

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра періодичної преси

**БРОШУРА «Фанатська культура в Україні. Серія інтерв'ю про
психологічну та соціальну сторони захоплень»**

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студентки 4 курсу
спеціальності 061 – Журналістика
Валерії КАРБУШЕВОЇ

Науковий керівник:
асистент кафедри періодичної преси,
Анна МАДЕЙ

Київ – 2021

Зміст

Вступ	2
Захоплення та фанатська культура.....	4
Якою є фанатська культура зараз?.....	6
Чому це важливо для медіа?.....	8
Чому саме зараз?.....	9
Інтерв'ю із психологом	11
Інтерв'ю із фанаткою-героїнею медіа.....	16
Інтерв'ю із сім'єю фанатки.....	24
Висновок.....	29

Вступ



У час постійного колапсу інформаційних потоків через мережу інтернет та величезного суспільного впливу медіа, особливе значення починає мати породження такого інформаційного виміру — фанатська культура. Це явище є необхідним для вивчення, оскільки воно змінює та моделює сучасну аудиторію, впливає на суспільство загалом та якість життя окремих людей. При цьому, фанатська культура і сам процес захоплення, емоційної прив'язки до продукту медіа, відомої людини, заняття чи феномену, може бути як терапевтичним, так і шкідливим для психологічного стану фанатів.

Для того, аби повноцінно оцінити важливість фанатської культури в Україні і її соціально-психологічні наслідки, ми вирішили провести серію інтерв'ю, що демонструють проблему з різних боків. Героями стали

психолог, що розповіла про теоретичну базу сприйняття захоплення кожною особистістю; фанатка, що стала жертвою суперечливої репрезентації фанатської культури у медіа; сім'я, у якій донька-підліток знаходить психологічну підтримку у захопленні, коли не може самотужки впоратися зі стресом. Такі різні розповіді мають слугувати дороговказом для українських медіа та показувати, що варто звернути більше уваги на тему фанатської культури та висвітлювати цю тему із належною відповідальністю.

Проект має практичне значення, оскільки він мотивує ЗМІ окреслювати соціальну тему фанатської культури як серйозну частину сучасного суспільного життя. Медіа мають поширювати такі цінності як толерантність, прийняття, боротися зі стигмою та стереотипами. Оскільки фанатський рух має прямий вплив на добробут, самопочуття та якість дозвілля українців, медіа мають висвітлювати цю тему актуально, вичерпно та мати належний рівень підготовки. Такі вимоги мають бути стандартом поведінки та нормою, а неналежний, непрофесійний підхід має бути викоріненим. Таке ставлення є проявом поваги до аудиторії і виявом бажання ЗМІ слугувати людям, а не засуджувати їхні особливості.

Захоплення та фанатська культура:

Теоретичний погляд

На думку науковця Фускіліо, фанатська культура є прямим наслідком культу конс'юмеризму, або ж споживання контенту, який культивують у сучасному світі. Такий феномен є способом колективного переварювання контенту, який демонструють та популяризують медіа. У широкому сенсі, фанатську культуру можна схарактеризувати як поєднання власної особистості із певною ідеєю, течією чи продуктом. Таке утворення може виникнути як наслідок захоплення будь-чим: коміксом, музикою, грою, спортом, дією, відомою персоною.



Проте, за трактуванням Колмикової, помилкою є ототожнювати фанатів, що об'єднуються у фандоми, а тобто у субкультурні об'єднання за інтересами, із фанатиками — людьми, що страждають через надмірну прив'язаність та психологічну залежність від певного продукту чи

феномену. Фанати відчують сильний зв'язок із певним елементом поп-культури таким як книжки, фільми, комп'ютерні ігри, знаменитості, продукти ЗМІ та демонструють поглиблене занурення у світ цього продукту. Для фанатів такий продукт є захопленням, доповненням власного життя. У свою чергу, фанатики будують всю свою *особистість та людську ідентичність* навколо певного заняття чи продукту. Вони набувають відчуття власної причетності та значущості *лише* якщо мають зв'язок із об'єктом чи суб'єктом фанатизму.

Звичайні шанувальники певного продукту медіа, заняття чи особистості здатні існувати в межах установлених норм соціальної поведінки, бути частиною суспільства. Своєю чергою, фанатики ж ладні порушувати ці встановлені обмеження соціуму й часто демонструють девіантні тенденції поведінки або й зовсім чинять асоціальні речі.



За спостереженнями науковця Гіллса, високий рівень відданості та любові до продукту змушує фанатів створювати свої власні світи зі спрощеними соціальними правилами, які функціонують коштом афективної праці, а тобто певних ритуалів, що символізують фанатську діяльність. Перегляд улюбленого шоу щовечора, перевдягання у костюм персонажа коміксів, стримінг пісень, щоб підтримати артиста на діджитал-платформах — це все приклади такої праці. Дослідник Генрі Дженкінс вважає, що медіа історично грали ключову роль у здійсненні такої праці. Наприклад, медіа створювали об'єкти поклоніння, «культ телебачення», за допомогою таких відомих проєктів як британський флагман BBC «Доктор Хто», або ж американська космічна опера «Зоряний шлях».

Якою є фанатська культура зараз?

Через міжнародний доступ до мережі інтернет і популяризацію національної різноманітності як нової норми, сучасна фан-культура й захоплення як феноменом є сферою із максимальною. Одна із найпопулярніших платформ для фанатських інтеракцій під назвою Tumblr зробила актуальний список найпопулярніших фандомів за запитами станом на 2020 рік, що втілює всеосяжність фанатської культури зараз.

До першої п'ятірки списку ввійшли: гра для плей-стейшн Animal Crossing, мультсеріал «Всесвіт Стівена», європейський веб-серіал «wtFOCK», південнокорейський поп-гурт BTS та культова серія фільмів «Зоряні війни». Серед них особливою популярністю в Україні

відрізняється саме фандом групи BTS, що об'єднує молодь своєю музикою попри мовні кордони.



Українські фанати демонструють свою любов до BTS через особливий вид ритуалів: фан-проекти. До днів народження учасників гурту фанати винаймають рекламні банери на торговельний центрах, аби продемонструвати відеовітання для кумирів. Прихильники навіть винаймали ціле кафе, аби облаштувати його до цієї події та продавали каву у стаканчиках із зображенням улюблених зірок. Через таку прихильність, популярність гурту в Україні не змогли ігнорувати навіть світові бренди. Наприклад, мережа ресторанів швидкого харчування McDonald's у травні запустила спеціальне меню присвячене гурту, яке можна скуштувати і у вітчизняних закладах.

Чому це важливо для медіа?



Вивчення та прийняття фанатської культури є ключовим фактором для того, аби розуміти сучасну аудиторію та той вплив, що медіа може мати, коли реалізує її бажання чи регулює її діяльність. Українські медіа можуть застосувати знання про фандоми, силу захоплення та фанатську культуру для того, аби підтримувати виживання певного продукту на ринку за допомогою фанатської співпраці та колективної роботи над популяризацією об'єкту медіа. Про такий канадський досвід використання фанатської культури для потреб ЗМІ вказувала Янг.

