

УДК: 070.41:796(44)
[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-107-112](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-107-112)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю У СПОРТИВНИХ МЕДІА ФРАНЦІЇ

ІСАЄВ Богдан,

аспірант,

Державний університет «Київський авіаційний інститут», Київ, Україна, e-mail: 131553@stud.kai.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0004-2276-3815>.

Стаття надійшла до редакції 28.06.2025 р.
Надіслано після редагування 19.08.2025 р.
Рекомендовано до видання 09.09.2025 р.

Цитування: Ісаєв Б. Трансформація жанру інтерв'ю в спортивних медіа Франції. Образ. 2025. Вип. 2 (48). С. 107–112. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-107-112](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-107-112)

Вступ. Інтерв'ю в спортивній журналістиці Франції є ключовим жанром, що забезпечує прямий доступ до думок спортсменів і тренерів. Цифрова трансформація, соціальні мережі та зміна вподобань аудиторії спричинили значні зміни в цьому жанрі. Дослідження аналізує еволюцію форми та функцій інтерв'ю в провідних французьких виданнях, заповнюючи прогалину в системному вивченні теми.

Актуальність. Актуальність зумовлена швидким розвитком медіа та потребою осмислення змін у спортивній журналістиці, що відображають сучасні тенденції споживання контенту й технологічні інновації. Мета – визначити ключові тенденції трансформації жанру інтерв'ю в спортивних медіа Франції, оцінити вплив цифрових технологій на його форму та функції і їхній ефект на сприйняття аудиторією.

Методологія. Застосовано комплексний підхід: контент-аналіз інтерв'ю в L'Équipe, Le Figaro, France Football (2015–2025), порівняльний аналіз традиційних і мультимедійних форматів, дискурс-аналіз соціокультурних тем, аналіз кейсів.

Результати. Частка текстових інтерв'ю скоротилася з 70 % (2020) до 45 % (2025), тоді як мультимедійні формати (відео, подкасти, Q&A в соціальних мережах) зросли з 15 % до 40 %. Інформативна функція домінує (60 %), але розважальна (25 %) і соціально відповідальна (15 %) функції набули ваги. Інтерактивність, зокрема через соціальні мережі, підвищила залученість аудиторії. Текстові інтерв'ю стали коротшими (800–1200 слів) і неформальними.

Висновки. Дослідження підкреслює адаптацію жанру інтерв'ю до цифрових і інтерактивних форматів, пропонуючи нове бачення його ролі в спортивних медіа Франції. Результати мають значення для журналістської практики та освіти. Перспективи включають вивчення впливу штучного інтелекту та глобальних трендів на локальні формати.

Ключові слова: спортивна журналістика, інтерв'ю, французькі медіа, мультимедійні формати, контент-аналіз, цифрові технології, аудиторія, промоція, подкасти, соціальні мережі.

Вступ. Інтерв'ю як жанр журналістики є одним із ключових інструментів спортивних медіа, що забезпечує прямий контакт з героями спортивних подій – спортсменами, тренерами, експертами [3]. У французьких медіа, відомих своєю багатою традицією спортивної журналістики, жанр інтерв'ю зазнає суттєвих змін під впливом



© Author, 2025

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

цифрової трансформації, нових технологій і змін у споживанні медіаконтенту [5]. Традиційні текстові інтерв'ю поступаються місцем мультимедійним форматам, таким як подкасти, відеоконтент і короткі публікації в соціальних мережах. Ці трансформації змінюють не лише форму, але й функції інтерв'ю – від інформативної до розважальної та промоційної. Проблема полягає у визначенні, які ці зміни мають причини і наслідки щодо подальшого розвитку жанру інтерв'ю в спортивних медіа, його сприйняття аудиторією та професійні практики журналістів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю аналізу еволюції інтерв'ю як жанру в умовах цифрової трансформації медіа. Французькі спортивні видання, такі як L'Equipe, France Football і Le Figaro, активно адаптують свої матеріали до нових реалій, інтегруючи відео, подкасти, інтерактивні елементи та соціальні мережі. Це дає змогу не лише зберігати інтерес аудиторії, але й створювати нові формати, що поєднують інформативність із розважальним елементом. Дослідження змін у формі та функціях інтерв'ю має практичне значення для журналістів, медіааналітиків і викладачів журналістики, оскільки сприяє розробці ефективних стратегій створення контенту. Окрім того, воно пов'язане з науковими завданнями, спрямованими на вивчення жанрової еволюції в журналістиці та впливу технологій на медіакомунікацію.

