

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

Кафедра періодичної преси

**«Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію.
Серія аналітичних інтерв'ю»**

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього рівня «бакалавр»
студента 4 курсу
спеціальності 061 «Журналістика»
ОПП «Журналістика та соціальні комунікації»
Перетятка Ярослава Володимировича

Науковий керівник:
Кандидат філологічних наук,
доцент кафедри періодичної преси
Воронова Мальвіна Юріївна

Київ – 2021

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка до бакалаврського проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»	3
1.1. Ідея, мета, структура проекту	3
1.2. Робота над проектом	5
1.3. Потенційна аудиторія проекту	6
1.4. Джерела проекту	6
2. Теоретико-практичне обґрунтування проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»	8
3. Список використаної літератури	14
4. Текст проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»	20

1. Пояснювальна записка до бакалаврського проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»

1.1. Ідея, мета, структура проекту

Ідея проекту

Ідея серії інтерв'ю зі спортивними журналістами народилася внаслідок бажання подивитися на футбол під різними кутами і проаналізувати його зв'язок з політикою, бізнесом та соціумом. Наразі це є досить актуальною темою, адже в багатьох країнах спостерігається період підвищеного інтересу до спорту, який відіграє значну роль в житті багатьох людей.

Тема цієї серії аналітичних інтерв'ю була обрана вкрай швидко. Я захоплююсь футболом з раннього віку і вирішив, що дипломна робота буде обов'язково пов'язана саме з ним. Оскільки це закінчення чотирирічного навчання в Інституті Журналістики, тому процес створення бакалаврського проекту має бути легким, творчим і натхненним.

Чим спортивна журналістика відрізняється від інших видів професійної журналістської діяльності? Глобально її функції зустрічаються і в інших напрямках, оскільки є досить універсальними. Та все ж таки спортивна журналістика – це окремий світ, в якому живуть щасливі люди, тому що поєднують роботу і своє захоплення.

Які вимоги ставить ця професія перед особистістю, яка хоче її опанувати? Така робота абсолютно підходить людям, які захоплені спортом і готові жертвувати спокійним способом життя. Спортивний журналіст завжди має бути зануреним в тему і готовим летіти в наступне відрядження одразу після повернення з попереднього. Не менш важливо також бути психологічно стійким, вміти швидко адаптуватися в різних умовах, знаходити спільну мову зі співрозмовником.

Якими ж якостями має володіти спортивний журналіст? Звісно, головними критеріями оцінки його роботи є щирий інтерес аудиторії до його матеріалів, вміння писати яскраво, цікаво і водночас легко, відсутність помилок.

Саме на ці та інші питання я хотів дізнатися відповіді у професіоналів. Так, власне, і народилася ідея створити серію аналітичних інтерв'ю зі спортивними журналістами.

Мета проекту

Мета цієї роботи – зібрати різноманітні думки, погляди і переконання спортивних журналістів-професіоналів про спорт, політику, бізнес, імідж держави та власну професію.

Відповідно до визначеної мети я поставив перед своїми спікерами низку аналітичних завдань:

- 1) Дослідити місце футболу у спортивній картині світу.
- 2) Обґрунтувати, чи можна уявити світ без футболу.
- 3) Проаналізувати, що стоїть за успішними командами – потужне фінансування або амбіції власників.
- 4) Оцінити, що означає футбол для великого капіталу – улюблена справа, імідж чи бізнес-проект.
- 5) Визначити, наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях.
- 6) Пояснити, чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю.
- 7) Розкрити, як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників.
- 8) Проаналізувати, чи пов'язані між собою спорт і політика.
- 9) Дослідити, де можна вчитися на спортивного журналіста.
- 10) Оцінити, скільки може заробляти спортивний журналіст.

Структура проекту

Дипломна робота складається із пояснювальної записки та інформаційного продукту, у вигляді серії інтерв'ю. Пояснювальна записка містить ідею, мету, структуру проекту, його джерела, опис послідовної роботи, потенційну аудиторію, теоретико-практичне обґрунтування проекту і список використаної літератури.

Список використаної літератури включає 63 найменувань.

Серія інтерв'ю містить вступ і п'ять розгорнутих інтерв'ю зі спортивними журналістами із різних видань.

1.2. Робота над проектом

Етапи роботи над проектом:

1) Найперше було обрано наукового керівника дипломної роботи. Ним стала кандидат філологічних наук і доцент кафедри періодичної преси – Воронова Мальвіна Юріївна.

2) Згодом було визначено жанр бакалаврського проекту (серія аналітичних інтерв'ю) і його тему («Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію»).

3) Після цього було складено та узгоджено перелік респондентів і список запитань для них.

4) Далі по черзі були записані інтерв'ю з моїми спікерами.

5) Наступним етапом в праці над проектом була детальна робота із вже записаними інтерв'ю – розшифрувати, вичитати і відредагувати їх, придумати до них креативні заголовки та ліди.

6) Після цього було написано вступ до мого інформаційного продукту.

7) Далі була створена пояснювальна записка до бакалаврського проекту.

8) Завершальний етап роботи – текст проекту (вступ та п'ять інтерв'ю) були зверстані в красиво оформлену брошуру.

1.3. Потенційна аудиторія проекту

Потенційною аудиторією цього проекту можуть бути як чоловіки, так і жінки, котрі люблять спорт (зокрема футбол), хочуть зрозуміти усю його глибину та досягли того віку, щоб належно сприймати і аналізувати подібного роду матеріал.

Також це можуть бути люди, які цікавляться професією спортивного журналіста або мріють ним стати. В цьому плані цей проект буде для них надзвичайно інформативним, адже професія спортивного журналіста розібрана в ньому від А до Я, зі всіма своїми перевагами і недоліками.

Мабуть, важко у світі знайти більш романтичну професію, хоча багато хто може з цим посперечатися. Зараз, в період росту інтересу до спорту, професія спортивного журналіста стає все більш ваговою і популярною. Такі фахівці можуть працювати в штаті різноманітних спортивних видань та телевізійних програм, займатися розробкою іміджевих публікацій, створювати і розвивати власні спортивні сайти, блоги та інші ресурси.

Спортивні журналісти, як і їхні колеги в інших сферах, також працюють на телебаченні, радіо, в друкованих ЗМІ та на інтернет-ресурсах. Однак вони мають важливу особливість – глибоке захоплення спортом, невіддільна любов до нього. В іншому випадку існує можливість стрімко охолонути до своєї роботи.

1.4. Джерела проекту

Головними джерелами інформації в моїй дипломній роботі стали, звісно ж, герої інтерв'ю – досвідчені спортивні журналісти. Зокрема ними були:

- Павло Кушнерук (журналіст, автор і редактор в інформаційній агенції “Брутальний Футбол”);
- Віталій Пасічний (журналіст інтернет-порталу “Sport.ua” та періодичного друкованого видання “Футбол”);
- Роман Сінчук (журналіст інтернет-порталу “UA-Football”);

- Євген Музика (журналіст футбольно-аналітичного ток-шоу "ПроФутбол Digital");
- Михайло Юхименко (журналіст інтернет-порталу "Футбол 24").

Додаткові джерела:

1. "Спорт в Україні — перспективи, возможности, смысły" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://zn.ua/columnists/sport-v-ukraine-perspektivy-vozmozhnosti-smysly-247042_.html
2. "Цели, задачи и функции спортивной журналистики" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://studme.org/37685/zhurnalistika/tseli_zadachi_funktsii_sportivnoy_zhurnalistiki
3. "Спортивна журналістика в сучасному віддзеркаленні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://knukim.edu.ua/sportivna-zhurnalistika-v-cuchasnomu-viddzerkalenni/>
4. "Специфіка роботи спортивного журналіста в друкованих ЗМІ" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/37699/zhurnalistika/spetsifika_roboti_sportivnogo_zhurnalista_drukovanih
5. "У грі букмекери. Чим живе спортивна журналістика в Україні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/rinok/article/171267/2019-10-03-u-gri-bukmekery-chym-zhyve-sportyvna-zhurnalistyka-v-ukraini/>

2. Теоретико-практичне обґрунтування проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»

Визначення жанру інтерв'ю

Згідно з посібником “Техніка інтерв'ю”, це – інформаційний жанр журналістики, в якому подається виклад розмови журналіста з певною особою, чий коментарі, думки або враження з актуальних життєвих питань становлять громадський інтерес і призначені для оприлюднення в ЗМК.

Інтерв'ю, як жанр журналістики, народився під час підготовки ряду публікацій, у яких був використаний метод інтерв'ю. Після цього почали з'являтися повноцінні журналістські матеріали, котрі мали форму питання-відповіді.

Подібні публікації стали з'являтися у вітчизняній журналістиці відносно пізно. Історики журналістики відзначають початок цього жанру в пресі вже у повоєнні часи. Як приклад – «Літературна газета» за 1965 рік.

Ріст зацікавленості жанру інтерв'ю значно виріс у період перебудови. Тоді узагальнений образ будівника комунізму почав поступатися реальній людині з її переживаннями і роздумами.