Ба більше, медіа мають думати про власний вплив на фанатську культуру через глибину значення цього виду роботи з аудиторією для самих читачів, глядачів чи слухачів. Янг додала, що у західній медіасфері маркетологи

медіа називають фанатське захоплення «любовною історією», оскільки воно дає вплинути одночасно на три значущі параметри життя людини: ідентичність, турботу про власний стан та соціальний зв'язок. Якщо медіа будуть експлуатувати своє становище як рушійної сили, що впливає на ці характеристики, то це може негативно вплинути на становище цих параметрів і зашкодити аудиторії.

Чому саме зараз?

Зараз фанатська культура є особливо важливим феноменом через соціальне дистанціювання та недостатній контакт із фізичним оточенням у час пандемії COVID-19. За спостереженнями професора Пола Бута, люди обирають повернутися до старих захоплень та хобі, аби знову відчувати ностальгію і комфорт у часи великих соціальних змін. Фанатська культура як феномен та захоплення чимось загалом стає рятувальним колом і підтримкою, елементом людяності.



Через соціальні обмеження фандоми стають способом емоційної регуляції для їх членів через нові форми ритуалів: перегляд улюблених серіалів через стримінгові сервіси, спілкування про улюблене заняття на онлайн-форумах, гра у відеоігри та настільні ігри онлайн стають стратегіями для того, аби впоратися із проблемою постійного стресу. Ба більше, соціальні захоплення та фанатська культура допомагають зберігати інтерес до життя та бути соціально інвестованим.

От рут а чи Порят унок?

Психолог про вплив захоплення на стан людини

Погіршує стан, лікує, дає нове життя? Із психологічної точки зору, фанатська культура може стати катастрофою або ж порятунком, підсумовує спеціаліст.

Ставлення до захоплення у побуті може варіюватися від різко негативного до вкрай позитивного. Якщо пристрасть до малювання чи танців може викликати захват та овації, постери поп-ікон на стінах підліткової кімнати чи надмірна любов до комп'ютерних ігор можуть стати причиною для осуду та тавра «фанатизм». Психолог, гештальт-терапевт Світлана Марченко запевняє — справа не в самому захопленні, а в особливостях особистості кожної людини. Про відмінності типів людей з психологічної точки зору, загрози залежності та ситуації, коли хобі лікує — в інтерв'ю.



Психологія захоплення: Вплив типу особистості

— *Згідно із вашим досвідом та знаннями, яким чином захоплення впливає на психологічний стан людини? Воно може слугувати для його поліпшення?*

— Отже, питання звучить таким чином: як захоплення якимось предметом або заняттям впливає на психологічний стан людини й чи може це допомогти в проблемі? Тут потрібно звернути увагу на рівні організації особистості. Виділяють три такі рівні: невротичний, пограничний або нестабільний, і психотичний. Неможливо зрозуміти структуру характеру без розуміння відмінностей у структурі особистості.

— *Можете, будь ласка, більш детально пояснити особливості та відмінності цих типів?*

— Якщо говорити простою мовою, то невротичний рівень — це рівень умовного здоров'я. Людей, схильних до психозів (*прим. ред. розлад, коли реакція пацієнта на події відрізняється від умов реального світу*), розглядають як особистостей психотичного рівня. Вони зазвичай зафіксовані на ранній стадії розвитку на симбіотичній фазі (*прим. ред. фаза злиття дитини із мамою у перші півроку після народження*). Люди пограничного рівня зафіксовані на стадії сепарації або індивідуалізації, створення власної ідентичності без впливу батьків. Іншими словами, у них основна проблема в зоні прихильності і відділення від іншого, а тобто сепарації. У таких ситуаціях, захоплення може стати загрозою для

поліпшення стану через проблеми із відділенням реального світу від уявного.

- *А якщо у людини не виникають проблеми із відділенням власних переживань від реальності?*
- Якщо захоплення якимось предметом або заняттям розглядати в контексті невротичної особистості, яка добре контактує з реальністю, у якої немає проблем із залежністю або відділенням чи сепарацією, тоді захоплення природно може допомогти. Особливо, якщо це захоплення є чимось яскравим і важливим у житті людини. Дуже часто справжній інтерес може допомагати людині проходити складні моменти життя, дозволяти прикрашати складності. Воно навіть може стати улюбленою роботою, що лікує.

Коли захоплення переростає у залежність

- *А у яких випадках може виникнути загроза хворобливої залежності від захоплення люди?*
- Там, де наявний пограничний рівень організації особистості, сильне захоплення може набувати відтінку залежності. Такий тип характеризує постійна тривога, нестабільність, проблеми із контролюванням власних дій. І тоді ми можемо спостерігати такі феномени як трудоголізм, ігроманія, залежність від хімічних речовин, відхід від реальності в ту діяльність або фантазії про ту діяльність, яка є заспокійливою для людини. І на цьому етапі є певний ризик звернути людину ще більше в

зону цього сильного захоплення, через те, що вона і так може бути схильною до залежності від цієї діяльності.



- *А як зрозуміти, чи демонструє людина такий тип особистості?*
- Такі люди дуже часто скаржаться на те, що вони є рабами цієї діяльності, що вони не можуть без неї жити, що вони відчують страх або тривогу, якщо намагаються відійти від неї. Люди, які надто переймаються своїм тілом, можуть зробити таким захопленням спорт або дієти. У таких ситуаціях будь-який рух у зворотний бік розцінюється ними як щось небезпечне. Коли людина починає підраховувати калорії, коли вона не дозволяє собі з'їсти нічого зайвого, це може перерости в зону анорексії або булімії.



— *Тобто, підтримка нездорового захоплення для особистості і такої її типу може лише погіршити ситуацію?*

— Так, особливо якщо стимулювати це захоплення як щось, що може допомогти у вирішенні психологічної проблеми людини.

Позитивні варіанти впливу захоплення

— *Отже, наскільки я зрозуміла, все залежить від типу особистості і не можна сприймати питання про вплив захоплення поверхнево і як те, що є однаковим для всіх?*

— Так. Таким чином хочу сказати, що людині на невротичному рівні організації особистості захоплення якимось предметом або заняттям, способом життя може бути чимось корисним. У той самий час людині, що перебуває на прикордонному рівні організації особистості це може зашкодити й призвести ще до більшого посилення залежних звичок. Про особистості психотичного рівня не кажу через те, що це вже психіатрія. Там все працює зовсім інакше. Треба дивитися і діяти по ситуації, а не боятися захоплення як чогось однозначно поганого.

