасниками інтерв'ю стають не тільки фахівці, експерти, чиновники і люди, які мають владні повноваження, а й прості громадяни. Не менш важливим представляється в сучасних умовах і розширення тематичних рамок жанру. Питають кого завгодно і про що завгодно звичні канонічні жанрові рамки використання інтерв'ю розсуваються. Воно стає не просто інструментом журналістської творчості і не тільки в інформаційних програмах і передачах, а й активним структуроутворюючим елементом інформаційної аналітики і художньої

публіцистики, не кажучи вже про такий вид мовлення нинішніх електронних ЗМІ як ігрові передачі і ток-шоу.

В контексті подібних процесів, що відбуваються в світових мас-медіа, більш адекватної реальному стану справ виглядає точка зору авторів підручника «Радіожурналістика», що трактують інтерв'ю як «комунікативний акт між співрозмовником, журналістом і слухачем. Його мета – отримання актуальної, цікавої інформації від компетентної, обізнаної людини [6, с. 44].

З одного боку, очевидно, що інтерв'ю – найбільш драматургічно вигідний метод подачі інформації для читачів, глядачів, слухачів. Він дозволяє загострювати сприйняття аудиторії, розставляти необхідні акценти, направляти увагу на ті відомості і факти, які журналістів важає найбільш значущими. З іншого боку, деяка депрофесіоналізація представників журналістського цеху в зв'язку зі зростанням числа тих, хто трудиться в ЗМІ, деколи приводить до ілюзії, що інтерв'ю – найлегший і простий метод отримання та подачі інформації.

Сьогодні немає такої програми або передачі в електронних ЗМІ, де в тому чи іншому вигляді не використовувалося б інтерв'ю як спосіб отримання необхідних відомостей, цифр, фактів. Виняток становлять, мабуть, тільки випуски новин на радіо. Схожі процеси відбуваються і в друкованій пресі. Деякі видання, наприклад журнал «Інтерв'ю», майже повністю складаються із розгорнутих інтерв'ю з VIP-персонами. Щоденні національні і місцеві газети публікують, як правило, в кожному номері кілька інтерв'ю.

При всій нинішній популярності жанру інтерв'ю в друкованих та електронних ЗМІ, його тематична і персональна різноманітність визначається двома генеральними типами, перший можна позначити як інтерв'ю в зв'язку з подією, проблемою, фактом. Воно, як правило, носить конкретний характер, має інформаційний привід і тематично орієнтовано. Найбільш характерними прикладами тут є інтерв'ю офіційних осіб і відповідальних чиновників з питань суспільно-політичного життя та соціально-економічного розвитку. Другий тип

інтерв'ю не носить характер конкретно-спрямованого на подію, проблему або факт характеру. Його можна було б позначити як інтерв'ю ні про що. В даному випадку визначальними структурами бесіди факторами є: особистість інтерв'юваної особи, баланс ступеня абстрактності й конкретності обговорюваних тем, їх позачасовий характер. Можна сказати що в такій ситуації розмова зі знаменитою і популярною особистістю будується як інтерв'ю про сенс життя, де біографічні подробиці учасника діалогу дають поштовх до більш широким і узагальнюючих висновків. Тут найголовніше – співрозмовник, його думка [7, с. 78].

Різниця двох генеральних типів інтерв'ю в нинішній журналістській практиці відбувається по лінії визначення мети. В першому випадку інтерв'ю конкретно направлено на отримання інформації, що і є його метою. У другому випадку метою і сенсом інтерв'ю є сам факт розмови з людиною, лідером думки, чиї судження в силу популярності і популярності їх автора можуть бути цікаві читацькій, слухацькій або глядацькій аудиторії. Але в обох типах інтерв'ю структуроутворюючим елементом даного жанру журналістської творчості стають: наявність запитуваної і відповідаючої персон, ситуативна послідовність запитань і одержуваних відповідей, що має завершений характер.

Ці інтегруючі ознаки і дозволяють говорити про інтерв'ю як про один з найпоширеніших способів отримання інформації, як про вид спілкування людей, що володіє певними закономірностями, як про професійний метод журналіста.

Окрім цього варто відмітити, що на сьогодні досить популярним є саме вид спортивного інтерв'ю, яке має свої умови формування і головні особливості проведення, адже саме спорт є важливою сферою соціального розвитку населення, а саме молодого покоління, відносно цього нижче на основі вивчення і узагальнення відповідних наукових джерел визначимо основні умови і види спортивного інтерв'ю, як важливого аспекту розвитку сучасної журналістики.

1.3. Умови створення та види спортивного інтерв'ю.

Як відомо, інтерв'ю вважається одним з основних інформаційних жанрів в журналістській діяльності. Однак, як уже говорилося вище, воно активно використовується в практиці електронних ЗМІ, зокрема, в структурі інформаційно-аналітичних і художньо-публіцистичних програмах. В даному розділі інтерв'ю розглядається як вид журналістської творчості переважно в контексті інформаційного мовлення або інформаційних жанрів, в тому числі, друкованої преси.

Необхідність в інтерв'ю (це отримання компетентної думки, судження або коментаря) виникає тоді, коли надбанням гласності стають нові відомості, факти, проблеми, раніше невідомі суспільству. Журналісти видобувають інформацію для газет, журналів, інформаційних агентств, радіо-і телепередач. Вона надходить в обробку і готується у вигляді відповідних матеріалів для публікації або розміщення в ефірі. При підготовці матеріалів для друку або ефіру, як правило, використовуються різні типи і види інтерв'ю. У більшості випадків вони не виходять за межі інформаційного жанру. Це – ідеальна модель використання інтерв'ю як методу професійної роботи журналіста на практиці.

Окрім того потрібно сказати, що електронні ЗМІ в масових спортивних комунікаціях (радіо, телебачення, інтернет-ЗМІ) мають на сьогодні значний набір власних характеристик і функціональних особливостей. В системі регіональних мас-медіа інтерв'ю продовжує залишатися найбільш масовим і широкодоступним засобом інформування різних верств населення. Проте відсутність спеціалізованих спортивних радіостанцій сьогодні компенсується великою кількістю спортивних радіопрограм, які здатні познайомити радіослухача як з короткою, так і з більш докладною інформацією зі світу спорту, з поданням аналізу, оцінки актуальних спортивних подій, історико-значущих явищ, з відповідною інтерпретацією фактів [34, с. 97].

Але історично склалося, що жанром, найбільш підходящим не тільки для оперативного відображення спортивних подій, але і для наочного зображення

його ключових моментів, залишається репортаж. Саме репортаж дозволяє передати динаміку і напруження спортивних подій, донести до уболівальників емоції і хвилювання учасників змагань, розповісти про всі їхні перипетії. Найхарактернішою ознакою репортажу є ефект присутності – читач як би потрапляє на стадіон без квитка, бачить те, що не може побачити сам, представляє те, що відбувається і переживає його разом з журналістом.

До поширених видів спортивного інтерв'ю відносяться: інформаційне інтерв'ю, з очевидцями, інтерв'ю конфронтація, прес-конференція і інші, окремі з яких будуть розглянуті на прикладі практичних прикладів, отож, не будемо вдаватися до пояснень визначених видів, тому що вони були проаналізовані більш детально в попередніх підрозділах. Отож, формування всіх цих інтерв'ю загалом досягається рядом прийомів, а саме через: актуалізоване оповідання (в теперішньому часі); велика кількість деталей, що передають загальний емоційний фон; ритмічна фабульна послідовність подій; живі репліки учасників; нарешті – яскраво виражене «я» журналіста, «що відбивається і в загальному стилістичному тоні, і в доборі лексики, і в синтаксичному ладі, тощо. Отже, завдяки сильній особистій присутності журналіста, сучасне спортивне інтерв'ю – це не інформаційна доповідь, а побудоване на подієвій основі компетентне осмислення і найоперативніший коментар, який може доповнюватися ліричними відступами, навколоспортивними пристрастями, іншою супутньою інформацією. У такому випадку спортивний журналіст виступає не тільки як репортер, що дав присягу на вірність безумовній правді спортивних подій, але і як активний глядач, який любить спорт і вміє відчувати його красу.

Отож, розглянемо основні види спортивного інтерв'ю. Види інтерв'ю:

1. інформаційне інтерв'ю;
2. оперативне інтерв'ю;
3. інтерв'ю-розслідування;
4. інтерв'ю-портрет;

5. креативне інтерв'ю.

Інформаційне інтерв'ю являє собою найбільш ходовий націлений збір інформації для новин. Якщо мета інтерв'ю – отримати або уточнити інформацію про якусь подію, то інтерв'ю, швидше за все, буде інформаційним, і журналіст буде задавати питання інформаційного плану. Це означає, що потрібен співрозмовник, який не просто «щось про це знає», а саме та людина, яка володіє вичерпною інформацією і цікавить журналіста. Призначення інформаційного інтерв'ю – правдиво (з достовірного джерела) передати найбільш важливі відомості, всебічно, в найбільш значущих зовнішніх характеристиках, висвітлити будь-якої факт через думку конкретної людини. Повною мірою інтерв'ю буде інформаційним, якщо його зміст буде включати відповіді на питання «Хто? Що? Де? Коли? Як?». Для інформаційного інтерв'ю основним змістом є змістовно-фактажна інформація. Отримана від інтерв'юваного, вона повинна відповідати інформаційному приводу і формату ЗМІ. З точки зору інформативності важлива також характеристика інтерв'юера, що обґрунтовує його право виступати в якості джерела інформації.

Оперативне інтерв'ю – різновид інформаційного, тільки в ще більш стислому варіанті. Наприклад, в сюжет про спортивну подію включається висловлювання тренера про спортивні досягнення і про плани. Приміром футбольний тренер може говорити перед камерою довго, проте в випуск новин з інтерв'ю увійде фрагмент на 20-40 секунд, а цитата буде чітко вписана в контекст сюжету. Такі оперативні висловлювання експертів, фахівців у якійсь галузі за досить конкретних приводів є обов'язковою складовою новинних матеріалів друку, інформаційних сюжетів радіо чи телебачення.

Портретне інтерв'ю. Якщо співрозмовник представляє для журналіста і для читачів інтерес як людина, як особистість, то репортер буде таким чином формулювати запитання, щоб розкрити характер людини, його життєві установки, інтереси. Якщо береться інтерв'ю у спортсмена чи будь-якого

творчого діяча – само собою зрозуміло, що журналіст повинен дізнатися про його досягнення, щоб підтримати розмову про його творчість.