Починаючи з 1991-го року, тобто у новітній період розвитку журналістики, вітчизняні акули пера стали запозичувати західні методики написання матеріалів. З того часу жанр інтерв'ю посів високе місце в професійній ієрархії та став дійсно популярним.

Багато українських та закордонних науковців у сфері журналістики неодноразово вивчали жанр інтерв'ю у своїх працях. Як приклад – «Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі» Микити Василенка, «Техніка інтерв'ю» Марії Лукіної, дисертаційні роботи Олени Швець (“Зіркове інтерв'ю в комунікативно-прагматичному аспекті”), Тетяни Шишкіної (“Прагматичні особливості неформального інтерв'ю”), Ірини Іванової (“Мовні особливості жанру інтерв'ю”).

У посібнику Володимира Здоровеги “Теорія і методика журналістської творчості” виділяється три головні методи збору інформації – спостереження, вивчення документів, інтерв’ю. Останнє автор описував з двох сторін – як метод збору інформації і як жанр. Він підкреслює те, що журналіст в цьому жанрі має дві основні задачі: ретельно готуватися до інтерв’ю і знаходити цікаву особистість для бесіди. [3]

Інші науковці також розділяли це поняття. В науці про соціальні комунікації, як і в журналістській практиці, термін “інтерв’ю” вживають у двох значеннях:

1) Один з методів збору інформації. Про це йдеться у праці Герасима Назаренка “Інформаційні жанри журналістики”. Журналіст використовує цей метод задля отримання фактів, новин і повідомлень завдяки усному спілкуванню з певними об’єктами (артистами, спортсменами, науковцями, політиками тощо). За його допомогою журналіст отримує 80-90 відсотків важливої і потрібної для себе інформації. [25]

2) Популярний журналістський жанр інформаційної групи. Так інтерв’ю характеризує Ігор Михайлин у своїй роботі “Основи журналістики”. В цьому випадку воно являє собою суспільно важливу новину у вигляді відповідей того чи іншого респондента. На цей час інтерв’ю, безумовно, є найбільш поширеним серед інформаційних жанрів у друкованих, інтернет- і аудіовізуальних ЗМІ. Посилення діалогічності відзначається зараз – як позитивна загальна тенденція сучасної журналістики. Інтерв’ю відіграє одну з головних ролей в журналістиці та набуло нових форм розгорнутого діалогу з аудиторією (різноманітні ток-шоу, опитування, “прямі лінії” тощо). [5]

У навчальному посібнику “Техніка інтерв’ю” виділяють наступні **жанрові особливості інтерв’ю**:

1) Використовується форма запитання-відповідь. Тобто текст матеріалу обов’язково містить питання журналіста і відповіді респондента.

2) Під час спілкування зі співбесідником журналіст шукає відповіді на основні питання: хто? що? де? коли? чому? як?

3) Респондент – особа (як відома особистість, так і пересічний громадянин), котра є найбільш компетентною щодо певної ситуації, події, проблеми.

4) Інтерв'ю – це завжди ініціатива журналіста.

5) Мета інтерв'ю – повідомити аудиторії ексклюзивну інформацію від компетентної особи про актуальні події.

6) Повідомлення не лише про ту чи іншу подію, ситуацію, проблему, а й про думки людей щодо них. [8]

Вальтер фон Ла Рош у своєму підручнику “Вступ до практичної журналістики” визначає **головні вимоги до інтерв'ю**:

1) Ретельно підібрати тему інтерв'ю і авторитетну особу для бесіди.

2) Детально ознайомитися з обраною темою та визначити стратегію майбутньої розмови з респондентом.

3) Забезпечити стовідсоткову точність як цитат, так і всього контексту.

4) Уважно перевіряти додаткову інформацію для інтерв'ю з інших джерел.

5) Узгодити кінцевий текст інтерв'ю зі своїм героєм задля уникнення непорозумінь. [48]

Також Ла Рош дає наступні **поради інтерв'юеру**:

1) Старанно готуватися і до теми інтерв'ю, і до гостя, який до вас прийшов. Це потрібно для того, щоб журналіст міг бути для героя цікавим співрозмовником, з яким тому легко, комфортно і приємно спілкуватися, та якого він буде сприймати серйозно.

2) Вести бесіду. Інтерв'юер – це не базика і не слідчий, який веде допит.

3) Тримати підготовані запитання поруч, проте не бути їхнім заручником. Необхідно почувати себе досить вільно, аби швидко реагувати на зміну ситуації чи теми під час бесіди.

4) Ставити точні запитання і лише такі, де ваш респондент може дати відповідь, з огляду на його компетентність.

5) Не ставити декілька питань поспіль, адже недосвідченого співрозмовника це може збити з пантелику. В той час, як досвідчений візаві відповідь лише на те запитання, яке обере сам, і відкине ті, котрі йому не сподобаються. [48]

Різновиди інтерв'ю

Володимир Здоровега ділить інтерв'ю на дві групи:

- 1) В залежності від змісту матеріалу.
- 2) В залежності від методу його освоєння і викладу в ЗМІ.

Залежно від мети і змісту інтерв'ю ділиться на:

1) Офіційні (протокольні). Це записи бесід представників друкованих ЗМІ, радіо, телебачення.

2) Суто інформаційні (повідомлення). Вони повідомляють думки компетентного спеціаліста про події і факти, як правило, оперативного характеру.

3) Портретні (інтерв'ю-зарисовки). В таких інтерв'ю всебічно розкривається особистість героя, його думки, погляди, смаки, риси характеру.

4) Проблемні (публіцистичний діалог). Вони часто мають характер загостреного публіцистичного діалогу. Їхня мета – з'ясувати справжні причини та наслідки певної суспільно-важливої події.

Залежно від методу освоєння інтерв'ю і його викладу в ЗМІ:

1) Інтерв'ю-монолог. Це суцільна розповідь, у якому респондент відповідає лише на одне запитання. В цьому жанрі може бути прокоментований певний важливий факт або роз'яснена та чи інша подія.

2) Інтерв'ю-діалог. Розмова на рівних, яка вимагає від журналіста серйозної підготовки і відповідного авторитету.

3) Інтерв'ю-звіт. Виклад найважливіших моментів бесіди. Журналіст відтворює відповіді у скороченому варіанті.

4) Інтерв'ю-полілог. Масові, групові інтерв'ю. Спілкування багатьох учасників, обговорення важливих актуальних тем, які хвилюють широке коло читачів, слухачів, глядачів.

5) Інтерв'ю-анкета. Низка невеликих за розміром бесід чи письмових відповідей на одне певне запитання. В цьому випадку людей, котрі є респондентами, – багато, а питання – всього одне. Інтерв'ю-анкета вважається своєрідним соціологічним дослідженням.

6) Інтерв'ю-зарисовка. Знову ж таки на перший план виходить герой інтерв'ю, вся увага присвячена йому.

7) Прес-конференція. Це також масові, групові інтерв'ю. На них, зазвичай, одна або декілька осіб відповідають на питання журналістів з різноманітних тем, інформують громадськість про певну подію. [3]

В той самий час Вальтер фон Ла Рош надає свої *різновиди інтерв'ю*:

- предметне інтерв'ю, в якому завжди йдеться про отримання інформації та фактів;
- інтерв'ю про думку, котре з'ясовує ставлення героя до певної ситуації, проблеми;
- інтерв'ю про особу, яке має на меті змалювати портрет людини. [48]

В посібнику Герасима Назаренка “Інформаційні жанри журналістики” виділяються такі *типи інтерв'ю (за способом і метою отримання)*:

- інтерв'ю на робочому місці;
- інтерв'ю вдома у респондента;
- інтерв'ю телефоном;
- інтерв'ю в редакції;
- інтерв'ю в інтер-ситуаціях (під час прогулянки, за вечерю в ресторані тощо);
- інтерв'ю не для запису (хоча можна використовувати отриману інформацію);
- інтерв'ю не для запису й використання (щоб розібратися в певному питанні, вийти на інші джерела інформації). [25]

Інтерв'ю є одним з найцікавіших і водночас найважчих видів журналістської роботи. Воно емоційно впливає на аудиторію, формує

громадську думку. Цей жанр вимагає від журналіста ретельної підготовки, глибоких знань, впевненості в собі, володіння драматургією і темпераментом інтерв'ю, дотримання журналістських стандартів.

Можна виділити декількох науковців, котрі сьогодні досліджують спортивну журналістику. Зокрема це Юлія Сазонова і її праця “Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX–XXI ст.)”. В ній розглянуто діяльність більше сотні визначних спортивних журналістів різних епох, їхній життєвий шлях і головні досягнення, бібліографічний опис спортивних видань з кінця 19 століття до наших днів.

Також потрібно згадати дисертацію Андрія Гусєва на тему “Історія та функціонально-типологічні особливості спортивної медіакommунікації”. В ній до уваги читача надається аналіз історії розвитку інформаційної підтримки спорту, дослідження комунікації у спорті, оцінка місця спортивної преси на сучасному інформаційному ринку, розкриття ролі ЗМІ у популяризації спорту та його комерціалізації.