Роль медіа у психологічному підході до захоплення

— *А яке значення має підхід медіа до висвітлення теми певного захоплення? Чи може «погляд» медійників зашкодити?*

— Медіа завжди впливали на свідомість людей, тому ми зараз і маємо інформаційні війни: вони більш ефективні, ніж звичайні фізичні війни. Новини, інформація формує нас і наші погляди на життя, вони можуть створювати залежність, мати згубний вплив. Боротися в дорослому віці складно і майже неможливо. Людина сформувала своє світобачення, має свої принципи, цінності, погляди. Новина, яка підпадає під внутрішні категорії людини, стає її картиною світу, підтвердженням її реальності. Боротися можна, якщо на стадіях розвитку людина мала можливість самостійно робити висновки, зважувати, орієнтуватися, висловлювати свої думки й бути почутим, навіть якщо погляди не збігалися з думкою більшості. Тоді людина ставить під сумнів істини й не піддається згубному впливу медіа.

«Стереотип на стереотипі»

Погляд на захоплення з боку героїв Hromadske

Наразі українські медіа намагаютьься репрезентувати і різні молодіжні течії для зв'язку із підлітками. Чи доцільно вести мову про поп-гурт та сект і одночасно?

У березні 2021 року Hromadske випустило сюжет про захоплення українців під назвою «Що об'єднує Свідка Єгови, гурт BTS та Мунтяна? Все про фанатизм / #ОкАліна №14». У програмі довжиною у майже 15 хвилин коментарі адвокатів та колишніх учасників Свідків Єгови про вплив сект на людину сусідували із історіями школярок про любов до південнокорейського поп-гурту BTS.



За словами однієї з учасниць сюжету Мії, що розповіла про своє молодіжне захоплення, така програма не дала можливості учасникам висловитися, а посприяла культивуванню стереотипів про фанатів поп-культури. На її думку, захоплення сучасним артистом таким як BTS може стати важливою допомогою для молоді.

«Безліч фанатів хочуть на їхній концерт, опинитися там, аби не побачити їх та у мріях вийти за кумира, а щоб опинитися у великій сім'ї», — стверджує дівчина. Про власний досвід лікування через захоплення, спілкування з українськими медіа та поради щодо більш актуального висвітлення теми — в інтерв'ю із прихильницею популярного азійського гурту.

Власний досвід зцілення музикою

— З чого особистого досвіду, як захоплення може впливати на психологічний стан людини, яка є фанатом поп-культури?

— Як на мене, то необхідно свідомо добирати кумира. Я пишаюся тим, що є фанатом артиста, який несе позитив, щось гарне у цей світ через благодійність та його меседж. Коли ми слухаємо музику, ми відпочиваємо від світу, від власних проблем. Ми просто насолоджуємося і це зцілює, надихає на нові звершення, ми можемо покращувати своє життя через знайомство з однодумцями. Мій улюблений артист BTS надає мені таку можливість.



— А який твій власний досвід захоплення? Як воно вплинуло на тебе особисто?

— Особисто я є фанаткою корейської поп-культури і я не знаю, де я була б зараз без цього захоплення. Завдяки цьому захопленню я не лише поповнила плейлист новими артистами, а й стала захоплюватися корейською культурою загалом. Особливо на мене вплинув гурт BTS — вони дали мені підтримку, яку я ніде і ні від кого не отримувала раніше. Завдяки їхнім текстам пісень, позиції на рахунок благодійності я навчилася тому, як стати кращою людиною. На мене вплинуло те, що гурт є офіційним представником ООН, що популяризує тему любові до себе. До знайомства із гуртом в мене були проблеми з прийняттям себе, любов'ю до себе через комплекси та стан здоров'я. Разом з BTS я пройшла важкий етап життя, коли я не могла полюбити себе і своє відображення. Тепер я хочу досягати висот як і вони, покращувати своє

життя, йти за мрією. Я відчуваю обмін енергією між фанатом та артистом: ми допомагаємо їм любити себе, а вони — нам. Вони навчили мене йти проти системи, ризикувати, не боятися. Зараз я знову на важкому етапі — я маю знайти себе, визначити професію для майбутнього життя, але мені важко цього досягнути. На мене тиснуть батьки, суспільство, викладачі. Саме артист дає мені надію і віру в те, що хтось вірить у мене. Безліч фанатів хочуть на їхній концерт, опинитися там, аби не побачити їх та у мріях вийти заміж за кумира, а щоб опинитися у великій сім'ї.

— *Як ти вважаєш, чому саме BTS мають на тебе такий вплив?*

— Я думаю, що це через особисті історії учасників. Наприклад, мене особливо надихає один із членів колективу на ім'я Юнгі (прим. ред. *Мін Юнгі або ж Шуга — репер, продюсер, член корейського гурту у BTS*). У нього не вірили батьки, що я відчуваю на собі. Йому не вистачало грошей на їжу та на проїзд до студії. Він багато де підробляв і відчув багато хейту, але зараз він є одним із впливових світових артистів. Такий шлях змушує й мене не опускати руки, а йти до своєї мрії.



— А яким чином захоплення гурт ом вплинуло на т воє коло спілкування?

— Один із головних уроків BTS для мене — приклад того, що таке співпраця та дружба. Всі, хто захоплюється ними або працював із ними кажуть, що вони як брати. Так, на початку своєї кар’єри в них були негаразди, сварки, навіть бійки, але вони змогли пройти через це і навчилися любити та приймати один одного. Цей приклад я перейняла на особисте життя. В мене є найкраща подруга, яку я також зустріла завдяки гурту. У нас зараз постійні конфлікти, але ми дивимося на BTS та намагаємося рухатися далі й розвивати наші дружні стосунки.

Фанатська культура VS. Українське сприйняття

*— На т вою думку, як сприймают ь т аку фанат ську культ уру в Україні?
Який був досвід у т ебе?*

— Як на мене, все дуже залежить від людини. І справа навіть не у вікових рамках, а у мисленні, складі розуму. Молодь, покоління Z, відкрите та толерантне. Вони легко сприймають щось нове і ставляться чуйно до інших. Молодь, такі люди як я, інколи навіть потребують зв'язку із фанатською культурою й не можуть без цього жити, бо ми — діти соціальних мереж. У таких умовах неможливо не слідкувати за кимось онлайн, не бути прихильником когось. Старшому поколінню, на моєму досвіді, складно сприймають всі ці молодіжні течії. Мої батьки та родичі стверджують, що у їхні часи ніхто ні за ким так сильно не фанатів, тому для них це якась дикість. Іноді вони навіть висловлюються некоректно, ксенофобно жартують. Я чую расистські слова стосовно BTS, бо вони азіати. Це ненормально і це ранить.

— А як ти ставишся до репрезентації твого захоплення в українських медіа? Чи помічаєш такі самі обмеження та образливі речі?