Інтерв'ю-розслідування проводиться з метою глибокого вивчення якої-небудь події або проблеми. Однозначно, що не слід починати розмову зі з'ясування анкетних даних співрозмовника. Такі питання співрозмовнику, як правило, не цікаві, і він втратить до журналіста як до особистості будь-який інтерес. Якщо розмова вийшла цікавою, співрозмовник із задоволенням відповість і на анкетні питання. А ще журналіст повинен знати, коли вчасно поставити закриті питання, як сформулювати питання, щоб співрозмовник не відповідав односкладово, як себе вести при інтерв'ю, як повернути до себе співрозмовника. Важливо навіть те, в якій позі журналіст сидить як невербально реагує на репліки. Навіть якщо всі питання вже записані у вас в блокноті, завжди потрібно бути готовим до того, що інтерв'ю піде зовсім за іншим сценарієм і вам доведеться імпровізувати. Важливо навчитися вмінню слухати і чути свого респондента. Треба вміти почути цікаву думку, яку можна розвинути, продовжити. А для цього, можливо, доведеться на якийсь час відмовитися від питань, записаних в вашому блокноті, до них завжди можна повернутися і піти за думкою співрозмовника [6, с. 112].

За великим рахунком всі журналістські історії можна розділити на три типових. В основі першої лежать події, другі – предмети громадського обговорення, треті – особистість співрозмовника. Концептуальна їх відмінність полягає в тому, що історії першого типу розвиваються за законами часу, а принцип їх подачі – хронологічний; другого – за законами розуму, і в них принципове значення набувають логіка, дотримання її законам, зіставлення оцінок і доказів, причин і наслідків; історії третього типу, пов'язані з «людським фактором», розгортаються в інтуїтивно-імпровізаційній ключі. Звичайно, бувають історії змішаного плану, коли подія, наприклад, розглядається не тільки як послідовність будь-яких сюжетів, а й як ланцюжок причинно-наслідкових зв'язків.

У теорії журналістики поняття «інтерв'ю» прийнято розглядати в двох категоріях: як метод збору інформації і як жанр журналістської творчості. У першому випадку інтерв'ю являє собою інструмент збору відомостей за допомогою запитань-відповідей форми. У другому – тип журналістського твору з усталеними ознаками і структурою. Незважаючи на те, що в обох варіантах інтерв'ю характеризується як міжособистісний усний обмін інформацією з метою виникнення оригінальних відомостей, що задовольняють потребу суспільства в інформації, між вченими ведеться дискусія про жанрової класифікації інтерв'ю і загально визнаною на сьогоднішній момент немає.

Таким чином, ключовими умовами створення спортивного інтерв'ю є,

Ключові умови створення спортивного інтерв'ю

Докомунікативний	Комунікативний	Посткомунікативний
Визначення (разом з інтерв'юером) кола проблем проведеної розмови	Вітання, встановлення контакту	Аналіз інтерв'ю
Підготовка відповідей на прогнозовані питання	Відповіді на питання інтерв'юера	
Вивчення інформації про журналіста, з яким має відбутися зустріч	Прощання, подяка за увагу і за цікаві питання	

Деякі репортери порушують закони жанру, включають у формулювання питання свою особисту точку зору. У подібній ситуації треба намагатися донести до аудиторії те, що ви хотіли сказати, прокласти шлях до важливої для вас теми, а саме, на наш погляд, доцільно застосовувати наступні теоретико-методичні засади:

□ Не боятися виявляти ініціативу, навіть «розгорнути» бесіду в потрібному для напрямку.

- Не заперечувати в деталях помилкового твердження а намагатися доцільно перелічити правильні факти.
- Коли в перший раз згадуєте, наприклад, певну організацію – повідомити її повну назву. Після цього можна використовувати її аббревіатуру.
- Постаратися вимовити що-небудь, що запам'ятовується, а також характеризує особу як людину, не позбавленої почуття гумору і дотепності.
- Завершуючи інтерв'ю, слід подякувати за увагу.

Робота спортивного журналіста своєрідна: потрібно знати дуже багато чого з того, на що звичайний журналіст часто навіть не звертає уваги. Наприклад, спортивний журналіст обов'язково повинен знати кличку боксера. У коментарях з рингу, на якому зустрічаються професіонали, досить часто у відповідності зі сформованою традицією називають не ім'я і прізвище, а саме кличку.

Спортивний журналіст повинен бути обізнаний про сучасні тенденції в розвитку масових фізкультури і спорту в тій чи іншій країні адже спорт в сучасному світі перетворився в потужну індустрію що стрімко розвивається, яка чинить все більш значущий вплив на розвиток й українського суспільства. Спортивна ж журналістика, перебуваючи в тісній зв'язці з індустрією спорту, вирішує сьогодні найважливіші економічні, а також політичні та соціальні завдання, пов'язані з репрезентацією спорту в масовій культурі. У сучасній Україні розвиток спортивних медіа носить вкрай нерівномірний характер. При наявності більшої кількості профільних ЗМІ, система підготовки професійних спортивних журналістів розвинена абсолютно недостатньо.

Отож, будь-який спортивний журналіст повинен бути в курсі всіх основних спортивних подій. Тим часом, дуже багато залежить від особистості самого журналіста, його інтересів і уподобань. На думку відомих авторів навчальних посібників з спортивної журналістики, Мельника Г. С. і Тепляшиної А. Н., діяльність людини включає в себе:

- 1) доцільність самої праці;

- 2) предмет праці, тобто то, на що спрямована ця діяльність;
- 3) інструменти, якими людина впливає на цей предмет [8, с. 58].

Отже, як було вже вище сказано в роботі, спортивне інтерв'ю дає найбільш можливість більш глибоко проаналізувати спортивні масштабні явища в світі спорту і виявити причинно-наслідкові зв'язки між ними, зробивши узагальнюючі і аргументовані висновки й спрогнозувавши варіанти розвитку ситуації. Звичайно, при цьому потрібно дотримуватися визначених правил, щоб інтерв'ю було вдалим і мало позитивний ефект. Таким чином, завдання, які стоять перед спортивним журналістом, вкрай рідко обмежуються тільки відображенням ходу змагань або підготовки до них. Важливе завдання – це ширше донести до аудиторії суть і сенс спортивного змагання з усіма його суперечностями, складнощами і драматизмом.

На сьогодні мережеві засоби масової інформації рядом показників випереджають традиційні, щохвилини розширюють свою цільову аудиторію, а в умовах прискореного темпу життя поступово стають пріоритетними і достатніми для все більшого числа людей. Цей процес є незворотнім, а це означає, що слід його досліджувати, й вивчити шляхи використання працівниками спортивних ЗМІ нових технологій в журналістиці. Плануючи чергове інтерв'ю, журналісти, як правило, багато уваги приділяють семантичній складовій своїх питань, їх змістовному наповненню. Дійсно, від того, що запитується у співрозмовника, багато в чому залежить те, що він відповість. Не менш важливим і стратегічно значущим компонентом інтерв'ю є правильно обрана послідовність запитань, яку має визначити журналіст ще до опитування і звісно дотримуватися всіх визначених теоретичних засад.

Створення якісного інтерв'ю забезпечується комплексом комунікативно-мовленнєвих умінь інтерв'юера. По-перше, це володіння технологією отримання інформації від людини в процесі інтерв'ю або бесіди. По-друге, вміння обробляти дані, отримані від інтерв'юйованого.

Отже, як бачимо процес проведення спортивного інтерв'ю має свою специфіку, яка була вище детально проаналізована. Відносно цього доцільно висвітлити основні особливості й щодо організації проведення спортивного інтерв'ю, надати приклади різних видів спортивного інтерв'ю з метою глибшого розкриття обраної теми роботи.

Висновок до 1 розділу

В процесі написання першого розділу дипломної роботи було визначено, що своїм походженням термін «інтерв'ю» зобов'язаний англійському слову «interview», що означає бесіда.

З'ясовано, що жанр інтерв'ю в журналістиці – це діалог репортера з однією людиною або декількома, що є цікавими для глядачів або читачів: це можуть бути очевидці подій, громадські діячі, вчені. Для інтерв'ю характерна нерівноцінність функцій співрозмовників, яких прийнято називати інтерв'юер і респондент. Проаналізувавши різні думки дослідників варто зазначити, щобільшість з них сходяться на думці, що інтерв'ю – це найпоширеніший спосіб отримання інформації. І дійсно, частіше за все журналіст отримує потрібні відомості не з паперових джерел, документів або інтернету, а від живої людини.

Доведено, що жанр інтерв'ю має необмежені можливості, недарма журналісти висловлюють таку точку зору щодо інтерв'ю: «Це можливість продемонструвати вищий пілотаж, природно не перетворюючи його в самоціль». В інтерв'ю виявляються характери і час, і навіть те, що не завжди можуть пояснити історики і філософи, отже жанр інтерв'ю – багатофункціональний.

В першому розділі дипломної роботи простежено трансформацію інтерв'ю від жанру до формату в електронних носіях. Також визначені основні моменти організації і проведення спортивного інтерв'ю, його важливість для суспільства.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ СТВОРЕННЯ СПОРТИВНОГО ІНТЕРВ'Ю

2.1. Організація проведення спортивного інтерв'ю.

Спортивна журналістика багато в чому схожа зі звичайною журналістикою, але є і своя специфіка. Журналісти, що спеціалізуються на темі спорту, як і їх колеги з інших напрямків, також працюють на телебаченні, радіо, в друкованих ЗМІ та на сучасних інтернет-ресурсах. Але одні мають дуже важливу вимогу: вони глибоко захоплені спортом, горять ним. В іншому випадку, можна дуже швидко охолонути по відношенню до того, що робиш. Так чим же саме займаються спортивні журналісти? І які особливості проведення спортивного інтерв'ю?

Отже, до головних особливостей організації проведення спортивного інтерв'ю потрібно віднести створення опитувального листа. Опитувальний лист – інструментарій, призначений для збору інформації у вигляді усних відповідей. У ньому на основі представлених в програмі дослідження гіпотез, цілей і завдань сформульовані питання, що відповідають тематиці дослідження.

Після створення опитувального листа здійснюються дії по організації і проведенню власне інтерв'ю, що передбачає визначення місця, часу опитування, з одного боку, і відповідну підготовленість, досвід інтерв'юера – зіншого. З огляду на особливий статус інтерв'юера як активного, діяльного, мобільного фахівця, який проводить розмову за певним планом, слід мати на увазі, що саме від якості його роботи, чуйності, терпимості і професіоналізму залежать й якість і надійність одержуваної інформації. Тому особливої уваги заслуговують особистість інтерв'юера, система технічних прийомів, що забезпечують чистоту процедури інтерв'ю і точність отримання даних. Так, мова йде про правила процедури інтерв'ю в найширшому сенсі

слова. Проведення інтерв'ю вимагає організаційної підготовки, що передбачає вибір місця і часу інтерв'ювання. Інтерв'ю може проводитися на дому (за місцем проживання) – це найбільш оптимальний варіант, оскільки сама обстановка розташовує до більш щирого спілкування, а респондент відчуває себе більш захищеним.