3. Список використаної літератури

- 1) Вайшенберг З. Новинна журналістика / З. Вайшенберг. – К.: Академія української преси; Центр вільної преси, 2004. – 260 с.
- 2) Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі / М.К. Василенко. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
- 3) Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / В.Й. Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
- 4) Лукина М.М. Технология интервью. Уч.пос. / М.М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
- 5) Михайлин І. Л. Основи журналістики / Ігор Леонідович Михайлин. – Київ: Центр учбової літератури, 2003.
- 6) Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 312 с.
- 7) Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко, В. В. Різун. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – 252 с. – (2-ге видання).
- 8) Техніка інтерв'ю // Інститут масової інформації. – 2-ге вид., фінансоване програмою СОСОР Міністерства закордонних справ Франції. – К., 2003.
- 9) Різун В. В. Теорія масової комунікації / Володимир Володимирович Різун. – Київ: Просвіта, 2008. – 260 с.
- 10) Різун В. В. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту / В. В. Різун, В. П. Мостовий. – Київ: ТзОВ "ЗН УА", 2014. – 224 с.
- 11) Москаленко А. З. Вступ до журналістики / Анатолій Захарович Москаленко. – Київ, 1998.

- 12) Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Георгій Георгійович Почепцов. – Київ, 1999. – (2-ге видання).
- 13) Кузнецова О. Д. Аналітичні методи в журналістиці / Олена Дмитрівна Кузнецова. – Львів, 2002. – (2-ге видання).
- 14) Москаленко А. З., Лизанчук В. В., Качкан В. А., Василенко Н. К. Методичні вказівки до вивчення теми “Інформаційні жанри радянської газети”. – К.: КДУ, 1990.
- 15) Ільченко В. І. Практичний посібник / В. І. Ільченко, М. І. Недопитанський, М. А. Карась. – Київ: Україна молода, 2010. – 120 с.
- 16) Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: Учебник. — СПб., 2000.
- 17) Гол Дж. Онлайн-журналістика / Джим Гол. – К.: К.І.С., 2005.
- 18) Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс / Рене Каппон. – Київ: Видавничий дім Києво-Могилянської академії, 2005.
- 19) Бобков А. К. Газетные жанры: учеб. пособие / А.К. Бобков. – Иркутск: Иркут. ун-т, 2005. – 64 с.
- 20) Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики / О.В. Чекмишев. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2004.
- 21) Ученова В. В. Метод и жанр: Диалектика взаимодействия // Методы журналистского творчества. – М., 1982.
- 22) Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Э.Фихтелиус. – Стокгольм, 1990. – 155 с.
- 23) Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: Паливода А. В., 2012. 412 с.
- 24) Інтерв'ю // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — Київ : ВЦ «Академія», 2007. — С. 427.

- 25) Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Частина 1 — К.: НАУ, — 2010.
- 26) Прохоров Е.П. Современная советская публицистика. М.: Изд-во Московского ун-та, 1965.
- 27) Войтик Е.А. Спортивная журналистика. Томск. Факультет журналистики ТГУ, 2004. 125 с.
- 28) Українська преса (1990—1995 рр.) / уклад.: Ю. О. Романишин; Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. — Л., 2004. — 268 с.
- 29) Українське пресознавство на порозі ХХІ століття / М. Романюк; НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Н.-д. центр періодики. — Л., 2000. — 110 с. — Бібліогр.: 157 назв.
- 30) Баранник М. В., Голобуцький П. В. Історія преси в Україні // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наукова думка, 2005.
- 31) Павлюк Ігор. Митець — Влада — Преса: іст.-типолог. аналіз: Моногр. / НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики. — Луцьк: Надстир'я, 1997. — 112 с.
- 32) Срібняк І. Історія журналістики (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т всевітньої історії НАН України»; НаУКМА. — К.: ВПЦ НаУКМА, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 304 с.
- 33) Срібняк І. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т всевітньої історії НАН України»; Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. — К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. 264 с.
- 34) Українська преса в Україні та світі XIX—XX ст.: іст.-бібліогр. дослідж. : 1812—1890 / НАН України, Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Відня «Н.д. центр періодики». — Л. : Оріяна-Нова, 2007. — 560 с.
- 35) Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. — Львів, 1974. — 295 с.

36) Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності: навчальний посібник / В. О. Жадько. — К. : Знання, 2012. — 271 с.

37) Жадько В. О. Основи журналістики та редакційно-видавничої справи: Навчальний посібник для студ. вузів / В. О. Жадько; За ред. В. П. Андрущенко. — К.: СПД Жадько, 2005. — 352 с.

38) Журналістика: основи професійної комунікації : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Журналістика»] / В. О. Карпенко ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К. : Нора-прінт, 2002. — 348 с.

39) Заголовок, або Наголовок // Лексикон загального та порівняльного літературознавства. — Чернівці: Золоті литаври / голова ред. А. Волков. — 2001. — 634 с.

40) Лід як компресована форма мовлення. Євграфова А. О. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». Том 21(60). — 2008. — № 1. — С. 194–198.

41) Введение в журналистику: Хрестоматия. — М.: Высш. шк., 1989. — 263 с.

42) Введение в теорию журналистики. Учеб. пособие / Прохоров Е. П., Гуревич С. М., Ибрагимов А.-Х. -Г. и др. — М.: Высш. шк., 1980. — 287 с.

43) Журналістика = Journalismus: підручник і посібник: пер. з нім. / Штефан Рус-Моль; Пер. В. Климченко, В. Олійник; Наук. ред. В. Іванов. — К. : Академія Української Преси: Центр Вільної Преси, 2013. — 345 с.

44) «Журналісти і Незалежність». — Київ : ВЦ «Академія», 2020. — 400 с.

45) Журналістика: словник-довідник / Авт.-уклад. Ігор Леонідович Михайлин. — К. : Академвидав, 2013. — 317 с.

46) Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ: пер. з англ. / Ричард Крейг; Пер. Андрій Іщенко. — К. : Києво-Могилянська академія, 2007. — 324 с.

47) Історія української журналістики: Становлення та розвиток фейлетону : навч. посіб. / Н. Г. Герасимчук. – К. : Київський ун-т, 2014. – 111 с.

48) Ла Рош Вальтер фон. Вступ до практичної журналістики. — К.:Академія Української преси. — 2004.

49) Оратаї журналістської ниви: Українські редактори, видавці, публіцисти : У 2 кн. Кн. 1 / М. М. Романюк; НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Наук.-дослід. центр періодики. — Л., 2002. — 235 с.

50) Оратаї журналістської ниви : Українські редактори, видавці, публіцисти. У 2 кн. Кн. 2 / М. Романюк; НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Н.-д. центр періодики. — Л., 2004. — 238 с.

51) Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів : посіб. для журналістів / Л. Опришко, А. Сафаров, О. Чуранова ; [Л. Опришко, А. Сафаров, О. Чуранова]. – Київ : Рада Європи, 2019. – 107 с.

52) Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. 2-ге вид., стер. / Т. О. Приступенко — К.: Київський університет, 2008. — 334 с.

53) Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / М-во освіти і науки України, Ужгород. нац. ун-т;. — Ужгород: Закарпаття, 2007. — 220 с.

54) Українська журналістика в іменах: Матеріали до енцикл. словника. Вип. 1—20 / Н.-д. центр періодики Львівської наук. б-ки ім. В. Стефаника НАН України; Ред. М. М. Романюк. — Львів, 1994—2013.

55) Яцимірська М. Г. Сучасний медіатекст: Словник-довідник. — Львів: ПАІС, 2005. — С. 128 с.

56) Яцимірська М. Г. Культура мови журналіста: навч посібник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Львів: ПАІС. — 2017. — 168 с.

57) Яцимірська М. Г. Термінологічно-понятійний мінімум студента-журналіста: навч посібник. Ч. I—II. — Львів: ПАІС, 2008. — 104 с.

58) Рэндалл, Д. Универсальный журналист. — М.: Международный центр журналистики, 1996.

59) Н. Н. Кошкарлова. Пресс-конференция как разновидность интервью. Тезисы Междунар. науч. конф. // Современная политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов. — 2011. — С. 149.

60) Квале С. Исследовательское интервью / Пер. с англ. М. Р. Мироновой. — М.: Смысл, 2003. — 301 с.

61) Белановский, С. А. Индивидуальное глубокое интервью. — М.: Никколо-Медиа, — 320 с.

62) Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / Пер. с англ. Т. Н. Федоровской под ред. С. А. Белановского. — М.: Институт молодёжи, 1991.

63) Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX–XXI ст.) : монографія / Ю. О. Сазонова. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. – 256 с.

4. Текст проекту «Спортивні журналісти – про футбол, політику, бізнес і власну професію. Серія аналітичних інтерв'ю»

Вступ

Деякі люди вважають, що футбол – це всього лише гра, в якій 22 людини бігають за м'ячем. Однак існує й інший погляд: футбол — це мистецтво, пристрась, театр, війна, великі гроші, імідж, політика, а для когось навіть усе життя.