— Як на мене, у медіа часто працюють люди, яким важко ставитися із прийняттям та розумінням до сучасної молоді. Можу сказати, що часто такі медіа як «1+1» використовують фанатську культуру для «хайпу», а тобто для привертання до себе уваги. Вони репрезентують тему так, як вигідно для них. Вони можуть щось недоговорювати, викривляти інформацію, навіть брехати про кпоп. У випусках «Сніданку з 1+1» багато сюжетів знімають на цю тему, але роблять дуже багато фактичних помилок. Щоб це покращити необхідно хоча б мати людей, які розбираються у темі та бажання розказати чесно, намагатися зрозуміти. Вони шукають інформацію на поверхні, а не занурюються у світ цього захоплення.

Фанат як гід: Досвід із Hromadske

— Я знаю, що ти якраз була такою людиною, що пояснює твоя онкологія фанатську культуру на власному досвіді у сюжеті Hromadske про фанатизм. Який у тебе був досвід?

— Попри усі негативні моменти, цей досвід був для мене корисним. Я багато чому навчилася та багато чого зрозуміла. Я потрапила туди через мою подругу, яка також захоплюється кпоп культурою. Ми хвилювалися, але хотіли використати цей шанс, аби розказати зсередини про наше захоплення для української аудиторії. Дуже рідко, коли дають слово саме нам, фанатам, аби висловити свої думки. Нам скинули питання за пару годин до програми і я одразу зрозуміла, що це щось не те. Нам говорили, що весь випуск буде про кпоп та BTS, але питання ніяк не розкривали цю тему зсередини. Там були такі питання як: «який найбільш божевільний вчинок ти б зробила, аби потрапити на концерт BTS?». Чесно, перше, що спало мені на думку — просто купити квиток, оскільки це вже велике звершення через популярність гурту, змагання. Я одразу зрозуміла, що вони сприймають гостей у негативному світлі й думають, що ми не фанати, а фанатики, хоча це не так. Знімальна команда була дуже професійною, з ними було легко, але дуже не сподобався момент, коли ведуча просила нас навчитися вітатися корейською і довго не могла вивчити потрібне слово. Це було не дуже гарно, на мою думку, оскільки склалося враження ніби вона не підготувалася до ефіру самостійно.

— А які були враження після виходу самої програми?

— Це було зовсім не те, чого всі очікували. Як на мене, то не дуже доречно робити одну програму про фанатів та фанатиків. Як можна ставити фанатів музики та фанатиків релігії на одне місце? Вони не вставили у випуск велику частину наших пояснень гарних сторін нашої фанатської культури: ми розповідали про благодійність, власний досвід. Я якраз відповіла на те питання про концерт тим, що у нас не прийнято і вважається некоректним порушувати особисті кордони та поводитися неадекватно. Вони проігнорували всі позитивні меседжі, але вставили частину, де ведуча запитувала у нас про сексуальні фантазії. Я взагалі не вважаю, що подібне питання є доречним. Натомість я лише отримала хейт у коментарях. Це було дуже образливо. Наші слова викривлювали так, як було вигідно для медіа, а не так, як було насправді. Нас також попросила заспівати та станцювати на камеру. Я не розумію, навіщо це було потрібно. Мені було некомфортно. Я більше не хочу подібного досвіду у своєму житті. Як на мене, вони не впоралися з тою задачею розповісти відверто та повноцінно про світ кпоп, яку вони ставили. Сподіваюся, у майбутньому медіа спробують бути більш толерантними та чуйними до власної молоді аудиторії, а не повторять ситуацію, коли розповідь про фанатів це стереотип на стереотипі.

«Захоплення рятує нашу дитину»

«Сімейна» розмова про порятунок через хобі

«Наді мною знуцаються однолітки, але я й досі борюся із труднощами через свої захоплення, а не здаюся», — школярка про власний досвід психологічного зцілення.

Наразі випускні іспити є одним із головних збудників стресу для школярів старшого віку. Щороку у новинах повідомляють про нещасні випадки під час тестувань через надмірні переживання та навіть ситуації, коли діти вирішували перестати боротися і закінчували життя самогубством. Випускниця Ліза стверджує — у таких випадках захоплення це спосіб втриматися на плаву. Батьки Лізи, Вікторія та Олег, додають, що краще, коли дитина любить серіали та музику, ніж думає про найгірший спосіб позбутися від проблем. Сім'я відверто розповіла про погляди молоді, булінг та користь від хобі.



Хобі різні, ціль — одна

- *Лізо, можеш розповісти, які в тебе є захоплення та як вони тобі допомагають чи, навпаки, заважають?*
- Я маю дуже багато захоплень, вони поділяються на два типи: ті, за якими я спостерігаю і ті, у яких я беру участь. До першого підрозділу відносяться кпоп культура, аніме, китайські, або корейські серіали, у якомусь сенсі — азійська культура. До другого: танці, малювання, гра на музичних інструментах. Всі вони дуже різні, але всі я використовую для однієї мети, а тобто покращення психологічного стану, зняття стресу.
- *Як ти для себе виокремила такі захоплення?*
- З азійською культурою мене познайомили друзі, які на той час захоплювались нею. А ось з танцями та таким іншим — батьки, які з дитинства знайомили мене з мистецтвом. Причина чому я повертаюся до цього, мабуть, бажання мати щось, що тобі допоможе відволіктися від важких днів та проблем. Це максимальна зона комфорту, яку ти маєш для перезавантаження.

Вікторія приєднується до розмови та додає до слів доньки:

- З самого дитинства ми хотіли, аби дитина зростала у творчій атмосфері, мала щось у житті окрім навчання та курсів. Як на мене, то наша ідея була вдалою.

Олег підтримує слова дружини згідним похилом голови:

— Я сприймаю це як ще одну можливість для дитини розкритися. Щось вона знайшла сама, з іншим ми допомогли. У будь-якому разі, я щасливий, що щось їй психологічно допомагає та загартовує.

Захоплення та ЗНО

— *Лізо, чи вплинули цьогорічні экзамени на твою можливість займатися улюбленою справою? Як знаходиш час?*

— Так, зараз важче знаходити час для улюблених справ, але це необхідно, щоб продовжувати балансувати. Для мене мої захоплення — підтримка у складні часи, вони допомагають рухатися далі. Будь-яке захоплення — відпочинок, який дає змогу перезавантажитися фізично та психологічно. Зараз для мене складний час емоційно та психологічно, бо незабаром будуть экзамени, це тисне на мене, але танці і малювання допомагають відволіктися від сум'яття та нервів.

— *А коли саме для тебе захоплення стають своєрідним порятунком?*

— Іноді є дні, коли приходиш після репетитора, вирішуєш черговий тест ЗНО, пишеш есе і отримуєш не такий результат, про який мріяла. Звісно, хочеться перестати вчитися, все здається безглуздим. Тоді саме час зробити чашку чаю та сісти за серіал, аби остаточно не вигоріти. Тоді хобі стає світлом у житті, чимось простим та нереальним.