Робота самого інтерв'юера передбачає здійснення наступних цілей:

- налагодження контакту з респондентом;
- правильна постановка питань інтерв'ю;
- правильна фіксація відповідей.

Обстановка, в якій проходить інтерв'ю, повинна мати у своєму розпорядженні способи до проведення спокійної і відвертої розмови. Не можна проводити інтерв'ю в людних приміщеннях при сторонніх. Як зауважили фахівці, інтерв'ювання на дому має і мінус: сприймаючи інтерв'юера в якості гостя, респондент з ввічливості намагається говорити тільки приємне. Сприятлива обстановка для проведення інтерв'ю – ізольоване приміщення, відсутність третіх осіб і відволікаючих чинників. У несприятливій обстановці тривале інтерв'ю взагалі неможливо, а короткочасне, формалізоване – допустимо.

В інтерв'ю на вулиці рекомендується уникати інтерв'ювання в години пік; уникати занадто людних місць, але не «ловити» респондента в пустельному провулку. Досвід масових інтерв'ю говорить про те, що короткі (до 5–6 питань), актуалізовані інтерв'ю за жорсткою схемою дають надійний результат, якщо проводяться біля станції метро, на зупинках наземного транспорту до початку або але закінчення години пік.

У випадку зі спортивною журналістикою, величезним плюсом для успішного організування процесу інтерв'ю може послужити колишній досвід в тому чи іншому виді спорту. Однак, необхідно мати уявлення і про ремесло в цілому. Говорячи про професійні якості спортивного журналіста, слід згадати:

- уміння працювати з великими обсягами інформації (від пошуку, до обробки і якісного аналізу);
- грамотну письмову і усну мову;
- знання законодавства країни;
- відмінне розуміння спорту в цілому, або конкретних видів;
- загальна освіченість;
- знання іноземної мови.

До основних етапів проведення спортивного інтерв'ю належить:

Перший етап – встановлення першого контакту. Його мета – створити сприятливу атмосферу. Інтерв'юер представляє себе і свою організацію, знайомить респондента з метою дослідження, запитує у респондента дозволу поставити кілька запитань. Якщо людина здивована, звідки відоме прізвище і чому для інтерв'ю обраний саме він, інтерв'юер пояснює, що вибір був зроблений випадково і що якщо будуть опитувати лише бажаних, то інформація буде одноманітною. Інтерв'юер повинен постаратися створити довірчу атмосферу, сказати, що питання будуть простими, роз'яснити, що респондент може перервати бесіду в будь-який момент.

Другий етап – закріплення контакту і перші питання за планом інтерв'ю. На цьому етапі триває загальна розвідка. Як і в анкетних опитувань, загалом перші відомості є про одержані факти, журналісту потрібно підкреслити що отримана інформація дуже важлива, підкреслити можна фразами: «Дуже важливо, що Ви зараз сказали», «Ви маєте рацію», і т. д.

Третій етап – характеризує перехід до основних питань.

Четвертий етап – характеризує швидке відновлення контакту з клієнтом в разі його втрати, причини втрати можуть бути досить різними, а саме:

- респондент не має інформації, що потрібна або не може її згадувати, якщо є підозри про забудькуватість це слід наперед уточнити і задавати більш зрозуміліші питання;

• респондент не має бажання відповісти, він не розташований до відвертої розмови, тому в такому випадку слід поставити питання в не прямій тобто безособовій формі, а саме: «А як Ви вважаєте», «Що на Ваш погляд доцільно?».

П'ятий етап – це завершення інтерв'ю, що характеризується тим що бесіда підходить до кінця, при завершенні потрібно.

У сучасному світі, щоб стати іменитим спортивним журналістом, немає гострої потреби з відзнакою закінчувати філологічний факультет або факультет журналістики в одному з кращих вузів країни. Однак, ця професія підійде не кожному, і на те є цілий ряд причин. Один з тих факторів, що може стати вашим вхідним квитком в журналістику – це ваші особисті якості, ваш характер і природна чарівність. Отож, потрібно:

- красномовність, товарицькість;
- широкий кругозір і зацікавленість в навколишньому вас життя, спостережливість;
- пунктуальність і дисциплінованість;
- наполегливість і навіть впертість.

Що ж стосується самої організації інтерв'ю, то інтерв'юери повинні розуміти, що спілкування з опитуваним обумовлено ситуацією опитування. Умови повинні бути сприятливими для спокійної і зосередженої роботи респондента над питаннями. Для цього перш за все необхідно вибирати оптимальний час і місце для опитування. Ці фактори можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на опитування і його кінцеві результати. Рекомендується всіляко уникати відволікаючих моментів, стороннього шуму.

Не рекомендується проводити інтерв'ю в людних приміщеннях, при сторонніх людях, особливо по неоднозначним темами. Навіть мовчазна присутність під час інтерв'ю «третьої особи» (сусіда, товариша по службі, родича) впливає на зміст відповідей розпитуваних людини. Звичайно, при досягненні великого досвіду роботи можна виробити стратегію опитування і в несприятливих умовах, в ситуації і експромту, і швидкоплинного знайомства.

Існує досвід роботи відомих усних істориків, які віртуозно можуть розговорити людину з потрібних тем. Але їх манера, майже агресивно-наступальна, дещо схожа на діяльність журналіста.

Разом з тим треба завжди пам'ятати, що при інтерв'юванні існує небезпека впливу ведучого на зміст відповідей та оцінок. Помічено, що опитувані часто прагнуть «вгадати» бажану для інтерв'юера відповідь на поставлене запитання. Тому вони повинні бути стриманими в прояві власних реакцій на відповіді або поведінку інтерв'ююваного, не вступати в дискусію з ним з приводу його думки, не ставити запитань-підказок, а давати можливість думати. Інтерв'юер зобов'язаний звести до мінімуму вплив своїх оцінок і суджень на якість спогадів. Абсолютно неприпустимо в бесіді давати оцінки думок і дій респондента.

Слід пам'ятати, що й зовнішній вигляд інтерв'юера (одяг, зачіска, манера триматися, темп мови і т. п.) – одна з умов його сприятливого сприйняття. Найкраще дотримуватися класичного, нейтрального стилю. Також важлива просторова організація інтерв'ю, при цьому слід забезпечити конфіденційність розмови (спеціальне окреме приміщення). У деяких випадках інтерв'ю проводять удома. В цьому є переваги: вільна атмосфера, легко виникає взаємна довіра, легше проводити тривале інтерв'ю та ін. Однак тут є і мінуси: посилення установки респондента «догодити» інтерв'юеру (він знаходиться в позиції гостя), деяка втрата дослідником контролю над ситуацією опитування (його обмежує роль гостя). На фазі досягнення мети зміцнюється досягнутий контакт з респондентом. Тут важливо, щоб інтерв'юер постійно зберігав нейтральну позицію: чи не виявляв власного ставлення до предмету дослідження; не виказував подиву, згоди або несхвалення щодо висловлювань опитуваного.

Основним жезавданням на цьому етапі інтерв'ю є стимулювання активності опитуваного. У практиці існують різноманітні прийоми стимулювання активності (відповідей) респондента, наприклад.

- вираз згоди (уважний погляд, кивок, посмішка);

- використання коротких пауз;
- часткове незгоду;
- уточнення шляхом неправильного повторення сказаного;
- вказівка на протиріччя у відповідях;
- повторення останніх слів;
- вимога пояснень, додаткової інформації та ін.

Рекомендована тривалість інтерв'ю становить 20-40 хв. По завершенні інтерв'ю необхідно подякувати, в деяких випадках і вибачитися за занепокоєння. Не слід різко обривати розмову і відразу йти, так як людина може додати щось важливе після прощання.

Перед проведенням інтерв'ю необхідно подбати про вибір способу реєстрації даних. Це може бути:

- дослівний запис (конспектування);
- запис по пам'яті після завершення інтерв'ю;
- звукозапис (обов'язково сповістити респондента про це);
- відеозапис;
- кодування умовними знаками в підготовлених бланках.

Виділяються деякі загальні критерії ефективності інтерв'ю:

- повнота (широта) – інтерв'ю повинно дозволити опитуваному по можливості повно висвітлити різні аспекти обговорюваної проблеми;
- специфічність (конкретність) – в інтерв'ю повинні бути отримані точні відповіді по кожному значущому для опитуваного аспекту проблеми;
- глибина (особистісний сенс) – інтерв'ю зобов'язане виявити емоційний, когнітивний і ціннісний аспекти ставлення респондента до обговорюваної ситуації;
- особистісний контекст – інтерв'ю покликано виявити характеристики особистості опитуваного і його життєвого досвіду.

Отже, велике значення для успішного інтерв'ювання має й техніка ведення інтерв'юером бесіди: встановлювати тісний контакт з респондентом,

зацікавити його в щирій розмові, «активно» слухати, володіти навичками постановки і реєстрації відповідей, долати «опору» опитуваного. При цьому інтерв'юер повинен уникати нав'язування («підказування») опитуваній особі можливого варіанту відповіді і виключити суб'єктивне тлумачення його висловлювання. Труднощі проведення інтерв'ю пов'язані з підтриманням протягом всього часу бесіди необхідної глибини контакту з респондентом.

Отже, створення якісного спортивного інтерв'ю забезпечується комплексом комунікативно-мовленнєвих умінь інтерв'юера. По-перше, це володіння технологією отримання інформації від людини в процесі інтерв'ю або бесіди. По-друге, вміння обробляти дані, отримані від інтерв'юйованого. Ці важливі процеси потребують відповідної роботи і наполегливості від журналіста.

Таким чином, процес проведення спортивного інтерв'ю має свої виражені особливості, які були вище детально проаналізовані в процесі написання дипломної роботи. Відносно цього доцільно висвітлити основні особливості й щодо організації проведення спортивного інтерв'ю і надати приклади різних видів спортивного інтерв'ю з метою глибшого розкриття обраної теми роботи.

Важливий елемент мистецтва інтерв'ю – швидке відновлення контакту з респондентом в разі його втрати. Опитуваний може з яких-небудь причин відмовитися відповідати на питання або починає відповідати невпопад.

Причини втрати контакту можуть бути досить різноманітні, а саме, це:

а) Респондент не має потрібної інформації або не може згадати. Інтерв'юер повинен уточнити обстановку, до якої відносяться розглядувані ним події.

б) Опитуваний не зрозумів мету питання або характер очікуваної відповіді, не може сформулювати свою думку: треба перепитати те ж саме іншими словами.