Запропоновану серію складають п'ять інтерв'ю із спортивними журналістами, які працюють в різноманітних редакціях – від класичних до більш сучасних і дещо нетрадиційних. Зокрема учасниками цих відвертих бесід стали: **Павло Кушнірук** (журналіст, автор і редактор в інформаційній агенції “Брутальний Футбол”), **Віталій Пасічний** (журналіст інтернет-порталу “Sport.ua” та періодичного друкованого видання “Футбол”), **Роман Сінчук** (журналіст інтернет-порталу “UA-Football”), **Євген Музика** (журналіст футбольно-аналітичного ток-шоу "ПроФутбол Digital") і **Михайло Юхименко** (журналіст інтернет-порталу “Футбол 24”).

І не випадково для інтерв'ю була обрана саме ця п'ятірка спортивних журналістів. Ще в школі на перерві я читав та перечитував їхні захопливі матеріали. Для мене вони були і залишаються “майстрами спортивного пера”. Тож було дуже приємно, коли кожен з них легко погодився приділити мені час та дати розгорнуте інтерв'ю.

Говорили просто про складне: чи можна уявити світ без футболу, чи впливає він на імідж країн, як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників, чому деякі талановиті гравці, на жаль для себе, зовсім нічого не досягають у професійній кар'єрі. Крім цього розмірковували над тим, як еднають людей виступи національної збірної, що означає футбол для великого капіталу, чому футбольні фанати за своєю сутністю є такими агресивними, яке місце посідає сама гра у спортивній картині світу і що насправді стоїть за заїждженою фразою “спорт поза політикою”.

А також ми, звісно, спілкувалися про особливості та підводні камені їхньої чудової професії: що в ній подобається і дратує, де здобувати профільну освіту, скільки можуть заробляти спортивні акули пера та коли відбувається становлення футбольного журналіста – вже у дорослому віці чи ще при народженні. Відповіді на ці та інші питання можна легко знайти в наших інтерв'ю.

Очевидно, що про спорт важливо й необхідно говорити. Однак потрібно розділити спорт високих досягнень і масовий спорт. Ці обидва напрями відповідають за престиж нації і впливають на її здоров'я. Престиж нації – це зміцнення авторитету певної країни на міжнародній арені завдяки гучним успіхам її спортсменів. Яскраві тому приклади в Україні: Андрій Шевченко, брати Клички, Еліна Світоліна та інші герої. Коли наші спортсмени стоять на високих п'єдесталах і тримають в руках медалі, коли високо підіймається наш прапор і звучить гімн – ми відчуваємо гордість за свою країну і отримуємо потужний заряд позитивних емоцій. Хоча, звісно ж, успіхи у сфері спорту не повинні нівелювати соціальні проблеми, як це часто відбувається в тоталітарних суспільствах.

Якщо говорити про здоров'я нації, то масове залучення людей до занять спортом значно підвищує якість життя в різних його аспектах. Тому ми говоримо про спорт і про те, що його потрібно постійно розвивати за сучасними стандартами. Правильна організація спорту допомагає державі використовувати його, як інститут по оздоровленню нації, як модель соціальних відносин відкритого суспільства щасливих та успішних людей.

Постає запитання – у чому цінність спортивного журналіста в ХХІ ст. По-перше, вони забезпечують широке та об'єктивне інформування аудиторії про всі події, що відбуваються у світі спорту. По-друге, вони сприяють формуванню позитивної громадської думки стосовно спорту завдяки розкриттю і популяризації гуманістичних ідеалів і цінностей. По-третє, акули пера цього профілю підвищують спортивну грамотність всіх категорій та груп населення і залучають до нього все більше й більше людей. І, нарешті,

журналісти беруть активну участь в управлінні спортом, у розробці та організації різних спортивних заходів.

Зараз по всьому світу спостерігається період підвищеного інтересу до спорту. Як наслідок – професія спортивного журналіста стає все більш популярною і потрібною. Такі фахівці працюють в штаті спортивних видань та телевізійних програм, займаються підготовкою іміджевих публікацій, створюють і просувають власні спортивні канали комунікації – сайти, блоги та інші електронні ресурси.

Чим тоді ґрунтовно вирізняється спортивна журналістика від будь-якого іншого її напрямку? Це — одна із найбільш романтичних професійних спеціалізацій. Адже люди, які нею займаються, поєднують роботу і своє захоплення. Проте треба визнати, що глобально функції спортивної журналістики не є чимось унікальним і властивими тільки їй одній. Вони спокійно можуть зустрічатися і в інших галузях журналістики, адже є цілком універсальними.

Але дещо все ж можна виокремити. Так дослідник Павло Воронков виділяє дві функції, які, на його думку, характерні тільки для спортивної журналістики. Перша – це певний “ескейпізм”. Згідно з трактуванням автора, спортивна журналістика “вибудовує свій інший світ, в якому править спорт, в якому люди з'ясовують відносини у чесній і справедливій боротьбі, де ти щиро переживаєш за своїх улюблених спортсменів і національну збірну”. А друга – це “функція емоційної міни”. Вона полягає в тому, що забезпечує емоційну розрядку особистості без небезпеки для суспільства, адже усі негативні емоції спрямовані не на реальний світ, а на його модель – світ спорту.

Такий феномен сприйняття спорту людьми яскраво ілюструє фраза легендарного тренера “Ліверпуля” Білла Шенклі: “Багато хто думає, що футбол – це питання життя і смерті. Це не так. Футбол – це набагато важливіше”. У світі спорту відбувається переоцінка цінностей і вироблення нових принципів, навичок, норм поведінки. Тож якщо спортивний журналіст

відповідально ставиться до своєї професії – він не має права залишати без уваги такі психологічні особливості більшості своєї аудиторії.

Павло Кушнерук: “Твердження, що “спорт поза політикою” – це несусвітня дурниця”

Журналіст, автор і редактор в інформаційній агенції “Брутальний Футбол” Павло Кушнерук розказав про футбол у сучасному світі, що ця гра означає для великого капіталу, а також коли відбувається становлення спортивного журналіста – вже у дорослому віці чи ще при народженні.

Яке місце футбол посідає у спортивній картині світу?

Вкрай просте запитання: на сьогодні він є спортом номер один, ще довго таким лишатиметься, це — популярна, прибуткова гра, яка збирає навколо себе надзвичайно велику аудиторію.

Чи можна уявити світ без футболу?

В наш час це зробити важко, адже у світі сформувалася численна армія вболівальників, для якої футбол є важливою складовою життя. Навіть в період всесвітньої пандемії він не втрачає своєї цінності, зберігає для багатьох людей велике значення. Думаю, що якби навіть його не існувало, то все одно людство вигадало б подібну гру, як вияв еволюції і прогресу.

Футбол є грою наднаціональною чи національною? Іншими словами, коли ми вболіваємо, ми єднаємося навколо улюблених команд, чи є інші принципи єднання? Чи йдеться про конкуренцію, а не про єднання та солідарність?

Звісно, у футболі присутній великий елемент конкуренції та суперництва, адже це — невіддільна складова будь-якої гри. Однак водночас він виконує інші місії, до прикладу, — консолідує суспільство. Якщо ми говоримо про зовнішню конкуренцію, то це здебільшого виступи за участі національної команди. Зрозуміло, що коли грає національна збірна — усі різноманітні групи суспільства єднуються між собою. Національна збірна дарує нам почуття солідарності. Якщо ж йдеться про внутрішні матчі, то в них, дійсно, більше конкуренції, оскільки кожен із клубів уособлює певне місто чи область, що неминуче породжує спортивний конфлікт.

Футбол є частиною іміджу держави, чи держава — її рейтинг у світі — впливає на брендівість футболу? Наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях?

Часто держава сама безпосередньо бере участь у розвитку футболу. Тож важливо, якими потім будуть результати на міжнародній арені. Якщо результати високі – це засвідчить якість роботи держави у цій сфері. Для прикладу можна взяти Ісландію, доволі скромну країну з населенням всього

300 тисяч громадян. В 90-х роках минулого століття, задля запобігання розвитку алкоголізму, держава інвестувала великі кошти у розвиток спортивного сегмента. Це була і оздоровча місія, і спортивна. Як результат – плоди були досягнуті у 2016-2018-му роках, коли нарешті виросло покоління, котре було готове вирішувати серйозні завдання. Тоді збірна Ісландії з футболу кваліфікувалася на Чемпіонат Європи та Чемпіонат світу. Гравці прославляють свою країну, і навпаки. Це наочний приклад того, як держава може взаємодіяти з футболом, і як може формуватися обопільний імідж. Таким чином є загальна демонстрація того, що навіть у невеликих країнах можуть вирости якісні футболісти.

Коли ми вболіваємо, ми лише розважаємося? Чи йдеться про певний соціальний акт? Чому футбольні фанати — найагресивніші фанати загалом?

Кожен фанат розуміє, для чого він відвідує той чи інший матч. Безумовно, тут присутній елемент розваги, однак має місце і соціальний підтекст. Наприклад, ультрас часто висловлюють свою чітку позицію стосовно різних питань, вони грають велику роль з початку подій на сході країни. Наразі їх можна назвати певною соціальною структурою, а не просто збіговиськом людей, якими їх бачать пересічні громадяни. Чому футбольні фанати – найагресивніші фанати загалом? Можливо тому, що футбол привертає увагу різноманітної маси людей. І сама гра загалом стимулює бурхливо демонструвати свої емоції і викидати їх на полі й на трибунах.