Олег додає власні спостереження про стан доньки:

- Я помічаю цей стан пригнічення після занять. Хочеться чимось допомогти, розрадити, але я розумію, що іноді краще не чіпати дитину, а тільки підтримувати її захоплення. Наприклад, Ліза любить робити фотоальбоми із малюнками та світлинами улюблених артистів. Ми допомагаємо грошима, залюбки роздивляємося разом з нею, слухаємо її історії про хобі. Це наче допомагає.

Темна сторона захоплень

- *Які негативні сторони соціального сприйняття власних хобі ти відчувала?*

— Я вважаю, що деякі українські медіа не дуже добре інтерпретують незвичні захоплення, через людську ваду "невідоме - погане", або "для дітей". Зараз нарешті настав момент часткового прийняття кпопу в нашій країні, але декілька років тому, коли невідомий жанр музики масово прийшов до нас, його віднесли до розряду "для дітей", що не є правильним згідно зі статистикою. Я знаю багато дорослих фанатів, що не обмежують себе рамками "нормальності" для свого віку. Така стигма призводить до негативних ситуацій. Мої рідні добре ставляться до моїх захоплень, хоча не усі поділяють зі мною, але підтримують. Що стосується однолітків, все дуже складно. Люди не розуміють, що не усім подобається те, що і їм та те, що до чужих захоплень треба ставитись з повагою. У школі я знаю не одну людину, над якою знущалися через її захоплення кпопом, і я була серед них. Коли ти хочеш розказати в презентації або в повідомленні у груповому чаті про своє захоплення, у 90 відсотків випадків будуть погані расистські жарти у твій бік, або в бік того, що тобі подобається, особливо якщо збирається багато людей. Ти стаєш білою вороною, з тебе глузують. Я не вважаю, що звичайне хобі має викликати таку реакцію.

Вікторія уважно слухає, підбадьорює доньку доторком до плечей:

— У наші часи не було такої якоїсь жорстокості. Хтось любив поп, інші — рок, диско, що завгодно. Мені здається, що ми маємо допомогти сучасним дітям побороти ситуацію, коли вони стають мішенню через хобі, фанатське захоплення чимось. Краще хай слухають музику та дивляться серіали, а не страждають. Було б гарно, якби ця думка стала більш популярною у медіа також.

Висновок



Ми проаналізували теоретично-психологічне підґрунтя та значення фанатської культури, що стало особливо важливим феноменом у сучасні часи соціальної ізоляції. Контакт через спільне захоплення слугує методом психологічної зарядки та прямим наслідком впливу медіа на сучасну аудиторію, що надає перевагу кооперації між собою та новому підходу до взаємодії із контентом, який базується на інтерактивності та відданості.

Для того, аби розглянути значення теми для українських реалій, ми поспілкувалися із людьми, що можуть охарактеризувати значення фанатської культури із різних сторін. Героїня-психолог розповіла про значення типів особистості до схильності зцілювати або, навпаки, страждати через захоплення. Це інтерв'ю довело, що фанатська культура та

хобі можуть мати гарний вплив на психологічний стан людини, а отже заслуговують уваги як буденна терапевтична практика. Розмова із фанаткою, що стала героїнею програми Hromadske, змогла виявити вади сучасного підходу українських медіа до теми: фанатську культуру можуть плутати із фанатизмом і зображувати у негативному світлі без підстав. Інтерв'ю із сім'єю, де дитина бореться із труднощами за допомогою захоплення, вказала на практичне значення медіа для того, аби допомогти людям боротися зі стресом та булінгом через нормалізацію фан-культури в Україні.

Отже, медіа мають не лише звернути увагу на тему фанатської культури, а й докласти зусиль, аби висвітлити її із належною відповідальністю, підготовкою та старанням. Оскільки для деяких людей зв'язок із фанатським рухом має важливе значення для психологічного здоров'я та моральної рівноваги, медіа мають поважати цю особливість сучасної аудиторії, а не висміювати її. Таким чином, ЗМІ зможуть налагодити зв'язок із сучасною молоддю і не тільки, коли почнуть ставитися до теми захоплення без забобонів та стереотипів.

Пояснювальна записка
«Фанатська культура в Україні.
Серія інтерв'ю про психологічну та соціальну сторони захоплень»
Валерія КАРБУШЕВА

ВСТУП

1.1 Ідея, мета, структура проекту

Ідея роботи — проаналізувати роль медіа у репрезентації фанатської культури як явища, що змінює та моделює сучасну аудиторію. Це особливо актуально в часи соціальної ізоляції через пандемію COVID-19.

Робота покликана чітко окреслити різницю між фанатською культурою та фанатизмом, вказати на недоліки сучасного підходу медіа до теми, розкрити психологічне значення захоплень та можливі негативні наслідки культивування стигми за допомогою медіа.

У контексті проекту ми розглянули такі терміни як «фанатська культура», «фанатизм», «психологічна типологія особистостей». Ці теми розкрили завдяки консультації з експертом-психологом, а також аналізу досліджень із українських та закордонних джерел, огляду академічної літератури.

Мета роботи — визначити специфіку репрезентації фанатської культури в українських медіа.

Структура роботи. Робота складається з чотирьох частин: вступу, що окреслює мету й актуальність проекту, теоретичного дослідження теми фанатської культури за допомогою актуальних джерел, практичної частини із трьома інтерв'ю, а також висновку із підсумковими зауваженнями. Така

структура дозволяє актуально й доцільно надати читачу базову термінологічну інформацію, а також проілюструвати її думками та досвідом людей, що ознайомлені із темою із середини: психолога; родини, у якій дитина покращує психологічний стан за допомогою захоплень; фанатки, що стала свідком неадекватної репрезентації фанатської культури українськими ЗМІ.

1.2 ДЖЕРЕЛА ПРОЕКТУ

Фускіліо Г. Фанати, фандом чи фанатики?

Академічна стаття присвячена визначенню головних термінологічних понять, що є актуальними для проекту, таких як «фандом», «фанатська культура», «фанатизм». Дослідження розглядає значення фанатів як складової частини соціальних структур та аналізує роль фанів у утворенні та підтримці сучасного суспільного ладу.

Автор підкреслює значення культури конс'юмеризму для культивування сучасної фанатської культури за допомогою залучення активних фанів у процес маркетингових операцій у якості ритуалу для вияву фанатської любові до об'єкта чи суб'єкта. Фускіліо підкреслює, що такі тенденції мають важливе значення, оскільки вони створюють певну спільну мету для різних членів соціуму, що об'єдналися через спільну пристрасть. Таку активність фанатів можна навіть порівняти із громадянською мобілізацією, оскільки спільна фанатська праця може впливати на різні соціальні дискурси раси, гендеру, політики, та інше.

Колмикова А. Образ футбольного фаната та фанатизму — як семіотичний простір культури

Академічна стаття досліджує роль спортивного фанатизму як засобу функціонування фанатських об'єднань в Україні. Авторка аналізує символічні зв'язки, що об'єднують спортивних фанів у стійку спільноту на підставі спільного захоплення. Колмикова виокремлює значення фанатської культури як соціального фактора, що модифікує культурний та соціальний простори українського суспільства.