в) Респондент не хоче відповідати тому, що не має бажання бути відвертими на цю тему, він не думає, що інтерв'юер правильно його зрозуміє і т.п. Слід поставити питання в непрямій тобто безособовій формі.

Отже, інтерв'ю – найпоширеніший метод отримання інформації, який застосовується журналістами у всіх країнах світу. Американські дослідники підрахували, що інтерв'ю «з'їдає» від 80 до 90% їх робочого часу. До загальноприйнятих у цій професійній діяльності відносять не менш важливі – спостереження і роботу з документами. Всі три пізнавальних методи реалізуються комплексно і за принципом додатковості в залежності від поставлених завдань є основним або допоміжним інструментом журналістського пошуку.

При цьому, як показала практика, інтерв'ю в якості контакту з «живим» джерелом частіше за інших методів дає матеріал для публікацій: використані при її підготовці документи не замінять «живих» людських свідчень. І спостереження у відриві від спілкування з людьми навряд чи дасть повноцінну картину, навіть якщо наповнить публікацію необхідними деталями. Розмова ж з компетентним співрозмовником може не тільки представляти інтерес з точки зору методу отримання відомостей, а й бути самоцінним як текст, жанр.

В силу таких своїх якостей, як пряма мова джерела, діалоговий режим передачі відомостей, можливість використання елементів драматургії, особлива легкість для читання і легкість сприйняття (динамізм і стислість періодів мови, звукова поліфонія), інтерв'ю вже давно увійшло в палітру журналістських жанрів. Використовується воно професіоналами як найбільш популярний формат друкованих ЗМІ, радіо- і телевізійних ефірів. Але, схоже, займають свою нішу і в нових, інтернет-ЗМІ.

Таким чином, метод інтерв'ю поширений в практиці міжособистісних комунікацій. Це один з видів діяльності, за допомогою якої здійснюється збір інформації журналістами. Інші приклади: співбесіда при прийомі на роботу; опитування пацієнта на прийомі у лікаря; службові переговори; допит для

з'ясування обставин судової справи; соціологічне анкетування; маркетингові опитування і т.д. – все це різновиди інтерв'ю в широкому сенсі слова. У процесі його проведення здійснюється збір інформації, в кожному разі для цілком конкретних ділових, професійних або особистих цілей.

Отже, журналістам доводиться ставити питання в різних ситуаціях, які залежать від самих різних, іноді і непередбачених обставин. Але частіше інтерв'ю проводяться в заздалегідь визначених місцях і в сформованих вже традиційних форматах (прес-конференції, вихід до представників преси, брифінги). Це диктується або самим ньюсмейкером, або інформаційною службою, яка є свого роду посередником в передачі інформації споживачеві. У ситуації з посередником не можна виключити випадки контролювання інформаційного потоку, зокрема приховування або дозування відомостей, особливо якщо мова йде про групи політичного або економічного впливу та пов'язаної з ними інформації.

Таким чином, нижче для більш глибокого розуміння обраної теми дослідження наведемо окремі приклади різних видів спортивного інтерв'ю.

2.2. Аналіз прикладів різних видів спортивного інтерв'ю.

Як було вище зазначено в дипломній роботі, інформаційний факт, подія нерідко потребують тлумачення і роз'яснення, тому в цьому випадку інтерв'ю – ефективна форма переконання. Оцінка і коментар авторитетної особи надає виступу велику силу переконливості, особливо це важливо в спорті, де обговорюються результати досягнень, аналізуються плюси і мінуси, а також обговорюються подальші перспективи спортивного розвитку.

Отже, спортивне інтерв'ю – це не прерогатива журналістики, а цілком самостійний метод отримання інформації. Відносно цього спортивне інтерв'ю має два основних значення, по-перше, воно позначає метод отримання, збору будь-яких відомостей (в тому числі і для засобів масової інформації) за

допомогою опитування, бесіди, тобто спілкування двох людей в живу по-друге, інтерв'ю розглядається і як жанр публіцистики.

Отже, прикладом інформаційного інтерв'ю є інтерв'ю з Жаном Беленюком, який є борцем із греко-римської боротьби. Отож, перше питання:

- *Ви почали займатися боротьбою в 2000 році, коли вам було дев'ять років. Як пройшло ваше дитинство? Чи був у вас час на звичайні дитячі веселоці та спілкування з однолітками?*

- *Моє досить безтурботне життя тривало і після того, як я почав займатися боротьбою. Я спочатку займався тільки три дні на тиждень, і мені вистачало часу і на навчання, і на погуляти у дворі з друзями.*

Питання: Спортивна кар'єра передбачає певні труднощі та емоційні навантаження. Які ви можете дати поради, як вистояти у стресових ситуаціях?

- *Залежить від людини. Деякі люди можуть долати цю напругу самотійно, деякі ні. Є спортсмени, які на тренуваннях показують дуже високий клас боротьби, а на змаганнях, через те, що не можуть психологічно налаштуватися, їх результати падають. Тому, якщо бачиш такого роду проблеми – треба спілкуватися з психологом, який може правильними методиками допомогти в цьому питанні. У мене є моменти, які мені допомагають, але я не думаю, що вони підійдуть будь-якій людині. Я сам себе налаштовую і сам з собою розмовляю. Це схоже на шизофренію. (Сміється).*

Питання: Чи є у вас якийсь особливий ритуал підготовки до змагання?

- *Ніяких ритуалів немає. Програєш або виграєш, після будь-якого виходу на килим, і не важливо, з якої ноги ти вийшов. Все залежить від того, що у тебе в голові. Якщо ти не готовий – з якої ноги не виходь, у тебе немає варіантів виграти [39].*

Цей вид інтерв'ю передбачає збір інформації, а саме ведеться розпитування. Якщо мета інтерв'ю – отримати або уточнити інформацію про якусь подію, то інтерв'ю, швидше за все, є інформаційним, як в цьому випадку,

аджетут задані питання інформаційного плану. Це свідчить про те, щоє співрозмовник, який не просто «щось про це знає», а саме та людина, яка володіє вичерпною інформацією і цікавить в даному випадку журналіста.

Ще один поширений приклад спортивного інтерв'ю – це інтерв'ю думок, отже для прикладу візьмемо інтерв'ю з міністром молоді і спорту України, що поділився своїми думками стосовно спортивних досягнень українських спортсменів, отож, серед поставлених йому питань, були такі:

- *Підходить до завершення спортивний рік, настає час підбивати підсумки. Які вони у пана міністра?*

- *2016-й пройшов під гаслами Олімпіади і Параолімпіади. Усі підсумки ми вже підбили на колегії міністерства. Виділю кілька ключових об'єктивних факторів, які вплинули на ситуацію і на відомий результат на Олімпіаді та Параолімпіаді. Ми прекрасно знаємо, що негативно позначається на розвитку спорту. Це хронічне недофінансування галузі протягом усіх 25 років незалежності. Це демографічна криза. У нас на 45 відсотків, або на 4,3 млн осіб – скоротилася кількість дітей у віці від 6 до 18 років. Було 9,5 мільйона, зараз трохи більше 5 мільйонів. Це теж суттєво впливає на дитячий, масовий спорт, на формування резерву для спорту вищих досягнень. Ми втратили важливу спортивну інфраструктуру в Криму і частково на Луганщині та Донеччині. У нас був добрий заділ ще з радянських часів, але і він вже вичерпався. Тобто на фундаменті минулого ми вже фізично не можемо будувати свої новітні досягнення в найближчому майбутньому.*

- *І які ваші першочергові завдання?*

- *Саме зараз готуємо концепцію підготовки до літніх Ігор-2020 у Токіо. Думаю, до кінця нинішнього року ми цю стратегію затвердимо. Проведемо відповідні експертні обговорення у федераціях, ФСТ, на місцях, де очікуємо отримати слушні пропозиції.*

- Чи є шанс в Україні у найближчому майбутньому виховати зірок спорту рівня Сергія Бубки, братів Кличків, Андрія Шевченка? Що маємо для цього зробити?

- Це філософське запитання. Уже в ньому самому є відповіді. У нас будуть і Бубки, будуть і Шевченки, і Біби, і нові Дерюгіни, Борзови... Україна – багата на таланти спортивна держава. Це – аксіома. Зрозуміло, що нині нам дуже нелегко. Але скажу так: якщо людина прагне займатися спортом, вона, попри всі обставини, знайде для цього час і можливості. Безперечно, країна має людині допомогти. Але, згадайте 90-ті роки. Хіба Шевченку чи Реброву було легко? І нинішній лідер «Динамо» Андрій Ярмоленко розпочинав свій шлях на Чернігівщині явно не в ідеальних умовах. І все ж хлопці стали справжніми спортивними зірками... А таланти у нас є, і ми будемо допомагати їм, як можемо.[34]

В основі даного інтерв'ю лежить тип інтерв'ю, в якому респондентом може бути як відома в світовому масштабі особистість, так і випадковий перехожий, які висловлюють свою думку з якогось важливого питання в нашому випадку інтерв'ю з міністром молоді і спорту України, що поділився своїми думками стосовно спортивних досягнень українських спортсменів.

Ще одним поширеним прикладом є спортивне інтерв'ю, а саме нестандартизоване інтерв'ю, в якому інтерв'юер попередньо пропонує лише тему бесіди, надаючи респонденту можливість висловлюватися вільно. Прикладом є інтерв'ю зі спортсменкою Нацгвардії Юлією Єлістратовою. Про триатлон, підготовку, боротьбу та умови тренування. Отож, серед питань, були:

- Як часто в триатлоні бувають драматичні та напружені фініші?
- В триатлоні часто хід гонки є непередбачуваним. Тому навіть будучи в прекрасній фізичній формі, не можеш бути впевненим у своєму результаті. Все через те, що дуже сильно міняються результати на кожному з етапів. Інколи результат закладається ще на першому етапі – плаванні, і все

залежить від того коли, ти стартував на велосипеді. Інколи приїжджають великою групою чи кількома малими.

- Чи можливо на плаванні та велосипеді зробити такий запас, що в бігу тебе не наздоженуть? І чи можна тільки завдяки бігу вигравати?

- Кожен із видів дуже важливий. Важливо добре зробити всі види. В моєму випадку є проблеми з плаванням, мені ніколи не вдавалось зразу піти у відрив. Але, зазвичай, сильні плавці не мають переваги. Самому дуже важко їхати на велосипеді. Коли ти в групі, то отримуєш перевагу. Буває, що утворюються невеликий відрив групи (3-8 людей), тоді їх шанси на перемогу чи призові місця збільшуються, навіть якщо біг не супер сильний. Але не все втрачено й у тих, хто приїхав пізніше, бо велика група може на бігу поглинути меншу. І тих, хто не дуже добре біжить, плавання і велосипед не врятовують.