Для великого капіталу футбол – це улюблена справа, імідж чи бізнес-проект (в Україні та закордоном)?

Думаю, що це сукупність усіх компонентів. Звісно, сучасний футбол орієнтований на бізнес і прибуток. Проте, як і будь-яка інша справа, він повинен приносити задоволення та одночасно формувати іміджеву складову.

За успішними футбольними командами стоять гроші чи люди? Потужне фінансування чи амбіції власників (тренерів, окремих гравців)?

Ці складові можна скомпонувати разом, адже не завжди лише гроші все вирішують. Головне, щоб були компетентні люди, які вміють ними розпоряджатися. В протилежному випадку легко витратити великі суми і не досягти результату, який є найголовнішим у футболі.

Футболісти часто уникають незручних питань, а тому, як правило, стверджують, що футбол — поза політикою. Це дійсно так, чи спорт і політика все-таки тісно пов'язані між собою?

Твердження, що “спорт поза політикою” – це несусвітня дурниця. Ці сфери тісно переплітаються ледь не з 16-го століття, коли існувало флорентійське кальчо (командний вид спорту, один з “предків” сучасних футболу і регбі). Як тільки воно розпочиналося – миттєво припинялася війна. Існує маса прикладів, які наочно доводять те, що футбол завжди був маніпулятивним і використовувався політиками. Як приклад – матч 30-х років минулого століття між Англією та Німеччиною, де британських гравців змусили салютувати Гітлеру.

Чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю (за умови, що обоє не обділені талантом)? Чи є універсальний секрет успіху?

Універсального секрету успіху ніколи не було і не буде. Талант – це, звісно ж, прекрасно. Але потрібно постійно, день за днем, докладати великі зусилля, аби домогтися успіху.

Як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників? Важливі лише виступи на полі, чи має значення його нефутбольне публічне життя?

Насамперед вболівальники дивляться на те, як гравець проявляє себе на футбольному полі, оскільки він, разом зі своїми партнерами по команді, відповідає за результат. Проте його публічне життя також має велике значення, тому що футболісти є прикладом для багатьох людей, котрим важлива їхня поведінка. Брати приклад краще з тієї людини, яка має високі моральні цінності, дотримується належних правил поведінки, несе

відповідальність за свої слова. Все це формує загальний образ людини. Ти можеш бути професіоналом на полі, але не менш важливо, яким ти є поза ним.

Спортивними журналістами стають чи народжуються?

Журналістика – це, швидше, поклик душі. Насамперед спорт треба любити і цікавитися ним. Вважаю, що в академічному сенсі цього слова журналістом стати легко. Проте той самий футбол все-таки потребує дещо глибших знань. Не будь-який журналіст зможе його правильно висвітлювати.

Де вчитися на спортивного журналіста?

Якщо я не помиляюся, в Україні немає спеціальних факультетів, котрі спрямовані на вивчення виключно спортивної журналістики. Людина, яка вивчає в університеті ази журналістики і безпосередньо стає дипломованим спеціалістом в даній сфері, може в теорії стати спортивним журналістом. Але для цього потрібен відповідний бекграунд.

Скільки може заробляти спортивний журналіст?

Спортивна журналістика в Україні, особливо футбольна, знаходиться на достатньо непоганому рівні, тому середня зарплата становить 8-12 тисяч гривень. Відомі журналісти, яких впізнають на вулицях, звісно, отримують набагато більше. Середній сегмент для них орієнтовно становить 15-20 тисяч гривень. А ось відомі журналісти, які працюють на телебаченні, на кшталт Віктора Вацка чи Олександра Денисова, – від 2-х до 5-ти тисяч доларів.

Що найбільше подобається в професії, а що дратує?

Найбільше подобається сам процес висвітлення різноманітних моментів, пов'язаних з футболом. Теж цікаво досліджувати додаткові матеріали, що необхідні для написання тієї чи іншої статті. А дратує, як би це парадоксально не звучало, велика кількість матчів, які наразі є у сучасному футболі. Їх надзвичайно багато, не завжди встигаєш охопити все, що хотілося б. Прикро, коли з-під пальців вислизає якийсь момент, що вартий уваги.

Порада людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Любіть спорт. Це – найголовніше, адже без цих почуттів з вас навряд чи вийде хороший спортивний журналіст. І наберіться терпіння: даний підвид журналістики вимагає працювати 24 на 7.

Роман Сінчук: “Той світ, який ми знаємо, без футболу вже неможливий”

Журналіст інтернет-порталу “UA-Football” Роман Сінчук розповів, що стоїть за успішними футбольними клубами, чи єднаємося ми навколо улюблених команд і скільки може заробляти спортивний журналіст.

Яке місце футбол посідає у спортивній картині світу?

Ключове місце в Європі, Африці та Латинській Америці, другорядне – в інших частинах світу. Очевидно, що це спорт номер один як за кількістю активних вболівальників і громадським інтересом, так і за вкладеними в нього грошима. Футбол давно переріс у величезну індустрію, чий маховик не можна спинити навіть в пандемію. Яскраве свідчення – контракт Ліонеля Мессі на 555 мільйонів євро.

Чи можна уявити світ без футболу?

Можна уявити навіть світ без людей – достатньо в Чорнобильську зону заїхати. Але це вже буде зовсім інший світ. Той, який ми знаємо, без футболу вже неможливий.

Футбол є грою наднаціональною чи національною? Іншими словами, коли ми вболіваємо, ми єднаємося навколо улюблених команд, чи є інші принципи єднання? Чи йдеться про конкуренцію, а не про єднання та солідарність?

Футбол є грою колективною. Виходять на поле 11 проти 11 – і грають. А вже окрема справа кожного вболівальника, як до цього ставитися. Поряд за одним столом можуть сидіти фанати мюнхенської “Баварії”, київського “Динамо” та хейтер збірної Росії. В кожного з них буде різна відповідь на це запитання.

Футбол є частиною іміджу держави, чи держава — її рейтинг у світі — впливає на брендовість футболу? Наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях?

Найбільш футбольною країною світу все ще залишається Бразилія. Також серед таких успішних держав можна виділити Аргентину, Нігерію, Португалію, Хорватію, Мексику, якій немає рівних на своєму континенті. А ось США та Китай банально погано грають у футбол. Це і є відповідь.

Коли ми вболіваємо, ми лише розважаємося? Чи йдеться про певний соціальний акт? Чому футбольні фанати — найагресивніші фанати загалом?

В Белграді, наприклад, і під час баскетбольних матчів “Партизана” та “Црвени Звезди” все навколо горить, бувають сутички і жертви. Ультрас є гарячими всюди, просто футбол – найпопулярніша у світі гра, відповідно і футбольних вболівальників більше, ніж усіх інших разом взятих. Людині важливо бути серед “своїх”, це для неї як своєрідна психотерапія. А кому мало єднання зі стадіоном – той шукає вужчі групи, на кшталт ультрас.

Для великого капіталу футбол – це улюблена справа, імідж чи бізнес-проект (в Україні та закордоном)?

В Україні це улюблена справа навпіл з іміджем. І київське “Динамо”, і донецький “Шахтар” є збитковими, не говорячи вже про всі інші українські

клуби. На Заході ж футбол – це переважно бізнес. Втім, є винятки: французький “ПСЖ” є іміджевим проектом Катару, котрий так просуває себе на міжнародній арені.

За успішними футбольними командами стоять гроші чи люди? Потужне фінансування чи амбіції власників (тренерів, окремих гравців)?

І гроші, і люди. Є приклад “Манчестер Юнайтед”, який має власників-мультимільярдерів, проте після відходу легендарного тренера сера Алекса Фергюсона в 2013-му ще жодного разу не виграв чемпіонат Англії. Оскільки в клубі погані скаути, посередні тренери і жодного гравця з задатками лідера. Гроші на поле не виходять, їх ще треба вміти витратити.

Футболісти часто уникають незручних питань, а тому, як правило, стверджують, що футбол — поза політикою. Це дійсно так, чи спорт і політика все-таки тісно пов’язані між собою?

Можна що завгодно оголосити поза політикою, але від цього нічого не зміниться. Я просто назву один факт: Гондурас почав війну проти Сальвадора після поразки у футбольному матчі відбору на Чемпіонат світу в 1969-му році.

Чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю (за умови, що обоє не обділені талантом)? Чи є універсальний секрет успіху?

Універсального секрету успіху немає, адже ще є фактор везіння. Втім, в основі успіху лежить талант і працездатність. Без наполегливої роботи можна загубити будь-який дар. Як і з допомогою шкідливих звичок. Цьому є маса прикладів серед відомих спортсменів.

Як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників? Важливі лише виступи на полі, чи має значення його нефутбольне публічне життя?