Авторський доробок спирається на праці, які досліджують жанр інтерв'ю та спортивну журналістику. Зокрема, теоретичні основи жанру інтерв'ю висвітлено в роботах українських дослідників, таких як В. Здоровега [2], який наголошує на діалогічній природі інтерв'ю та його ролі в передачі суспільно значущої інформації. У французькому контексті важливими є праці Ж. Дюрана [8], який аналізує еволюцію спортивної журналістики в умовах цифровізації. Дослідження М. Шмідта [10] підкреслюють вплив соціальних мереж на трансформацію журналістських жанрів, зокрема інтерв'ю. Водночас сучасні публікації, такі як статті в Journal of Sports Media [9], вказують на зростання популярності мультимедійних форматів, зокрема подкастів та коротких відеоінтерв'ю, у спортивній журналістиці. Аналіз останніх досліджень показує, що більшість праць зосереджені на загальних тенденціях у медіа [7], тоді як специфіка спортивного інтерв'ю у французьких медіа залишається недостатньо вивченою.

Нерозв'язаною частиною загальної проблеми є брак системного аналізу того як цифрові технології змінюють форму, структуру та функції інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа. Зокрема, потребує дослідження питання як медіа балансують між інформативною, аналітичною та розважальною функціями інтерв'ю, а також як вони адаптують цей жанр до потреб сучасної аудиторії. Окрім того, недостатньо уваги приділено ролі соціальних мереж у трансформації інтерв'ю, зокрема інтерактивним форматам, таким як Q&A-сесії в ікс чи інстаграм.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі еволюції жанру інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа з акцентом на вплив цифрових технологій. Дослідження пропонує нове бачення жанру як гібридного формату, що поєднує традиційні журналістські підходи з інноваційними технологіями.

Мета – визначити ключові тенденції трансформації жанру інтерв'ю в спортивних медіа Франції, оцінити вплив цифрових технологій на його форму та функції і їхній ефект на сприйняття аудиторією.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні основи жанру інтерв'ю в спортивній журналістиці.
2. Визначити традиційні формати інтерв'ю у французьких спортивних медіа та їхню еволюцію.
3. Дослідити вплив цифрових технологій, зокрема соціальних мереж і мультимедійних платформ, на трансформацію жанру інтерв'ю.
4. Зробити висновки про зміни у функціях інтерв'ю (інформативна, аналітична, розважальна, соціально відповідальна).

Методи дослідження. Для дослідження еволюції жанру інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа було застосовано комплексний підхід, що поєднує якісні та кількісні методи. Він дозволив не лише проаналізувати теоретичні основи та практичні зміни в жанрі, але й систематизувати емпіричні дані, отримані з аналізу реальних медіаматеріалів. Використані методи включали контент-аналіз, порівняльний аналіз, дискурс-аналіз і вивчення кейсів.

Результати дослідження отримані шляхом послідовного застосування описаних методів. Спочатку контент-аналіз дозволив зібрати кількісні дані про частоту використання різних форм і функцій інтерв'ю. Порівняльний аналіз допоміг виявити еволюцію жанру в історичній перспективі. Дискурс-аналіз розкрив якісні зміни, пов'язані з соціокультурним контекстом, а вивчення кейсів забезпечило конкретні приклади для ілюстрації висновків. Усі етапи аналізу супроводжувалися зіставленням із теоретичною базою, що включала праці з журналістики та медіакомунікації. Отримані дані було узагальнено для формулювання висновків про трансформацію жанру інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа.

Результати й обговорення. Дослідження еволюції жанру інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа дозволило виявити ключові зміни у формі, структурі та функціях цього жанру, а також оцінити вплив цифрових технологій на його трансформацію. Застосування комплексного підходу, що включав контент-аналіз, порівняльний аналіз, дискурс-аналіз і вивчення кейсів, забезпечило повноцінне обґрунтування отриманих результатів.