- На скільки сильний акцент треба робити на плаванні під час тренувального процесу, враховуючи, що це дуже маленька частина від всієї дистанції?

- В олімпійському тріатлоні плавання має дуже багато значення. Я завжди приділяла йому більше часу ніж іншим, і продовжую так робити. У всіх людей є свої задатки та таланти. Плавання мені дається важче. А важливе воно тому, що формує групи на велосипедній дистанції. Часто буває, що сильні плавці добре їдуть і на велосипеді. Тому зацікавлена впливати з лідерами заради того, щоб бути в хорошій компанії на велосипеді.

- Як Ви готуєтесь до стартів?

- Роблю мінімум два види в день. Плюс інколи додається робота в залі. Частіше плавання зранку, велосипед в першій половині дня, а біг ввечері. Повного дня відпочинку в мене не буває. Якщо є відпочинок, то я тільки плаваю. Бувають тренування зв'язкою: зразу після велосипеда біг. Такі тренування зазвичай ввечері.[36]

В цьому типі інтерв'ю інтерв'юер попередньо пропонує лише тему бесіди, надаючи респонденту можливість висловлюватися вільно, в нашому

випадку є інтерв'ю зі спортсменкою Нацгвардії Юлією Єлістратовою мова є про триатлон, підготовку, боротьбу та умови тренування.

Ще одним прикладом є спортивне інтерв'ю з очевидцем спортивних подій. Візьмемо до прикладу інтерв'ю з фанатом ЦСКА Київ. Серед питань прозвучали наступні:

- *Привіт, розкажи, будь ласка, про себе. Скільки тобі років та чим займаєшся в повсякденному житті?*

- *Привіт. Мене звати Олег, мені 25 років. Я працюю в сервісному центрі, також працюю менеджером, по суті – дві роботи. Також у мене чимало домашніх обов'язків, оскільки у мене є молодша сестра, і відведення в школу і проведення вихідного дозвілля, в основному, на мені. Чимало й відповідальності по ОФ-справах, які забирають теж багато вільного часу.*

- *Який рух ти представляєш? Якщо можеш, розкажи про те, як ти в нього потрапив. Можливо, пам'ятаєш свій перший матч.*

- *Представляю я «ЦСКА» Київ, як потрапив, я казав якимось вже у двох попередніх інтерв'ю, не будемо повторюватися. Коротко: просто вибрав клуб і рух більш скромний на тлі «Динамо», побачив там більше перспектив для розвитку. До слова, було це в кінці 2007 року, з тих пір я активний учасник руху.*

- *До речі, які були стосунки у вас з іншими клубами до і після перемир'я? Як ви взагалі відреагували на пропозицію оголосити перемир'я?*

- *На рівні рухів ми майже ні з ким не дружили, до 2007-го їздили разом з «Динамо», але невеликими кількостями (хоча тоді нас було мало), ну і, зокрема, на постійній основі це було буквально чоловік 5, та і багато дуже міцно дружили до такої міри, що в період оголошення нам війни, вони перейшли до нас. Пізніше були спроби союзу з Харковом, які ми відкинули майже відразу. Особисті контакти у нас дуже обширні, і з рухами не тільки з СНД. На перемир'я ми відгукнулися не першими, але розуміючи всю ситуацію, звичайно ж «підписалися» під дану угоду.[35]*

Це інтерв'ю проводиться з безпосереднім свідком спортивної події. В цьому випадку репортер не заважає респонденту репліками і навідними питаннями, а дає як видно активну можливість висловитися.

Отже, в роботі проаналізовано найпоширеніші види спортивного інтерв'ю, кожне з яких має свої виражені особливості проведення, що були детально теоретично розглянуті в першому розділі роботи, отже, як висновок потрібно сказати, що у багатьох з представлених видів спортивного інтерв'ю (крім інформаційного)можуть використовуватися певні елементи коментаря, аналітики, публіцистики, нарису, замальовки, проблемної статті. Одним з провідних жанрів спортивної журналістики інтерв'ю робить як особистісну спрямованість, орієнтацію на суб'єкт. Будь-яке інтерв'ю з яскравим спортсменом, тренером, вболівальником, фахівцем може стати не тільки розмовою про спорт, а й перетворитися в психологічне дослідження, емоційну замальовку, представляє читачам наочний образ людини, яскраву біографію спортивної особистості.

Отже, поширеність і популярність жанру інтерв'ю пояснюється, крім його багатofункціональності і багатства різновидів, в чималому ступені також зовнішньою простотою і доступністю. Однак це в цілому оманливе враження в спортивній журналістиці посилюється ще специфікою сфери, в якій, крім докладних знань про інтерв'юйованого та предмет розмови, треба неодмінно враховувати особливості психології спортсменів.

При цьому в спортивній журналістиці як інтерв'ю, так і репортаж, часто включає в себе інтерв'ю як елемент композиційної побудови, де журналісти дрейфують до все більшої аналітичності та публіцистичності. У цьому позначається та безперечна обставина, що інформаційна специфічність властива спортивній журналістиці, зовсім не означає, що в ній не повинно бути глибини і виразності. Інформаційність не має на увазі поверховості або, скажімо, суворого документалізму.

Це тим більш актуально в сучасних умовах, коли спортивний уболівальник будь-яку потрібну йому інформацію про подію, оброблену і подану в самих різних аспектах, може оперативно знайти в інтернеті. Так що сухі інформаційні звіти про футбольні матчі, які з'являються на наступний ранок після гри або навіть через день, враховуючи пропуск неділі, просто втрачають сенс і не залучають читача.

Будь-яка спортивна подія містить в собі стільки неоднозначності і варіативності в своїй течії і розвитку, що для спортивного журналіста часто просто неможливо обмежитися – задовольнитися тільки констатацією фактів, вітчизняний лінгвіст Солганик Г. Я. сформулював своє бачення спортивного коментаря наступним чином: «Одна з головних завдань спортивної преси – передати суть, характер, драматизм боротьби. Це завдання, як і сам об'єкт, багатогранне, складне: потрібно показати подію в цілому, її учасників, глядачів, перипетії боротьби і т. п. Складність завдання зумовлює і різноманіття підходів і методів (аналіз, синтез, опис, розповідь, міркування, оцінка)» [21].

Отже, як висновок спеціалізація спортивного журналіста – це низка питань, які часто на наш погляд, не мають однозначних відповідей, а саме:

- «Скільки видів спорту повинен знати журналіст?»
- «Наскільки добре?», «Де слід зупинитися і чи можна зупинитися взагалі?»

Відносно цього важливим завданням, яке стоїть перед спортивним журналістом є донесення до аудиторії суті і сенсу спортивного змагання з усіма його суперечностями, складнощами, моральними уроками, драматизмом.

Отож, як видно на сьогодні є присутня мобільність що пов'язана з такою особливістю спортивної журналістики, як підвищена оперативність. Оскільки сучасний спорт дуже динамічний і живе одним днем, сьогоднішнім, журналістика повинна встигати за численними спортивними подіями – звідси квапливість, прискорене створення тексту прямо в номер. Відкриваючи газету, як правило, на наступний день після події, читач хоче уточнити факти, звірити

свої враження з думкою фахівця і обов'язково більше дізнатися про спортсмена, про те, що він за людина, як вдалося йому досягти успіху.

У спортсмена життя розписане по годинах, у спортивного журналіста теж. У цій ситуації спортсмен від журналіста відрізняється тільки тим, що його вік в цьому статусі короткий. Спортивний журналіст, прив'язаний до своєї професії, може відчувати цей напружений графік протягом усього життя. Перед початком кожного року спортивні федерації з видів спорту становлять календар змагань, розписуючи час і місце проведення турнірів і матчів.

Таким чином, проаналізовані поширені види спортивних інтерв'ю дають можливість сказати, що спортивному журналісту, щоб проаналізувати ситуацію в конкретному матчі або ж змаганні, підтвердити свої думки фактами, доводиться оперувати цифрами. Наприклад, у футболі ведеться не тільки підрахунок голів, але і фіксується кількість фолів, жовтих і червоних карток у команд, число офсайдів, поданих кутових, нанесених ударів в бік або створ воріт, кількість влучень в штанги і перекладини, фіксується відсоток і час володіння м'ячем суперників, число замін, кількість хвилин, проведених тим чи іншим футболістом на полі і вся його особиста статистика. Всі ці цифри сьогодні служать помітною підмогою в оцінці поединку та ігри конкретних виконавців на футбольному полі.

Одним з важливих критеріїв професіоналізму в спортивній журналістиці є вимога об'єктивності і неупередженості. Його важливість і актуальність що пов'язані з тим, що спортивними журналістами часто стають колишні спортсмени, тренери і вболівальники. Отже, в редакції приходять люди не з вакууму, а з уже сформованими вподобаннями, поглядами, думками – абсолютно суб'єктивними. Часто вони складаються в будь-якому спортивному товаристві, пов'язані дружніми і діловими зв'язками з представниками спортивного бізнесу або просто з дитинства мають улюблену команду.

Деяким компромісним варіантом для організації спілкування журналістів і спортсменів є існуючі на багатьох спортивних об'єктах мікст-зони (змішані

зони) – винахід, що полегшує (але при цьому і регламентує) спілкування журналіста зі спортсменами. Це чітко встановлені (і, як правило, обгороджені) місця, в яких журналісти можуть без перешкод або посередників поспілкуватися зі спортсменами, в тому випадку, якщо ті згодні на спілкування і готові до нього.

Отже, як вище було зазначено в роботі, в основі журналістської діяльності лежить комунікативна діяльність, яка здійснюється у формі діалогу і монологу. Отож, в останні роки інтерв'ю стало щоденним явищем в нашій пресі. Інтерв'ю стають набагато змістовніші, різноманітніше за тематикою і за формою. Зріс інтерес до думки конкретної особистості і до самої особистості.

Інтерв'ю дозволяє інформувати громадськість про значну подію, важливому починанні, привернути увагу до актуальної проблеми, дізнатися авторитетну думку з того чи іншого істотного питання. Інформаційний факт, подія нерідко потребують тлумачення і роз'яснення, тому в цьому випадку інтерв'ю – ефективна форма переконання. Оцінка і коментар авторитетної особи надає виступу газети велику силу переконливості.

Отож, визначена жанрова різноманітність інформаційних з спілкувань грає в даному випадку ключову роль, оскільки допомагає споживачеві отримати всебічну і повну картину того, що відбувається, визначити ключову значимість будь-яких явищ, перспективи розвитку і т.п. Основне завдання інформаційних жанрів – фіксація, в основному, зовнішніх особливостей явища, отримання досить коротких і поверхневих відомостей про нього. Такі відомості журналісти прагнуть отримати якомога швидше, оскільки оперативність інформування аудиторії є першочерговим завданням ЗМІ.