Важливим аспектом матеріалу, який необхідно було використати для теоретичної частини проекту, є розмежування «шанувальника» та «фанатика», яке наводить авторка. Різниця між цими двома типажми представників фанатської культури полягає у їхній готовності порушити соціальні норми заради власної норми. Тоді як шанувальник може функціонувати як елемент соціальної системи та не порушувати правила поведінки та здорового глузду, рівень захоплення фанатика підштовхує його чи її порушувати ці звичаї й норми, щоб здійснити свої фанатські амбіції.

Гіллс М. Від фанатської культури/спільноти до фанатського світу: Можливі стежки й шляхи для створення фандому

Ця академічна стаття досліджує таке спеціальне явище фанатської культури як «фандом», а тобто стійке об'єднання фанів у спільноти за інтересами для поширення та культивування культури власного захоплення. Фанати можуть здійснювати свою діяльність у межах фандомів у два шляхи: індивідуально та колективно. Підхід до фанатської діяльності стає частиною особистої ідентичності фана як члена суспільства.

В межах фанатських об'єднань таких як фандом, фанати поділяють зобов'язання та створюють спеціалізації (такі як створення письмових творів, малюнків, проведення костюмованих перевдягань) для підтримки життя об'єднання як одного організму фанатів. Через такий детальний рівень розробки та підтримки фандомів, вони іноді переростають у цілі фанатські світи, що мають власні правила, закони, зобов'язання та обмеження для тих, хто хоче стати частиною цієї розгалуженої структури. Таке значення фандому було закладене за допомогою телебачення, що вказує на величезну роль медіа у створенні світового фанатського руху як такого.

Карріон Дж. Фандоми та соціальне заохочення у часи соціального дистанціювання

Журналістський матеріал є інтерв'ю із професором медіа Полом Бутом, що представляє Коледж ДеПольського Університету Комунікацій. У тексті Бут коментує сучасну важливість фанатських захоплень у час пандемії COVID-19. Перебування у фанатському русі зараз стає для людей компенсацією живого спілкування та соціалізації офлайн.

У таких умовах, технології стають засобом для отримання належної кількості соціального ресурсу. Існування фанатських об'єднань і форумів стає можливістю для людей, що мають певне захоплення отримати необхідну дозу спілкування з навколишнім середовищем в ситуації, коли зустріч із близькими може мати потенційний ризик для здоров'я та добробуту. У такому контексті, фанатські утворення формують нові способи реалізації фанатських ритуалів та підтримки життя спільноти: групові перегляди

програм чи фільмів, тематичні сесії у соціальних мережах, активне обговорення проєктів у соціальних мережах замість масових зустрічей.

Бут вважає, що існування фанатського руху є важливим фактором під час пандемії, оскільки це допомагає відчутти спільність та зняти стрес, що накопичується через постійні обмеження та ризики. Тож, зараз фанатська культура має особливе соціальне значення як метод боротьби із труднощами соціальної ізоляції.

Бьорт, К. Топ фандомів Tumblr 2020

Матеріал публікує перелік найбільш популярних фандомів відомої платформи для фанатського спілкування Tumblr за перший рік пандемії. Така статистична інформація надає можливість проаналізувати, які фандоми набули особливого значення та популярності у час соціальних обмежень через пандемію COVID-19.

Вдалося дізнатися, що перші п'ять сходинок за кількістю постів та обговорень посіли такі фандоми як: Animal Crossing, Steven Universe, wtFOCK, BTS, Star Wars. Усі ці фандоми функціонують як представники різних видів та жанрів поп-культури: комп'ютерна гра, мультсеріал, веб-серіал, музичний гурт та серія фільмів. Такі дані дозволяють обґрунтувати вибір гурту BTS, як ключового фандому, який аналізує проєкт через його популярність серед молоді зараз.

1.3 РОБОТА НАД ПРОЕКТОМ

Процес створення роботи був ускладнений пандемією COVID-19, через яку ми не мали можливості провести інтерв'ю з героями особисто. Натомість довелося використати платформу Zoom, через що було значно складніше комунікувати з героями через технічні обмеження. Викликом став процес пошуку експертів у темі для інтерв'ю, що могли б освітлити тему з різних сторін. Через негативний досвід із Hromadske та відповідну атмосферу недовіри до медіа з боку героїв програми «Що об'єднує Свідка Єгови, гурт BTS та Мунтяна? Все про фанатизм / #ОкАліна №14», проблематично було вмовити героїню Мію поспілкуватися заради проекту та розповісти про власний досвід стигми з боку медіа.

Необхідно було розібратися у психологічній частині теми, аби підтримати розмову із психологом та створити комфортні умови для героїні Лізи та її родини: не поставити питання, що могли б бути надто особистими та неетичними, такі, що б погіршили психологічний стан дівчини через погані асоціації.

За Клайвом Флетчером, інтерв'ю потребує таких якостей журналістського підходу як відкритість до героя чи героїні, чітке обмеження правил розголошення інформації та захист приватності героїв. Дотримання цих норм було особливо важливим під час роботи над проектом, оскільки довелося працювати із людиною, що потерпає від психологічних труднощів та потребувала максимально комфортних психологічних умов для відвертої розмови у безпечній обстановці.

Після завершення етапу інтерв'ю, важливим кроком стала обробка, розшифрування відповідей та робота над теоретичним матеріалом. Викликом було те, що тема фанатської культури не є популярним об'єктом дослідження для українських вчених. Проте це не стало великою проблемою через

детальне та багатостороннє вивчення теми західними експертами. Через цю особливість теоретична частина роботи складається майже виключно з іноземних джерел. Проте такий підхід є скоріше перевагою, ніж недоліком, оскільки ці матеріали не адаптували й не публікували раніше українські джерела, що робить проект більш цікавим та оригінальним для професійної аудиторії.

Прикінцевим етапом роботи над проектом стало оформлення проекту та підбір ілюстрацій, які мусили не відвертати увагу від тексту, а, навпаки, підсилювати авторський посил. Авторським рішенням було бажання зробити брошуру яскравою, барвистою, що відповідає темі дослідження.

1.4 ПОТЕНЦІЙНА АУДИТОРІЯ ПРОЕКТУ

Потенційною аудиторією проекту є працівники українських ЗМІ. Брошура може слугувати пам'яткою про етичне висвітлення теми фанатської культури, нагадуванням щодо важливості етичного та професійного підходу до роботи з нею. Проект має нагадати про соціальне значення фанатської культури та надихнути на доцільне висвітлення теми в медіа як тої, що є важливою для суспільства.

2. ТЕОРЕТИКО – ПРАКТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ «Фанатська культура в Україні. Серія інтерв'ю про психологічну та соціальну сторони захоплень»

(Теорія жанру, в якій покладено основу бакалаврського проекту).