Якщо той чи інший гравець грає у футбол ефективно, допомагає команді та несхильний до брудних прийомів – його поважають. Якщо до цього він ще й грає красиво – його вже люблять. Якщо він серед кращих у світі – його обожають. Все інше йде бонусом. До прикладу, зірку “Манчестер Юнайтед” Маркуса Решфорда хвалять в Англії за увагу до дітей з малозабезпечених

сімей. Проте хто б на це звернув увагу, якби він сидів у запасі команди з нижчого дивізіону?

Спортивними журналістами стають чи народжуються?

Я переконаний, що стають. Звісно, потрібні певні задатки, але щоб досягти пристойного рівня треба багато працювати. До речі, як і футболістам.

Де вчитися на спортивного журналіста?

Особисто я вчився на географа, тому, на жаль, компетентно відповісти не можу.

Скільки може заробляти спортивний журналіст?

Існує багато факторів, які на це впливають – може 1 тисячу, а може 25. Важливий нюанс: для початку кар'єри критично важливі стаж та досвід, а роботи не так вже й багато. Тому треба йти навіть на невеликі гроші, це єдиний варіант.

Що найбільше подобається в професії, а що дратує?

Подобається гнучкий графік, творча робота, харизматичні колеги. Також круто, що переважно це віддалена робота, і ти можеш бути поруч зі своєю сім'єю. Натомість дратують люди, які постійно вважають, що ти “на когось працюєш”. І ще, звісно ж, перепади інтернету.

Порада людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Не займайтеся цим, якщо маєте надію стати мільйонерами. Хороший спортивний журналіст виходить з того, хто любить спорт, добре і грамотно писав твори в школі, володіє достатньою самодисципліною, аби весь час продовжувати вчитися. Футбольний світ постійно змінюється, і ти зобов'язаний змінюватися з ним в унісон, інакше молодь тебе швидко посуне. Власне, тому в нашій професії майже немає людей 45+.

Віталій Пасічний: “Всі талановиті футболісти стають зірками – просто відповідно до масштабу свого таланту”

Журналіст інтернет-порталу “Sport.ua” та періодичного друкованого видання “Футбол” Віталій Пасічний розповів, чи пов’язані між собою спорт і політика, як уявити світ без футболу і де вчитися на спортивного журналіста.

Яке місце футбол посідає у спортивній картині світу?

Безсумнівно, величезне. Не буду пафосно кидатися словами, на кшталт “спорт номер один”. Приміром, в тих же США він нікому не потрібен. Але це все одно найбільш глобальна гра у світі.

Чи можна уявити світ без футболу?

Запросто. Я далекий від поглядів, що “футбол – більше, ніж гра”. Рік тому весь світ спокійно прожив без нього декілька місяців. Разом з тим цей спорт для сотень мільйонів людей дійсно виконує більшу роль, ніж просто розважальну. Це може бути єдиним порятунком, що відволікає від суворих буднів.

Футбол є грою наднаціональною чи національною? Іншими словами, коли ми вболіваємо, ми єднаємося навколо улюблених команд, чи є інші принципи єднання? Чи йдеться про конкуренцію, а не про єднання та солідарність?

Принципів єднання настільки багато, що на цю тему можна написати цілу дисертацію. Звичайно ж, національний принцип вже давно не є головним.

Футбол є частиною іміджу держави, чи держава — її рейтинг у світі — впливає на брендовість футболу? Наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях?

Для маленьких країн футбольні успіхи – одна з небагатьох можливостей нагадати про себе. Уругвай двічі вигравав Чемпіонат світу, і це сильно зміцнило імідж скромної держави. Ще більше це працює на рівні міст: страшно

увияти, наскільки більше людей знають іспанське містечко Вільярреал виключно завдяки місцевому футбольному клубу.

Коли ми вболіваємо, ми лише розважаємося? Чи йдеться про певний соціальний акт? Чому футбольні фанати — найагресивніші фанати загалом?

Вважаю, що все індивідуально. З-поміж підписників “Барселони” в соцмережах 99% не мають відношення не те що до міста Барселона, а навіть просто до Каталонії. Відповідно, їм байдужа і боротьба регіону за незалежність. Але, звичайно, є локальні клуби, які стають символами регіонів, країн, міст – як та ж “Барселона” за часів Франсіско Франко, коли її стадіон був єдиним місцем, де можна було безкарно говорити каталонською.

Для великого капіталу футбол – це улюблена справа, імідж чи бізнес-проект (в Україні та закордоном)?

У країнах західної Європи – частіше бізнес-проект, у нас – іміджевий або просто іграшка олігархів.

За успішними футбольними командами стоять гроші чи люди? Потужне фінансування чи амбіції власників (тренерів, окремих гравців)?

По різному. В одному випадку успіх приносять шалені гроші, в іншому – люди та їхні ідеї й амбіції.

Футболісти часто уникають незручних питань, а тому, як правило, стверджують, що футбол — поза політикою. Це дійсно так, чи спорт і політика все-таки тісно пов’язані між собою?

“Спорт поза політикою”, як “вічний двигун” – недосяжний ідеал, до якого треба прагнути. Чемпіонати Англії, Іспанії, Італії майже ніяк не залежать від того, хто переможе на чергових виборах. Але навіть там все ж проходять окремі політичні акції. Однак при цьому особисто мені набагато ближчий Ліонель Мессі, який 15 років грає в “Барселоні” і ніколи нічого не казав про боротьбу Каталонії за свою незалежність. На відміну від деяких гравців, котрі використовують популярність, щоб перетягнути якомога більше своїх фанатів на “правильну” політичну сторону.

Чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю (за умови, що обоє не обділені талантом)? Чи є універсальний секрет успіху?

На мою думку, всі талановиті гравці стають зірками, просто відповідно до масштабу свого таланту.

Як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників? Важливі лише виступи на полі, чи має значення його нефутбольне публічне життя?

Безумовно, для спортсмена непогано бути “своїм” для вболівальників, давати їм відчуття, що він – один з них. Прихильники львівських “Карпатах”, наприклад, вимагали не брати в команду футболістів, які грали в Росії. Але рівень виступів на полі настільки переважає все інше, що решта не грає особливої ролі. Златана Ібрагімовича любили вболівальники всіх команд, за які він грав – просто тому, що грав дуже добре.

Спортивними журналістами стають чи народжуються?

Стають, проте щоб ним стати – потрібно безмежно любити спорт. А це почуття йде ще з юності, навіть частіше за все з дитинства.

Де вчитися на спортивного журналіста?

Вчитися дозволено скрізь: у коментарях в інтернеті, у соціальних мережах, в розмовах з блогерами. Можна закінчити журфак – і зовсім не відповідати вимогам, а можна взагалі не мати вищої освіти – і робити топ-контент. Найважливіше – це вміти ловити сучасні тренди, розуміти, що цікаво аудиторії і, звичайно, просто бути готовим багато-багато працювати.

Скільки може заробляти спортивний журналіст?

Від нуля до нескінченності. Жодна посада або диплом не гарантують високу зарплату. При цьому мені страшно уявити доходи футбольного блогера Євгена Савіна, чії відеоролики стабільно збирають по мільйону переглядів.

Що найбільше подобається в професії, а що дратує?

Найбільше подобається те, що завдяки інтернету можна працювати завжди. А дратує те, що завдяки інтернету потрібно працювати завжди.

Порада людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Будьте сучасними. Намагайтеся опинитися сьогодні там, де всі інші опиняться завтра.

Євген Музика: “Не йдіть у спортивну журналістику, тому що тут немає грошей”

Журналіст аналітичного ток-шоу "ПроФутбол Digital" Євген Музика розказав, чи є футбол частиною іміджу держави, що найбільше подобається і дратує в професії, а також чи існує універсальний секрет успіху зіркових спортсменів.

Яке місце футбол посідає у спортивній картині світу?

Не буду оригінальним, це спорт номер один на планеті. Навіть в США, де популярними є багато інших видів спорту, на нього теж збирається чимала публіка. Інтерес до футболу постійно зростає, закріплюючи його на певній вершині спортивної гори світу.

Чи можна уявити світ без футболу?

Дуже важко, майже неможливо. Особливо коли ти працюєш у цій сфері. Проте якщо подивитися глобально, то футбол – це лише один з видів розваг. Тож навряд чи світ зупинився б, якби він зник.

Футбол є грою наднаціональною чи національною? Іншими словами, коли ми вболіваємо, ми єднаємося навколо улюблених команд, чи є інші принципи єднання? Чи йдеться про конкуренцію, а не про єднання та солідарність?

Не можу науково розібрати глибини людської поведінки, але, на мою думку, у кожного з нас закладена певна тяга до єднання з чимось великим. І коли грає національна збірна – вся країна об'єднується в одне велике МІ. Людям підсвідомо подобається бути частиною такої великої спільноти. Точно такий процес можна спостерігати не тільки навколо національної збірної, а й на рівні звичайного невеликого села. Коли сільська команда грає умовний матч чемпіонату району – приходять подивитися та повболівати за “своїх” навіть ті, хто взагалі футболу особливо не цікавиться.

Футбол є частиною іміджу держави, чи держава — її рейтинг у світі — впливає на брендовість футболу? Наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях?