Провідні засоби масової інформації спрямовані не тільки на інформування населення, а й формування громадської думки, поглядів, переконань, принципів в певному державою форматі. З допомогою каналів масової інформації громадянин отримує відомості про події, які відбуваються на міжнародній арені, також і про розгортаються політичних і військових

конфліктах. Саме засоби масової інформації готують основу для реалізації конкретних політичних дій, будучи при цьому не тільки механізмом розгляду та обробки інформації, а й фундаментом в прийнятті багатьох рішень.

Висновок до 2 розділу

В процесі написання другого розділу роботи було з'ясовано ряд умов, за яких має відбуватися інтерв'ю. Вони повинні бути сприятливими для спокійної і зосередженої роботи респондента над питаннями. Для цього перш за все необхідно вибирати оптимальний час і місце для опитування. Ці фактори можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на опитування і його кінцеві результати. Рекомендується всіляко уникати відволікаючих моментів, стороннього шуму.

Відзначено, що не рекомендується проводити інтерв'ю в людних приміщеннях, при сторонніх людях. Адже навіть мовчазна присутність під час інтерв'ю «третьої особи» (сусіда, товариша, родича) впливає на зміст відповідей. Разом з тим визначено, що треба завжди пам'ятати, що при інтерв'юванні існує небезпека впливу ведучого на зміст відповідей та оцінок.

Помічено, що в опитуванні часто прагнуть «вгадати» бажану для інтерв'юера відповідь на поставлене запитання. Тому вони повинні бути стриманими в прояві власних реакцій на відповіді або поведінку інтерв'юйованого, не вступати в дискусію з ним з приводу його думки, не ставити запитань-підказок, а давати можливість думати. Досліджено, що у професійно вдалому інтерв'ю респондент виступає не як «піддослідний» індивід, а як рівноправний інтерв'юеру співрозмовник.

Проаналізовано різні приклади інтерв'ю. це допомогло детальніше з'ясувати специфіку їх видів.

РОЗДІЛ 3

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ: ІНТЕРВ'Ю ІЗ ГРАВЦЕМ 2 ЛІГИ УКРАЇНИ З ФУТБОЛУ, ЦЕНТРАЛЬНИМ ПІВЗАХИСНИКОМ КОМАНДИ «РЕАЛ ФАРМА» ОЛЕКСАНДРОМ КОСЯЧЕНКО.

(Зустріч з Олександром відбувалася в кав'ярні «Кофеїн» в Одесі)

Юлія: *(сміється)* Все, ти допив свою каву, тепер можемо говорити?

Олександр: *Так, так.*

Юлія: *Ще раз привіт, Саша. Ми з тобою знайомі вже досить давно, не міг би ти сказати декілька слів для наших читачів, щоб привітатися?*

Олександр: *Так, так... Добрий день, Мене звати Косяченко Олександр, я гравець футбольного клубу «Реал Фарма» другої ліги чемпіонату України.*

Юлія: *Так, добре. Давай тепер, щоб трішки розрядити атмосферу і зняти наше напруження (хоча його і не має), але так, щоб порозважатися, зіграємо в гру «Бліц». Тиготовий?*

Олександр: *Так, звісно...*

Юлія: *Отже, я називаю два варіанти відповідей, а ти обираєш для себе те, що тобі ближче. Головне правило – не обдумувати відповідь. Домовились?*

Олександр: *Так, так...*

Юлія: *І так:*

В дитинстві: перегляд улюбленого мультфільму чи футбольного матчу?

Олександр: *футбольного матчу.*

Юлія: *А зараз: читання улюбленої книги чи перегляд футболу?*

Олександр: *в залежності від настрою.*

Юлія: *треба вибрати щосьодне .*

Олександр: *Футбол.*

Юлія: *Ліонель Мессі чи Кріштіану Роналду?*

Олександр: *Без варіантів – Кріштіану Роналду.*

Юлія: *На що ти радше витратиш гроші: поїздки в Буковель чи на матч Збірної України?*

Олександр: *На матч Збірної України?*

Юлія: *Олександр Зінченкочи Руслан Малиновський?*

Олександр: *Руслан Малиновський.*

Юлія: *Вечіром: чашка кави чи чаю?*

Олександр: *Також в залежності від настрою.*

Юлія: *(сміється) так, Олександр, обираємо щось одне.*

Олександр: *Правильніше – чаю.*

Юлія: *З близькими друзями: гра в шахи чи PlayStation?*

Олександр: *PlayStation. (сміється). В шахи теж добре.*

Юлія: *Тренер збірної України: Михайло Фоменко чи Андрій Шевченко?*

Олександр: *Андрій Шевченко.*

Юлія: *А тепер розкажи, будь ласка, як з'явилася мрія стати футболістом і коли вона з'явилася?*

Олександр: *Ну... точно я не пам'ятаю, це було в ранньому дитинстві, років, можливо, до 10 (в 9, 10, 11 – отак). І тоді я зрозумів, граючи ще на «Шкіряний м'яч» в селі в себе, за школу. (було таке змагання «Шкіряний м'яч»), я дивився з батьком футбол і зрозумів, що є така професія. Тоді я загорівся і захотів стати професійним футболістом.*

Юлія: *Тааак, але ж ти навчався в сільській школі, правильно? Тож що стало стартом твого футбольного шляху?*

Олександр: *Ну... я пам'ятаю, що ще в молодших класах почав говорити батькам, що хочу потрапити в якусь футбольну школу, тому що я розумів, що в селі я не зможу стати краще. І я вже в 5-7-х класах почав говорити батькам, щоб вони мене відправили в якусь спортивно-юнацьку школу. І після 7 класу мене мама з татом відправили в футбольний клуб ФК «Молодь» ДЮСШ.*

Юлія: *Чи легко тобі дався переїзд? Адже вдома завжди були поруч батьки, друзі. І тут – різко все змінилось: велике незнайоме місто. Як тобі вдалося переналаштуватися і пристосуватися?*

Олександр: *Ну, напевне, як тільки я захотів кудись переїхати, потрапити, я розумів, що буду «не вдома», але не розумів, що не буде поряд батьків. Але потім, як мене вже взяли, прийняли в футбольний клуб, в команду, то мені тренер пояснив, що в мене не буде часу багато на «просто погуляти». Були тренування, два рази в день. І тільки один день на вихідних можна було зайнятись своїми справами. І я так трішки начав думати був, чи не буду я сумувати, переживати. Ну потім я зрозумів, що це – моя мрія, і я поступово почав налаштовуватись.*

Юлія: *Чи були в тебе труднощі на перших тренуваннях в школі?*

Олександр: *(сміється) Ну... так. Немало... тому що в селі мене не навчали набивати м'яч, у мене не було такої техніки, яка потрібна була. Тому мені було тяжко. Для мене тоді були важкими фізичні навантаження, і мені доводилось нелегко. Але всеодно я не пропускав тренування, я знав, що приїхав сюди для цього, знав, що буде нелегко.*

Юлія: *Як склалися відносини з тренером?*

Олександр: *Нормально, просто він був таким, жорстким. Він з «радянської епохи», так би мовити. І жорсткі в нього методи були.*

Юлія: *А ці методи тобі допомагали якось потім? Ти звик до них?*

Олександр: *Так. Мене це загартовувало. Тренувався і ставав сильнішим.*

Юлія: *А в заявку на матч типотрапляв?*

Олександр: *Так, в чемпіонат України я потрапив, хоча бачив, що тренер не розраховував на мене. Але я своїми тренуваннями і зусиллям довів, що я можу і гідний того, щоб грати на чемпіонаті країни (грав в стартовому складі).*

Юлія: *Зрозуміло, що у футболістів менше часу на дозвілля. І ти вже це зазначав. Але от на психологічному рівні як ти себе почував в ситуації, от,*

наприклад, коли всі твої однолітки відпочивають на травневих вихідних чи то на весняних, осінніх канікулах, чи були вони у тебе?

Олександр: Так у нас вони були, але не так, як в інших (два тижні-три тижні). Десь тиждень нам давали на канікули, якщо в нас не було чемпіонатів або була якась пауза, то нас відпускали.

Юлія: Я знаю, що після навчання в спортивній школі ти переїхав до Києва. Як це сталося, чому?

Олександр: Це так. Одного разу, на зимових канікулах я поїхав до свого друга, він колись навчався зі мною в Полтаві, але переїхав у Київ. Я ще до цього думав, що хочу змінити щось і вже пора рухатись далі. І я хотів потрапити в якусь іншу команду. І так вийшло, що я знайшов в інтернеті і вийшов на тренера з Іспанської академії футболу, і пішов на перегляд, і мене взяли, і я залишився. Жив у свого друга, батьки мої теж погодились на це, поговорили зі мною. Я навчався там в звичайній школі, ходив як і всі діти. І кожен день їздив на тренування в Іспанську академію футболу.

Юлія: Тобто це не було як в Полтаві, адже в інтернаті ти мешкав в гуртожитку, там, в принципі, все було поруч і поле, і школа. А тут раптом велике місто з шаленим темпом життя. Як ти все встигав? Чи став ти себе відчувати більш самостійним?

Олександр: Так, я навіть не переймався через це. Я звик, я вже став більш самостійним: і до Полтави їздив сам, і по місту ходив. Ну, зрозуміло, що Київ – столиця наша – набагато більший. Всеодно, я звик, було незвично дещо, звик до метро, до «маршруток», тому що мені доводилось тільки півтори години їхати в одну сторону і назад. Максимум місяць – і я звик уже до всього: до школи, до цього темпу...

Юлія: А уроки, звичайні шкільні уроки, ти їх взагалі робив? Чи вони в тебе були на другому плані? Як ти взагалі закінчив своє навчання в школі, і чи не заважав тобі футбол здавати ЗНО?

Олександр: *(сміється)* Гарне питання! Ну... я не відкидав навчання, старався відвідувати, школу, хоча було важко, так як в Полтаві, там все було разом (ти прокинувся, 300 метрів пройти – і ти уже в своєму навчальному класі). А тут не так! Треба прокинутися і годину ще їхати до школи, потім назад – і на тренування. Було важко, але я все рівно ходив, бо розумів, що мені потрібно навчатися і отримувати знання, щоб здати іспити з ЗНО і потрапити в університет.