Для теоретичної підготовки у роботі над інтерв'ю використовувалися праці таких вчених у сфері медіа як Р. В. Радчик, В. Й. Здоровега, Т. О. Приступенко, М. К. Василенко, Ю. Казімова, С. Касьяненко, О. Голуб та ін.

За Р. В. Радчик, інтерв'ю є і методом, і жанром у журналістській роботі, метою якого є збирання інформації через вербальну комунікацію. Унікальність жанру інтерв'ю в тому, що він дозволяє донести повідомлення про певну подію шляхом розмови із людиною, яка має експертизу щодо певного питання і певну інформацію. Важлива риса інтерв'ю у тому, що жанр збільшує почуття правдивості описаних подій, оскільки аудиторія отримує інформацію напряду.

В основі роботи лежить метод інтерв'ю, оскільки він дозволив зібрати інформацію щодо різних аспектів фанатської культури від першоджерел. Цей жанр є особливим та унікальним через можливість дослідження особистості героя чи героїні шляхом розмови, що вимагає журналістської майстерності й особливого підходу. Ця характеристика слугувала причиною для того, аби обрати інтерв'ю як головний жанр та метод проведення дослідження для проекту.

Жанр інтерв'ю став особливо доречним для журналістського збору інформації на тему фанатської культури, що ще не була доцільно та вичерпно розкрита українськими дослідниками. Тому дослідження шляхом інтерв'ювання стало ключовим процесом у роботі над проектом.

Мета інтерв'ю, як стверджує О. Голуб, — дати можливість тій чи іншій особі висловити власне ставлення до певної проблеми чи факту. Герой чи героїня інтерв'ю мають мати певну експертизу у питанні або ж бути цікавими для читача через певний власний досвід. Через такі вимоги жанру

було вирішено провести бесіду із професійним психологом, оскільки вона має фахові знання та досвід, а тобто авторитет в очах аудиторії.

Оскільки ситуація зі спотворенням інформації журналістами Hromadske є актуальною та такою, яку не публікували раніше, було вирішено поспілкуватися із героїнею цієї програми. Оскільки особистий досвід психологічних переживань та покращення психологічного стану через захоплення є важливим та потенційно цікавим для читача фактом, було обрано поспілкуватися із дівчиною-підлітком, що має такий досвід, та її родиною.

За І. Горбовою, інформаційний жанр інтерв'ю має розгалужену систему піджанрів, серед яких нам необхідно було обрати той, що найкраще розкриває тему дослідження. Такими піджанрами є інтерв'ю-повідомлення, інтерв'ю-міркування, інтерв'ю-бесіда. Було обрано підвид інтерв'ю-бесіда, оскільки такий різновид надає можливість розкрити героя чи героїню шляхом спілкування, висвітлення та вивчення проблеми за допомогою діалогічної комунікації.

Була зроблена спроба провести інтерв'ю-бесіду на основі методики, описаної дослідником-медійником Джоном Саватскі, що пропонує новий підхід до стосунків у парадигмі «журналіст-герой» під час інтерв'ю. Як описує Л. В. Петрина, нова методика проведення інтерв'ю пропонує повністю позбутися елементів виклику, конкуренції між героєм чи героїнею та журналістом, аби побудувати бесіду на ґрунті взаємоповаги та на виключно партнерських засадах. У таких умовах жодна зі сторін не наражає себе на небезпеку під час бесіди.

Така форма інтерв'ю була доцільною для обраного проекту, оскільки робота пропагує відповідальність, такт та рівне ставлення медійників до героїв чи героїнь програм, незалежно від напрямку і тематики. Аби показати, що можна говорити на відносно нові та контроверсійні теми такі як психологічно-соціальні чинники фанатської культури без упереджень та стигми, необхідно було спробувати цей метод під час дослідження самостійно. Через це авторські питання для героїв та героїнь покликані радше мотивувати їх розкрити власні історії та поділитися знаннями. Більше жорсткий та гострий підхід міг спотворити враження та відштовхнути гостей, оскільки тема вимагає делікатного ставлення від медійника.

Для досягнення цілей дослідження теми необхідно було чітко дотримуватися стратегії проведення інтерв'ю, що мала налаштувати героїв та героїнь на розмову та запобігти викривленню та приховуванню інформації. Через це було обрано підхід до проведення роботи за рекомендаціями М. М. Лукіної та Г. В. Лазутіної, які описала та консолідувала Л. В. Петрина.

За цією методикою, необхідно було почати розмову із можливості для героїні чи героя висловити власну думку, погляд на тему чи ситуацію без обмежень з боку журналіста. Далі необхідно було імпровізувати, щоб виділити головні та найважливіші посили героя чи героїні, аби розвинути розмову саме у напрямку обговорення цих питань.

Особливим завданням також було підлаштуватися під темпоритм мовлення героя чи героїні, використовувати схожу лексику, аби створити атмосферу розуміння та довіри під час інтерв'ю-бесіди. Такий підхід був виправданим, оскільки вдалося здобути необхідну інформацію від героїв та героїнь навіть стосовно таких суперечливих і складних тем як булінг, психологічні проблеми, особисті переживання та сімейні стосунки.

Доречним також був вибір пресового інтерв'ю як способу використання отриманої інформації від співрозмовників. За Ю. Казімовою, важливим позитивними рисами саме пресового інтерв'ю є такі якості як фіксований характер отриманих даних та поставлених питань, наочний виклад матеріалу, можливість повернутися та перечитати інформацію для покращення й поглиблення її сприйняття.

Оскільки робота передбачала введення термінів, що допомагають орієнтуватися у темі, таких як «фандом», «фанатська культура», «фанатизм», «типи особистості у психології», вибір саме пресового інтерв'ю був виправданим, аби впевнитися, що читач зможе повністю зрозуміти, обдумати та запам'ятати ці поняття, що є ключовим для дискурсу.

Через необхідність розкрити героїв чи героїні та отримати інформацію щодо конкретних питань, було обрано використати такі формати як інтерв'ю-монолог та інтерв'ю-полілог. За Ю. Казімовою, інтерв'ю-монолог відбувається як бесіда, у якій журналіст отримує суцільну розповідь від героя чи героїні після поставлення конкретних запитань.

Такий формат був необхідним під час бесіди із психологом, аби надати можливість спеціалісту розповісти теоретичні засади впливу захоплень на психологічний стан. Так героїня змогла чітко висловити інформацію, що вона мала на тему. Журналіст слугував лише як фактор, необхідний для структурування розповіді більш точними запитаннями.

Інтерв'ю-полілог було обрано як формат бесіди із родиною. За Ю. Казімовою, інтерв'ю-полілог — це формат заснований на можливості трьох та більше сторін полемізувати на задану тему. Завданням журналіста є залишатися об'єктивним та не викривлювати хід розмови нечесними

методами, такими як ігнорування частини бесіди або ж видалення частини промови однієї з осіб. Такий формат був необхідним для створення атмосфери психологічного комфорту дівчини-підлітка та розкриття теми психологічного впливу захоплень через призму досвіду сімейних стосунків між батьками та дитиною.