Не думаю, що повага до країни аж надто сильно залежить від того, наскільки успішно виступають її клуби чи національна збірна. Адже, наприклад, данські та норвезькі команди практично нічого не досягають у єврокубкових змаганнях. Однак і Данію, і Норвегію цілком поважають у світі й без футболу. Можливо, коли йдеться про Бразилію чи Аргентину, для яких ця гра означає все і навіть більше, – то їхні успішні виступи, звісно, додають цим державам іміджу. Але це лише його частина, а не цілісна картина.

Коли ми вболіваємо, ми лише розважаємося? Чи йдеться про певний соціальний акт? Чому футбольні фанати — найагресивніші фанати загалом?

“Вболівання й переживання за своїх” – це дійсно соціальний акт, а не просто розвага. Щодо футбольних фанатів, то, вочевидь, таких фанів просто набагато більше, ніж прихильників інших видів спорту. А, отже, і ймовірність,

що серед них буде більше агресивних і дещо неадекватних людей – також більша.

Для великого капіталу футбол – це улюблена справа, імідж чи бізнес-проект (в Україні та закордоном)?

Потрібно розглядати кожну історію окремо. Напевно, у будь-якому випадку будуть присутні всі ці три компоненти. Питання лише у тому, в якій пропорції вони між собою співвідносяться. Для європейських топ-клубів – це імідж плюс бізнес, для скромних європейських команд – переважно бізнес, що приносить дохід їхньому керівництву. А українські клуби існують завдяки любові до футболу їхніх власників. Тотальна більшість з них, на жаль, збиткові.

За успішними футбольними командами стоять гроші чи люди? Потужне фінансування чи амбіції власників (тренерів, окремих гравців)?

Для того, щоб клуб був успішним, в ньому мають бути і гроші, і люди, які вміють ними грамотно розпоряджатися. Оскільки які б розумні люди не сиділи у високих кабінетах футбольних клубів – робити гроші з повітря вони ще не навчилися. А без належного фінансування проект далеко не поїде. Так само і навпаки – багато грошей в руках дурної голови приведуть до плачевних результатів. Отже, важливий баланс.

Футболісти часто уникають незручних питань, а тому, як правило, стверджують, що футбол — поза політикою. Це дійсно так, чи спорт і політика все-таки тісно пов'язані між собою?

Так, спортсмени люблять уникати незручних питань. Хоча, в принципі, як і всі публічні особистості. Мало хто з них може прямо сказати, що футбол – це, звісно ж, частина політики. Так було, є і буде.

Чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю (за умови, що обоє не обділені талантом)? Чи є універсальний секрет успіху?

Все залежить від багатьох факторів. Одного лише таланту абсолютно точно буде недостатньо, щоб стати навіть просто хорошим футболістом, не те

що світовою зіркою. Талант – це всього 1 відсоток успіху, а інші 99 відсотків – кропітка праця. Як би банально це не звучало, але потрібно мати голову на плечах. Кінець-кінцем, не варто недооцінювати фактор удачі. Адже яким би талановитим не був умовний гравець, та якщо він отримує спочатку одну важку травму, потім іншу, потім ще одну – то його кар’єра закінчується надзвичайно швидко.

Як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників? Важливі лише виступи на полі, чи має значення його нефутбольне публічне життя?

Завоювати любов вболівальників не так вже й важко, як може здаватися. Викладайся на полі на 100 відсотків, а за його межами хоча б не витворяй ідіотських вчинків – і вже буде чудово. Якщо ж додатково ще займатися чимось корисним для суспільства – то любов та повага фанатів закономірно будуть безмежними.

Спортивними журналістами стають чи народжуються?

Футболістами народжуються, а спортивними журналістами – стають. Однак для такого гордого звання, як спортивний журналіст, потрібно щонайменше грамотно складати слова в речення. Та якщо промоніторити наші ЗМІ, то можна помітити, що далеко не всі з цим дають раду. Але журналістами вони вважаються, чи принаймні самі вважають себе такими.

Де вчитися на спортивного журналіста?

Точно сказати не можу, особисто я на журналіста не вчився. Логічно буде припустити, що здобути подібну освіту можна в будь-якому університеті, де є факультет журналістики чи філології.

Скільки може заробляти спортивний журналіст?

Мало, звичайні журналісти не заробляють золоті гори. Що вже казати про редакторів стрічки новин – там взагалі картина сумна. Колись одна мудра людина давала поради для майбутніх спортивних журналістів. Порада під номером 1 звучала наступним чином: “Не йдіть у спортивну журналістику, тому що тут немає грошей”. Але ми не сильно засмучуємося з цього приводу, адже ми постійно дивимося наш улюблений футбол.

Що найбільше подобається в професії, а що дратує?

Подобається бути причетним до грандіозного й величного світу футболу, можливість поговорити чи поставити запитання у флеш-зоні таким зіркам, як Кевін Де Брюйне або Антоніо Конте. Приємно знати, що глобально ви працюєте в одній сфері, хоч трохи й на різних рівнях. А дратують затримки з виплатами заробітної плати, ця проблема об'єднує багатьох людей.

Порада людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Добряче подумайте, зважте всі за та проти, потім ще раз добряче подумайте – і тоді вже з ясною головою поринайте у спортивну журналістику.

Михайло Юхименко: “За успішними командами стоїть потужне фінансування, але не за кожною командою з великими грошима стоїть успіх”

Журналіст інтернет-порталу “Футбол 24” Михайло Юхименко розповів, чи є саме футбольні фанати найбільш агресивними, як спортсмену завоювати повагу і любов вболівальників, та дав декілька порад людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Яке місце футбол посідає у спортивній картині світу?

Здається, ніхто не буде сперечатися, що футбол – це спорт номер один на планеті. За різними статистичними даними у світі до 3,5 мільярдів людей, які, так чи інакше, зацікавлені у ньому. В реальності ж важко підрахувати число людей, які у нього грають. Чи можна вносити в подібні підрахунки дітей, які кожного дня бігають з м'ячем у дворі? Хоча у футбол можна грати навіть без м'яча – простою пляшкою на асфальті.

Втім, в окремих країнах ця гра може сильно програвати іншим видам спорту. Так у США вона поступається за популярністю бейсболу і баскетболу. В Канаді та Росії аналітики називають найбільш популярним спортом хокей, а в Індії і Пакистані – крикет.

Чи можна уявити світ без футболу?

Абсолютно! Футбол – це просто уособлення давньої жаги людей до хліба і видовищ, а також до культу сили. В Римі його нішу займали гладіаторські бої та гонитви колісниць, а у Карфагені, наприклад, любили кориду на слонів.

Уявити світ неможливо саме без попиту на цю жагу. Зрештою, варто розуміти, що він – лише один із сегментів розважальної сфери. Для людей найважливішими питаннями залишаються економічні, політичні, сімейні, кар'єрні та особисті. Розваги і захоплення спортом не зможуть перевищити їх, тому без футболу світ якось проживе. Є мільйони людей, які живуть без нього, і не мають з цим жодних проблем.

Футбол є грою наднаціональною чи національною? Іншими словами, коли ми вболіваємо, ми єднаємося навколо улюблених команд,

чи є інші принципи єднання? Чи йдеться про конкуренцію, а не про єднання та солідарність?

І те, й інше. Футбол однозначно є наднаціональною грою з універсальною мовою, правилами та принципами. Людина, яка його любить, буде вільно спілкуватись з представником будь-якого континенту на спортивну тематику. Глобально вболівальники скрізь однакові, однак на Балканах та у Польщі, до прикладу, масовим явищем будуть радикальні фанати, котрі готові вбивати за свій клуб. У Південній Америці насилля, як метод взаємодії з футболом, буде популярним для ширшого кола вболівальників. А в Європі різниця між фанатами може бути разючою навіть у межах одного міста.

Люди єднуються навколо ідей та принципів, але коли принципових людей багато – починається конкуренція та ворожнеча. Матчі національних збірних та питання, в яких йдеться про боротьбу за національні інтереси, можуть поєднувати країну. Проте здебільшого клубні інтереси переважають національні.

Футбол є частиною іміджу держави, чи держава — її рейтинг у світі — впливає на брендовість футболу? Наскільки імідж країни залежить від успішних виступів національної збірної та наших клубів у єврокубкових змаганнях?

Навряд чи футбол є частиною іміджу держави. Цей самий імідж формується з економічних показників, політичної моделі, рівня свободи слова та можливостей для розвитку особистості. Зрештою, йому сприяє вага на геополітичній карті світу.

Як приклад: російська збірна обіграла іспанців на Чемпіонаті світу 2018-го року і ледь не вийшла до півфіналу. Однак від цього імідж деспотичної та милітаризованої країни на газовій трубі не зник – до них продовжують ставитися насторожено і завалювати санкціями. Футбольні успіхи на міжнародній арені можуть створювати імідж лише у футбольному середовищі.

Ще один нюанс: брендовість футболу великою мірою залежить і від маркетингового розвитку. А він, своєю чергою, залежить від ситуації на ринку та економічних можливостей населення. Українські клуби дуже страждають від низької купівельної спроможності вболівальників та відсутності досвідчених маркетингових спеціалістів на ринку. Однак українські клуби не формують попит на них через особливості олігархічної форми керування.