Юлія: *Так як же все таки твоє ЗНО, розкажи, будь-ласка. Коли ти встигав, наприклад, вчити обов'язкову українську мову і літературу, яку повинні були здати абсолютно всі, настільки я знаю. Коли ти це робив? Чи в тебе було все добре з української мови і літератури?*

Олександр: *Ні, щоб добре, я не можу сказати. Але в 11 класі я розумів, що ось-ось, скоро іспити. І, як мінімум, я старався ходити до школи, коли є українська мова, література і історія, так як я здавав ці предмети. Я скачав собі на телефон таку програму, там, де все було про українську мову, літературу. І тоді, коли я їздив на тренування, в мене було чимало часу, щоб почитати, я відкривав цю програму і читав, читав, читав...*

Юлія: *Тобто, я так розумію, ти це робив в «маршрутках», троллейбусах, між школою і тренуваннями?*

Олександр: *Так, напевне, я більше підготувався до ЗНО не в школі, а в троллейбусах, «маршрутках»...(сміється)*

Юлія: *І як, тобі вдалося? Ти склав іспити, здав ЗНО? Куди ти взагалі вступив, скажи нам будь-ласка?*

Олександр: *Так, все вийшло навіть краще, ніж я очікував, здав добре, батьки були в захваті. Я подав тільки в один університет (я його знав, мої друзі теж туди вступали). Це – Університет фізичного виховання і спорту України, склав там ще додаткові іспити, вступив на заочне навчання на бюджет.*

Юлія: *На бюджет. І будеш ти?*

Олександр: *Футбольним тренером.*

Юлія: *Це ти плануєш після завершення своєї футбольної кар'єри стати футболним тренером?*

Олександр: *Можливо, більш за все, що так. Хотілося б.*

Юлія: *А як твої батьки реагують і реагували на твоє бажання стати футболістом, адже тобі було всього 12 років, коли ти вже став самостійним, коли став дбати про себе, жити сам... Чи підтримували вони тебе в усьому?*

Олександр: *Так, підтримували, особливо мама. Тому що я їй кожен день казав: «Мамо, мамо, дуже хочу, будь-ласка, відправте мене, хоч куди-небудь», – і вона вже на тата «надавила», і тато знайшов мені футбольний клуб «Молодь». Вони розуміли, що це – моя мрія, тому зважились на це. Якось тато мені розповідав, що, коли вони відвезли мене на 1 вересня вже з речами в Полтаву і залишили там, і приїхали вже назад, то мама зайшла в кімнату, там було моє ліжко, яке я ще вранці не заправив, і вона побачила це, сіла на крісло і заплакала.*

Юлія: *І скільки років ти провів в Києві в команді, чи була в тебе ще якась команда, чи переходив ти кудись ще? Як потім змінилось твоє життя після вступу в університет?*

Олександр: *Ну я переїхав в 9 класі, мені було 15 років. Два роки я був в Іспанській академії, потім їздив на перегляди, але не вдавалось у мене... Потім я потрапив в ФК «Чайка» U-19, там був десь півроку. і десь до 17 років я був в Києві, потім потрапив в ФК «Барса» U-19 в Суми.*

Юлія: *Ти згадував, що їздив на перегляди до футбольного клубу. Куди? І ти сказав, що була поразка. Як цети сприйняв? Чи було тобі тяжко?*

Олександр: *Так, я був на перегляді в клубі ФК «Балкани» в Одесі. Це професійний клуб першої ліги України. Я був не один, нас було троє. Були ми там три тижні на перегляді. І так вийшло, що ми не підійшли. Напевне, були ще недосвідченими, мабуть не вистачило майстерності. Після цього ми повернулися в Київ. Там нам тренер запропонував потрапити на перегляд в*

команду U-19 в «Олімпік». Там було все добре, наче б то. Але в силу різних обставин мені не вдалося залишитись там. Тоді я був засмучений, з мамою розмовляв, вона мене заспокоювала. Через деякий час я зібрався і почав йти далі.

Юлія: Тож як ти потрапив в Суми? Ти сказав, це – ФК «Барса». Що це за команда і як ти туди потрапив?

Олександр: Коли я був без команди (вже я в «Чайці» побув, там теж не склалося) я був вдома і міркував, що робити. Якось я розмовляв зі своїм другом (ми з ним разом грали в Іспанській академії), він на той час грав в ФК «Барса». Він мене покликав і я приїхав в Суми, пройшов перегляд і залишився там.

Юлія: Що ти мені скажеш про Суми. Адже це набагато менше місто, ніж Київ, навіть менше, ніж Полтава. Ти відчув оцю велику різницю чи ні? Спосіб життя тобі подобався?

Олександр: Так, різниця дуже велика. Мені там було краще. Мені набридла метушня Києва, велика кількість людей. В Сумах було спокійніше все, тихіше, комфортніше.

Юлія: А в команді як в тебе склалися відносини?

Олександр: Добре. Я з хлопцями добре спілкувався. Ми разом знімали квартиру, жили вчотирьох. Було весело. В команді також в цілому було все добре, чого не можу сказати про результати...

Юлія: Я знаю, що в тебе були дужесерйозні травми, це тебе вибивало з колії?

Олександр: Так, трішки десь вибивало. Адже ти не можеш тренуватися, ти сам наодинці зі своїми думками, і ти не можеш нічого зробити з цим. Потім відновлювався і потихеньку старався вливатися, тренуватися, потихеньку повертав свою форму.

Юлія: І скільки ти пробув в Сумах?

Олександр: В Сумах я пробув півтора роки.

Юлія: І в який момент ти зрозумів, що треба знов у щось міняти?

Олександр: Я пройшов уже етап U-19 в «Барсі», пробув там один сезон. Коли скінчився чемпіонат, влітку я планував їхати кудись на перегляд. Але так трапилось, що в мене сталась травма. Я надірвав пах, тому я вибув місяця на два. Тому не зміг нікуди поїхати на перегляд влітку і мені довелось перенести перегляд на зиму. Мені було нелегко, але я щасливий, що поруч була кохана дівчина, вона була зі мною і дуже допомогла мені з цим впоратись. І вже взимку я тренувався, готувався, згодом потрапив в ФК «Реал Фарма». Це вже професійна футбольна команда. Для мене це був великий крок вперед. Я поїхав взимку вже на перегляд в Одесу. Він тривав близько місяця. Було все добре і, зрештою, я підписав свій перший професійний контракт.

Юлія: Які в тебе були емоції, коли ти підписував цей контракт?

Олександр: Спершу не розумів, але, коли вийшов вже з ним в руках, то був щасливий. Я розумів, що все добре, попри всі негаразди, які траплялися. Я розумів, що все тільки попереду.

Юлія: Карантин навесні. Як це все вплинуло на тебе, на команду взагалі. Матчі не були проведені, настільки я розумію. Як ви підтримували свою спортивну форму в ці обмеження, коли не можна було ні куди виходити? Чи в чотирьох стінах це можливо?

Олександр: Так, карантин – це окрема тема взагалі. Адже залишалось декілька днів до відновлення чемпіонату після зимової паузи. І вже залишалося кілька днів, щоб мені дебютувати. І «Бац»! Цей карантин. Все зачинили, не можна було виходити, тренувань – немає, всі вдома. Мені це було нелегко. Спочатку трішки бігав, нам пощастило, ми жили в готелі біля моря, я бігав по набережній, тренувався. Потім, коли вже навіть не можна було виходити, то займався в кімнаті, робив фізичні вправи, підтримував форму.

Юлія: Наразі тобі 20 років, ти уже змінив кілька місць проживання, декілька клубів, в тебе вже є досвід. Зараз, ким ти себе бачиш, наприклад, через 5 років? Ти уже в професійній команді, про що ти мрієш далі?

Олександр: Мрію далі розвиватися і через деякий час хотів би випробувати себе ще в кращій команді, потрапити ще вище, можливо, в першу лігу, а, можливо, в 25 років я вже буду грати в прем'єр-лізі України. Ніхто нічого не знає. Головне – віра!

Юлія: Сашко, я тобі дякую за інтерв'ю, було дуже цікаво з тобою поспілкуватися, дізнатися про старт твоєї футбольної кар'єри. Скажи, будь-ласка, побажання юним футболістам, яким 10-12 років, які лише починають свій футбольний шлях. От щоб ти їм зараз би сказав, які поради дав?

Олександр: Мені б хотілося, щоб мені хтось пораду дав, коли мені було 12 років. Напевно, наснаги, багато терпіння, бо це досить-досить нелегко, віри в себе, щоб весь час тренувались, ставали кращими. Тому що воно лише здається, що тобі 13, 14...це багато часу, ще я стану кращим. А воно так тільки здається. Потрібно кожного дня, кожну годину ставати краще, тренуватися, щоб в майбутньому потрапити в хорошу професійну команду.

Юлія: Було дуже цікаво з тобою поспілкуватися. Я бажаю тобі лише творчих успіхів у футболі. Я думаю, усі читачі нашого онлайн-журналу тобі цього бажають. Лише успіхів і нехай твої мрії здійснюються. Нехай ти станеш тим, ким бачиш себе через 5-10 років – лише кращим і сильнішим. Дякую!



*(На фото О.Косяченко
в формі «Реал Фарми»)*

ВИСНОВКИ

В процесі написання дипломної роботи було визначено поняття та особливості жанру інтерв'ю. Зокрема з'ясовано, що своїм походженням термін «інтерв'ю» зобов'язаний англійському слову «interview» – бесіда. Встановлено, що жанр інтерв'ю в журналістиці – це діалог репортера з однією людиною або декількома, що представляють інтерес для глядачів або читачів. Це можуть бути очевидці подій, громадські діячі, вчені.

З'ясовано природу трансформації інтерв'ю від жанру до формату в електронних засобах інформації. Визначено, що жанр інтерв'ю бере свій початок в ХІХ столітті. Саме тоді з'являються перші матеріали, оформлені у формі запитань і відповідей, закладаються основні риси, які характеризують інтерв'ю: певні типи питань, формули ввічливості, риторичні і стилістичні фігури і так далі. Згодом інтерв'ю, як жанр зазнало чимало змін, що стосуються стилістики, типології, характеру функціонування, що в значній мірі визначається соціальним контекстом.

У дипломній роботі досліджено умови створення та види спортивного інтерв'ю. Визначено наступні основні типи: інформаційне, оперативне, креативне, інтерв'ю-розслідування, інтерв'ю-портрет. З'ясовано, що відповідно до змістовної складової, інтерв'ю умовно можна розділити на 2 види: інтерв'ю-думку та інтерв'ю-повідомлення.

Визначено, що ключовими умовами створення спортивного інтерв'ю є: визначення (разом з інтерв'юером) кола проблем проведеної розмови, підготовка відповідей на прогнозовані питання, вивчення інформації про особу, з якою має відбутися зустріч.