За навчальним посібником від Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін., інтерв'юер має опиратися на знання про власну соціальну відповідальність у час професійної роботи. Серед найважливіших принципів виконання обов'язків є об'єктивність, збалансованість в аналізі фактів, оперативне виконання роботи та донесення інформації, почуття власної відповідальності за процес роботи та готовий матеріал.

Важливим фактором під час роботи у жанрі інтерв'ю є позбавлення від власних стереотипів та упереджень, що можуть негативно вплинути на розмову із героєм чи героїнею. За О. Голуб, інтерв'юер зобов'язаний позбутися власної упередженості під час бесіди із гостем та піклуватися про досягнення максимального рівня об'єктивного підходу до гостя через створення запитань, що будуть мати інтерес та значення для значного кола людей з аудиторії. Для такого підходу необхідно переконатися у власній спроможності відкинути забобони та потенційні непорозуміння.

За В. Й. Здоровогою, ключовим аспектом успішності того чи іншого інтерв'ю є рівень підготовки інтерв'юера до розмови. Для цього журналіст має дослідити об'єкт бесіди, заздалегідь вибудувати структуру запитань, домовитися про процедуру проведення інтерв'ю, розв'язання організаційних проблем.

В. Й. Здоровега стверджує, що для доцільної та вичерпної підготовки до інтерв'ю необхідно розпочати процес занурення у тему з ознайомлення з матеріалами посібників та книг, розмови зі спеціалістами у певній галузі, аби сформувати певну базу знань стосовно тієї чи іншої теми. Другорядним є процес консультації з Інтернет-джерелами. Також журналіст може поспілкуватися із колегами-медійниками, що мають досвід у темі та можуть надати певну консультацію.

Під час підготовки до створення проекту були використані два перші методи збору інформації для того, аби вивчити об'єкт дослідження. Ми ознайомилися з академічними та популярними матеріалами на тему фанатської культури, дізналися про новітні тренди серед фанатів, переглянули випуск Hromadske, що викривлює історію фандому гурту BTS в Україні. Інтернет допоміг із пошуком наукової та популярної інформації на тему, що було необхідним етапом при створенні проекту.

Під час процесу інтерв'ю, необхідного для проекту, ми також слідували постулатам процесу інтерв'ювання Колумбійського університету США. Цей підхід передбачає розгалуджений список правил, яких має дотримуватися інтерв'юер під час розмови із гостем для того, аби не спотворити стандарти роботи журналіста. Такі норми захищають героя чи героїню, надають йому чи їй можливості висловитися та переконатися, що це висловлення не спотворять.

Під час проведення серії інтерв'ю дотримувалися таких правил як необхідність одразу представитися перед гостем та розповісти про власну мету, мотивацію, щоб вона була зрозумілою та виправданою для героя чи

героїні. Також провели необхідний етап роз'яснення процедури інтерв'ювання для героїв та героїнь, що не мали попереднього досвіду спілкування під час інтерв'ю.

Героїв та героїнь повідомили про заплановані часові межі проведення інтерв'ю, а також намагалися не виходити за ці межі, намагалися зробити процес збору інформації якомога більш швидким, але насиченим. Усі запитання, які поставили гостям були у межах їхньої компетенції, аби не ставити героя чи героїню у незручне становище. Після кожного запитання гості мали достатньо часу, аби висловити всі свої ідеї, думки та заперечення.

Якщо відповіді були не до кінці зрозумілими чи заплутаними, журналіст ставив додаткові запитання для того, аби не спотворити інформацію самостійно. Такий прийом був особливо необхідним під час інтерв'ю із психологом, коли мова йшла про психологічні терміни та поняття, що можуть бути не до кінця зрозумілими для аудиторії. Якщо герої просили перечитати нотатки для того, аби впевнитися у правильності викладу, то журналіст надавав таку можливість. Отже, під час процедури інтерв'ю методичні настанови Колумбійського університету слугували підтримкою та головною базою для перевірки власної професійності.

Список використаної літератури:

1. Голуб Олена. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. *ІМІ*. 2016. С. 5-184.
2. Горбова Ірина. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці. *Вітражі*. 2014. Вип. 5. С. 1-4.

3. Здоровега Володимир. Журналістська творчість. Львів: ПАІС. 2004. С. 5-268.
4. Казімова Юліана. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Національний університет «Львівська політехніка»*. 2018. С. 1-4.
5. Касьяненко С. Інтерв'ю як метод і як жанр. *Academy Suspilne Media*.
Режим доступу :
academy.suspilne.media/articles/intervyu_yak_metod_i_yak_zhanr (дата
звернення: 15.05.2021).
6. Колмикова Анастасія. Образ футбольного фаната та фанатизму — як семіотичний простір культури. *ВІСНИК Львівської національної академії мистецтв*. 2016. Вип. 28. С. 252–262.
7. Мак-Вільямс Нэнси. Психоаналитическая диагностика. Понимание структуры личности в клиническом. *Класс*. 2015. С. 1-592.
8. Петрина Лілія. Методика проведення інтерв'ю у форматі соціального ток-шоу на прикладі програми «Говорить Україна». Формування особистості засобами візуальної комунікації. 2017. Вип. 3. С. 84-88.
9. Приступенко Тетяна, Радчик Раїса, Василенко Микита та ін. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". 2012. С. 5-352.
10. Радчик Раїса. Журналістський фах: Інформаційні жанри. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". 2015. С. 5-272.
11. Burt Kayti. Tumblr's Top Fandoms of 2020. *Den of Geek*. Режим доступу :
denofgeek.com/culture/tumblrs-top-fandoms-of-2020/ (дата звернення:
15.05.2021).

12. Carrion Jeff. Fandoms and virtual engagement in a time of social distancing. *NewsWise*. 2021. Режим доступа : newswise.com/coronavirus/fandoms-and-virtual-engagement-in-a-time-of-social-distancing (дата звернення: 15.05.2021).
13. Columbia University. Interviewing Principles. *Columbia University*. Режим доступа: columbia.edu/itc/journalism/isaacs/edit/MencherIntv1.html (дата звернення: 15.05.2021).
14. Fletcher Clive. Ethical issues in the selection interview. *Journal of Business Ethics*. 1992. Вип. 11. С. 361-367.
15. Fuschillo Gregorio. Fans, fandoms, or fanaticism?. *Journal of Consumer Culture*. 2018. Вип. 20. С. 1-28.
16. Hills Matt. From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. *Palabra Clave*. 2017. С. 856-883
17. Yang Jessica. The Value of Fandoms in Understanding Audiences. *Canada Media Fund*. Режим доступа : cmf-fmc.ca/now-next/articles/value-fandoms-understanding-audiences/ (дата звернення: 15.05.2021).