Коли ми вболіваємо, ми лише розважаємося? Чи йдеться про певний соціальний акт? Чому футбольні фанати — найагресивніші фанати загалом?

Треба розуміти індивідуальні особливості вболівальника. Ядром футбольної культури є фани, які глибоко занурені у цей спорт. Для них гра – це насамперед соціальний акт. Таким чином вони демонструють власну ідейну та культурну ідентичність. Але водночас для них це також і розвага. Вони, звісно, теж люблять красивий футбол і шалені емоції від нього. А для так званих футбольних споживачів, які становлять найбільш масову частку аудиторії, це просто розвага. Вони приходять на стадіон, щоб попиту пива, з’їсти хот-дог, повболівати за “своїх” і дати волю емоціям.

Щодо агресивності футбольних фанатів, то я вважаю, що це більше стереотип. Їх надзвичайно багато, з цим важко сперечатися. А чим більше населення – тим більше воно диференціюється. Агресивні групи фанатів дійсно можуть бути вкрай чисельними. Однак частка подібних вболівальників – це максимум 1 відсоток від усіх.

Для великого капіталу футбол – це улюблена справа, імідж чи бізнес-проект (в Україні та закордоном)?

На заході – це насамперед бізнес-проект. Там клуби змушені заробляти, адже не можуть собі дозволити покривати борги і витрати із кишені власника. Вони мають всі умови для бізнесу: велике охоплення у клубів, найкращі рекламні пропозиції, престижні варіанти для комерційної співпраці. Найбільші клуби у Європі взагалі зараз перетворюються на транснаціональні корпорації, для яких фанати у рідних “барселонах” чи “лондонах” вже не

настільки пріоритетні, як, наприклад, в Азії чи арабських країнах, де банально більша аудиторія.

В Україні натомість великий футбол – це все-таки питання іміджу. Українські клуби навіть не намагаються заробляти, а просто поглинають гроші своїх власників. Але їх також можна зрозуміти, тому що заробити на українському вболівальнику їм практично неможливо, лише тільки на продажах футболістів. Квитки на матчі доводиться продавати майже за безцінок – фанатів на стадіоні все одно не багато. Витрати на утримання клубу в українській прем'єр-лізі настільки високі, що їх можуть дати тільки олігархи. Наразі вони займають панівне становище в економічній моделі.

За успішними футбольними командами стоять гроші чи люди? Потужне фінансування чи амбіції власників (тренерів, окремих гравців)?

Усі процеси взаємопов'язані. В наш час без потужного фінансування виграти великий турнір буде вкрай важко, практично нереально. Однак важливо знати: так, за успішними командами стоїть потужне фінансування, але не за кожною командою з великими грошима стоїть успіх. Гроші для футбольного клубу, звісно, необхідні. Проте більш важливими будуть кадри у кріслах менеджерів.

Футболісти часто уникають незручних питань, а тому, як правило, стверджують, що футбол — поза політикою. Це дійсно так, чи спорт і політика все-таки тісно пов'язані між собою?

По-перше, футболісти – люди підневільні. На заході їм постійно доводиться підбирати слова, аби нікого не образити, особливо коли це стосується політики. Інакше рекламодавці можуть відмовитися від співпраці. В Україні спортсмени теж співпрацюють з брендами, але вони, головним чином, залежні від свого роботодавця. А в нашій країні він не завжди налаштований на те, щоб гравці говорили про політику чи речі, де може пролунати неоднозначна заява. Аналогічно вони стараються відмовчуватися по всіх питаннях, де фігурують інтереси клубу чи власника.

Зрештою, варто розуміти, що футболістам банально не вистачає освіти, аби критично осмислювати дійсність. До 35-ти років вони живуть в режимі суцільних тренувань, а освіту їм заміняють стандартні установки з пострадянських сімей та тренерів. Коли гравці говорять, що “спорт поза політикою” – це рідко має під собою якусь програмну заяву. Звичайна шаблонна фраза, яку вони вивчили в дитинстві, і якою прагнуть сказати, що не хочуть брати участь у політичній дискусії.

Спорт поза політикою бути не може. Футболісти, які грали в так званій ДНР, отримують дискваліфікації, матчі проти Косово проводять на нейтральних полях, а українські та російські клуби розводять при жеребкуванні в УЄФА. Тому очевидно, що спорт і політика пов’язані настільки міцно, наскільки це взагалі можливо.

Чому один футболіст стає світовою зіркою, а інший — лишається посередністю (за умови, що обоє не обділені талантом)? Чи є універсальний секрет успіху?

Універсальний секрет всім давно відомий. Талант – маленька частина успіху, а 99 відсотків – це щоденна важка праця на тренуваннях. Не слід забувати і про інтелектуальний розвиток, адже в наш час футболістам треба багато думати як на полі, так і поза ним. Проблема полягає в тому, що навіть найбільш обдарований гравець із фантастичною працездатністю може нічого не досягти. Подібні прикрі події стаються через те, що існує занадто багато перепон, підводних каменів і банальний фактор випадковості.

Як футболісту завоювати повагу і любов вболівальників? Важливі лише виступи на полі, чи має значення його нефутбольне публічне життя?

Найперше заслужити любов вболівальників необхідно хорошою грою. Якісний футболіст завжди буде мати повагу фанатів. Якою б ти не був прекрасною людиною, але якщо ти бездарний гравець – то просто займаєш чийсь місце в клубі. Звісно, таких футболістів вже не надто люблять.

Комусь з вболівальників подобаються егоїстичні суперзірки-нарциси з провокативною поведінкою. А комусь більше до вподоби скромні хлопці з

простими сім'ями, звичайними машинами та красивими словами в інтерв'ю. Декому взагалі начхати, яке у гравця особисте життя – для таких фанатів важливо лише те, яку користь приносить той чи інший футболіст безпосередньо на полі. Універсальної відповіді немає, майже у кожного є і прихильники, і хейтери.

Спортивними журналістами стають чи народжуються?

Дехто стає спортивним журналістом вже у дорослому свідомому житті – цілеспрямовано здобуває профільну освіту, працює у виданнях, набирається досвіду. А деякі люди дійсно народжуються одразу з блокнотом, ручкою і футбольним м'ячем. Хтось взагалі потрапляє у нашу професію абсолютно випадково і досягає значних успіхів. На мою думку, подібні розгалуження характерні не тільки для журналістики, а для будь-якої професії.

Де вчитися на спортивного журналіста?

На журналістських факультетах мають бути напрями спортивної журналістики. Але її особливість в тому, що здобувати подібну освіту зовсім не обов'язково. Я, наприклад, прийшов у професію з історичного факультету. Переконалий, що він дає найбільше кадрів для спортивної журналістики: вони є у багатьох виданнях і створюють безліч якісних матеріалів. В нашу професію можна зайти з будь-якого боку – достатньо простого бажання, вміння писати і грамотно формулювати свої думки.

Скільки може заробляти спортивний журналіст?

Як і в будь-якій творчій професії, стелі заробітку у журналістиці немає. В Україні цифри заробітної плати коливаються від нуля до кількох тисяч доларів. На початку шляху доведеться, можливо, виконувати певну рутинну роботу за невеликі гроші. Або працювати на невеличких проектах, де фінансування взагалі відсутнє – наповнювати своє резюме.

Середньостатистичний спортивний журналіст в Україні заробляє від 8 до 30 тисяч гривень в залежності від посади. Стоїть питання до форм оплати: зарплата може бути фіксованою, а більшу частину доходів будуть становити гонорари. Скільки напрацював – стільки й отримав.

Що найбільше подобається в професії, а що дратує?

Подобається перебувати всередині спортивної журналістики, адже ця професія надзвичайно цікава і дещо таємнича та нетипова для суспільства. Серед ваших родичів чи знайомих, швидше за все, не так вже й багато журналістів. Крім того, приносить неабияке задоволення займатися творчістю – творча складова футбольної журналістики може навіть заповнювати порожнечу в душі у непрості життєві моменти. І головне правило щасливого життя: на роботі ми займаємося улюбленою справою.

Дратує, по-перше, нерівномірний робочий графік. Є ситуації, коли статтю потрібно здавати терміново, або навіть писати її вночі. Для спортивного журналіста вихідні – це умовна справа. По-друге, іноді дратує рутину, хоча вона є на будь-якій роботі. В цьому немає нічого катастрофічного, однак рутинна праця часом засмучує.

Також грають на нервах ситуації, коли читачі не йдуть далі заголовку та одразу пишуть в коментарях, який поганий матеріал і його автор. Подібні історії трапляються доволі часто, але до них треба ставитися з гумором, хоч і не завжди вдається.

Порада людям, які хочуть стати спортивними журналістами.

Вчіться писати, формулювати свої думки в осмислені речення, доносити свою думку через тексти. Вдосконалюйте свої знання, адже спортивна журналістика – річ специфічна, де потрібно розбиратися у термінології та просунутій статистиці. Чіпляйтеся за будь-який шанс, щоб продемонструвати свої таланти, і стукайте у різні двері – якісь точно відкриються!