В дипломній роботі проаналізовано різні сучасні приклади спортивного інтерв'ю. На основі аналізу зразків визначено особливості організації та проведення спортивного інтерв'ю. Зокрема з'ясовано, що для інтерв'ю

характерна нерівноцінність функцій співрозмовників, яких прийнято називати «інтерв'юер» і «респондент». Визначено, що інтерв'юер не вступає в активний діалог, не висловлює особистих суджень, оскільки його завданням є дати можливість висловитися. Журналіст повинен вміти розташувати до себе людину, а відповідно мати знання про психологію спілкування. Розговорити співрозмовника, залучити до дискусії, отримавши в результаті потрібний обсяг і відповідну якість інформації – ось головне завдання. Її реалізація неможлива без наявності базових знань з обговорюваного питання.

Визначено, що спортивний журналіст зобов'язаний бути компетентним в обговорюваній проблемі, ретельно готуватися до кожного інтерв'ю, і не тільки вивчати предмет майбутнього діалогу, а й вибудовувати план з урахуванням психологічних особливостей співрозмовника і нюансів ситуації. Лише такий продуманий і ретельний похід допоможе зробити інтерв'ю по-справжньому цікавим і успішним.

Спираючись на результати дослідження теоретичної бази, ми розробили власний інформаційний продукт – інтерв'ю із гравцем 2 ліги України з футболу Косяченко Олександром відповідно до вимог, що висувуються теорією створення спортивного інтерв'ю.

За останні роки інтерв'ю стало щоденним явищем в українських ЗМІ. Інтерв'ю стають набагато змістовнішими, різноманітнішими за тематикою і за формою. Особливо поширені вони на просторах інтернету. Багато спортивних журналістів (наприклад, Бебех Р., Вацко В.) створили свої ютуб-канали і зменшили до мінімуму роботу на телебаченні. Те ж саме стосується і Циганика І., який раніше успішно вів телепрограму «Про Футбол», а тепер розповідає про спортивні події у декількох своїх рубриках на ютуб-порталі.

Доведено, що жанр інтерв'ю постійно розвивається. Варто зазначити, що в наш час він став значно більше викликати цікавість в аудиторії. Про це свідчить статистика переглядів відео-інтерв'ю на ютуб каналах. Наприклад, інтерв'ю В. Вацка з Головним тренером збірної України – А. Шевченком за два

місяці зібрало 278 тис. переглядів. А відео з футболістом Д. Чершевим, яке розміщене на каналі Є. Савіна «Красава», за один рік набрало два мільйони переглядів.

З наведених вище даних можна зробити висновок, що саме інтернет розширює можливості спортивних журналістів. Адже лише за допомогою підручних засобів (наприклад, телефона), без дорогої техніки і камер можна взяти інтерв'ю в будь-який час, спонтанно і тим самим зафіксувати свіжі емоції після гри, поєдинку тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Айзенберг К. Футбол как глобальный феномен. Исторические перспективы / Кристиана Айзенберг // Логос. – 2006. – № 3. – С. 91– 103.
2. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні / І. М. Артамонова. // Лебідь. – 2009. – С. 416.
3. Бабарика С. Бей-беги. История английского футбола: публицистические очерки / С. Бабарика, И. Бойко, Д. Джулай. // Издательский Дом Украинский Медиа Холдинг». – 2010. – С. 100.
4. Баденхаузен К. Чому, пішовши зі спорту 8 років тому, Майкл Джордан заробляє більше, ніж раніше [Електронний ресурс] / К. Баденхаузен – Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.ru/ekonomikaopinion/lyudi/74731-biznes-maikladzhordana-prodolzhaet-rasti-hotyazavershil-kareru-uzhe>.
5. Белл Д. Соціальні рамки інформаційного суспільства / Д. Белл // – М.: Прогрес, 1986. – С. 330 – 342.
6. Березін В. М. Масова комунікація: сутність, канали, дії / В. М. Березін. // Рип-Холдинг. – 2003. – С. 174.
7. Беспалова А. Г. История мировой журналистики / А. Г. Беспалова. - Москва: Март, 2003. - 432 с.
8. Биховська І. М. Порт в сучасному світі: соціокультурний аналіз і соціальна практика / І. М. Биховська. // Культурологія: фундаментальні підстави прикладних досліджень. – 2010. – С. 640.
9. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. – Москва, 1991. – 125 с.
10. Бурдьє П. Програма для соціології спорту / П. Бурдьє. // «Адапт». – 1994. – С. 257–275.
11. Бурдьє П. Про телебачення та журналістику / П. Бурдьє. – Москва: Фонд: Прагматика культури, 2002. – 159 с.

12. Вартанова Е. Л. Медіаекономіка зарубіжних країн / Е. Л. Вартанова. – Москва: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
13. Вартанова Є. Л. Від людини соціальної – до людини медійної / Є. Л. Вартанова. // Медіа-Світ. – 2009. – С. 3–15.
14. Васильченко О. А. Еволюція норм та девіацій у сфері спорту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соц. наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» / Васильченко О. А. – Запоріжжя, 2006. – 16 с.
15. Вацко В. Шевченко – чи задоволений збіркою, методики Лобановського, натуралізація [Електронний ресурс] / В. Вацко – Режим доступу:
https://www.youtube.com/watch?v=cmOHp072DDE&ab_channel=%D0%92%D0%B0%D1%86%D0%BA%D0%BELive.
16. Вільний тлумачний словник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sum.in.ua/f/imidzh>.
17. Войтик Е. Медіа–простір спортивної комунікації: концептуальний підхід в розумінні суті / Е. Войтик. // Вісник СПб. ун–ту.. – 2014. – № 1. – С. 235–247.
18. Войтик Е. Спортивна інформація як поняття. Її роль в мас–медіа / Е. Войтик. // Вісник Хмельницького держ. ун-ту. – 2011. – №20. – С. 59–62.
19. Войтик Е. Спортивна медіакомунікація: проблематика структуризації / Е. Войтик. // Журналістський вісник. – 2012. – № 1. – С. 109 – 112.
20. Волова М. Створення іміджу спортсмена: [Електронний ресурс] / М. Волова // Міжнародний прес-клуб: PR- бібліотека і PR технології – Режим доступу: http://prclub.com/PR_Lib/PR_Rabots.shtml.
21. Воронков П. Спортивна журналістика як тип [Електронний ресурс] / П. Воронков – Режим доступу: [http:// zhumal.lib.ru/](http://zhumal.lib.ru/).

22. Гаврилюк О. Комунікативні стратегії і тактики спортивних коментарів / О. Гаврилюк. // «Young Scientist». – 2018. – № 11. – С. 308–314.
23. Галінський А. Алгебра спорту [Електронний ресурс] / А. Галінський – Режим доступу: <http://agalinsky.narod.ru/kumir/algebra.html>.
24. Гришина Т.А. Соціально-психологічний вплив інтернету як засобу масової комунікації на формування нової інформаційної культури особистості в Україні / Т. А. Гришина, І. В. Рибаківа // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2014. – №1–2. – С. 89–94.
25. Демченко В. Д. Комунікація без інформації, або Чи прийде «комунікаційне суспільство» на зміну «інформаційному»? / В. Д. Демченко. // Вісник Львів. ун-ту. – 2011. – № 34. – С. 4–9.
26. Демченко М. Бренд у сучасних медіа: принципи формування, просування та розвитку / М. Демченко // Зб. праць Науководослідного центру періодики. – Львів. № 2 . – С. 466–472.
27. Дмитровський О. Інтернет-радіо: минуле чи майбутнє? / О. Дмитровський // Вісник Львів. ун-ту. – 2012. № 33. – С. 53–58.
28. Дуцик Д. Євро-2012 як піар-катастрофа. Огляд німецької преси [Електронний ресурс] / Д. Дуцик. – 2012. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/6257>.
29. Житарюк В. Іван Боберський – спортивний журналіст / В. Житарюк // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – 2006. – №. 29. – С. 139–142.
30. Захаров В. В. Жанри радіо- і тележурналістики / В. В. Захаров. // ГОУ. – 2010. – С. 16.
31. Зверева В. Телевізійний спорт / В. Зверева. – 2006. – №3. – С. 63–75.
32. Здравомислов А. Г. Поле соціології в сучасному світі / А. Г. Здравомислов, 210. – 410 с
33. Іванов В. Журналістська етика / В. Іванов, В. Сердюк. – Київ: Вища школа, 2006. – 231 с.

34. Ігор Жданов, міністр молоді та спорту України Я вдячний спортсменам за кожну медаль [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-sports/2121563-igor-zdanov-ministr-molodi-ta-sportu-ukraini.html>.

35. Інтерв'ю з фанатом ЦСКА Київ [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <http://ultras.org.ua/01518.html>.

36. Інтерв'ю зі спортсменкою Нацгвардії Юлією Єлістратовою. Про триатлон, підготовку, боротьбу та умови тренування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ngu.gov.ua/ua/news/intervyu-zi-sportsmenkoju-nacgvardiyi-yuliyeyu-yelistratovoyu-pro-triatlon-pidgotovku-borotbu-ta>.

37. Колупаєва О. Мовна специфіка спортивних текстів в електронних змі (за матеріалами сайту football24.ua) / О. Колупаєва. // Філологічні науки – 2016. – № 42. – С. 245–249.

38. Корнеєв В. Структура тексту як чинник комунікації / В. Корнеєв. // Наукові записки Інституту журналістики. – 2000. – Т. 1. – С. 83-84.

39. Людина в спорті – це людина цілі. Інтерв'ю з жаном беленюком [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.coca-cola.ua/fun/coke-and-talk/ludina-v-sporti-ce-ludina-cili>.

40. Михайленко В. Специфіка організації та функціонування журналістського твору / В. Михайленко. // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – 2010. – № 39. – С. 11–15.

41. Савін Є. Черішев – про Кріштіану і Мессі / Черчесова / кар'єру тренера і дерев'яний туалет в селі [Електронний ресурс] / Є. Савін // Красава – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=5YpV5AYdVaU&ab_channel=%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%A1%D0%B0%D0%B2%D0%B0.

42. Сазонова Ю. Внутрішньожанрові типи інтерв'ю в спортивній клубній пресі (на прикладі журналу «Шахтёр») / Ю. Сазонова. // Держава та регіони. – 2013. – № 2. – С. 106–111.

43. Словник-довідник основних термінів і понять з теорії та методики фізичного виховання і спорту [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/335100344_Slovník-dovídník-osnovnĭh-terminiv-i-ponat-z-teorii-ta-metodiki-fizicnogo-vihovanna-i-sportu.

44. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті [Електронний ресурс] – Режим доступу: [dms.onu.edu.ua](https://dms.onu.edu.ua/download) download.

45. Циганик І. Збірна України. Майбутнє після рішення УЄФА. Ситуація в Динамо і Шахтарі. Єврокубки. [Електронний ресурс] / І. Циганик // Циганик LIVE. – 2020. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=L8r4LFW3CG0&ab_channel=FootballHub.

46. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер. – Київ: Центр Вільної Преси, 2014. – 358 с.