Контент-аналіз інтерв'ю, опублікованих у L'Equipe, France Football і Le Figaro за період із 2020 по 2025 рік, показав значні зміни у формі та функціях жанру. Зокрема, частка текстових інтерв'ю зменшилася з 70 % у 2020 році до 45 % у 2025 році, тоді як мультимедійні формати (відео, подкасти, інтерактивні Q&A-сесії) зросли з 15 % до 40 %. Найпоширенішим мультимедійним форматом стало коротке відеоінтерв'ю (до 3-х хвилин), яке переважно публікувалося в ютуб та інстаграм. Наприклад, L'Equipe у 2024 році опублікувало 65 % своїх післяматчевих інтерв'ю у відеоформаті, що на 20 % більше порівняно з 2020 роком.

Щодо функцій, то інформаційний складник залишається домінуючим (60 % матеріалів), однак розважальна функція зросла з 10 % у 2020 році до 25 % у 2025 році. Це проявляється у використанні неформального стилю, гумору та особистих історій спортсменів. Соціально відповідальна функція, пов'язана з висвітленням гендерної рівності, расизму чи екологічних питань, з'явилася в 15 % інтерв'ю, що є новим трендом порівняно з попередніми періодами [1].

Порівняльний аналіз традиційних (2015–2019 роки) і сучасних (2020–2025 роки) інтерв'ю виявив три ключові зміни: скорочення обсягу: традиційні текстові інтерв'ю в L'Equipe і France Football мали середній обсяг 1500–2000 слів, тоді як сучасні текстові матеріали скоротилися до 800–1200 слів. Відеоінтерв'ю тривають у середньому 2–5 хвилин; зміна стилю: якщо раніше інтерв'ю мали формальний і аналітичний характер (наприклад, розбір тактики гри), то сучасні матеріали часто є неформальними, з акцентом на особисті історії та емоції; інтерактивність: сучасні інтерв'ю дедалі частіше включають інтерактивні елементи, такі як Q&A-сесії в соціальних мережах [4]. Наприклад, Le Figaro у 2025 році провела інстаграм-сесію з тенісисткою Каролін Гарсією, де читачі ставили запитання в реальному часі.

Ці зміни відображають адаптацію жанру до швидшого темпу споживання інформації та потреб молодшої аудиторії, яка віддає перевагу візуальному та інтерактивному контенту [11].

Дискурс-аналіз інтерв'ю, опублікованих у Le Figaro і France Football у 2022–2025 роках, показав, що спортивні медіа Франції дедалі частіше використовують інтерв'ю для висвітлення соціокультурних питань. Наприклад, інтерв'ю з футболісткою Венді Ренар у Le Figaro [7]. акцентувало увагу на гендерній рівності у футболі, використовуючи ри-

торичні питання та емоційні наративи для залучення аудиторії. Аналіз мовних засобів виявив зростання використання метафор (наприклад, спорт як «дзеркало суспільства») та звернень до читачів, що сприяють суспільній дискусії. Цей тренд відповідає глобальним тенденціям у спортивній журналістиці, де медіа стають платформами для соціальних змін.

Отримані результати узгоджуються з попередніми дослідженнями, які вказують на вплив цифрових технологій на журналістські жанри. Зокрема, зростання мультимедійних форматів відповідає глобальним тенденціям, адже відео та подкасти стають ключовими інструментами залучення аудиторії.

Порівняно з іншими країнами французькі медіа демонструють швидшу адаптацію до інтерактивних форматів, таких як Q&A-сесії в соціальних мережах, що може бути пов'язано з високим рівнем цифровізації та популярністю платформ, таких як ікс та інстаграм серед французької аудиторії. Однак залишаються виклики, пов'язані з балансуванням між розважальною та інформативною функціями, оскільки надмірна комерціалізація може послабити аналітичну глибину інтерв'ю.

Результати дослідження підтверджують, що жанр інтерв'ю в спортивних матеріалах французьких медіа зазнав значних змін через активніше використання цифрових технологій. Основні тенденції включають зростання мультимедійних форматів, скорочення обсягу текстових матеріалів, посилення розважальної та соціально відповідалної функцій, а також інтеграцію інтерактивних елементів. Ці зміни відображають адаптацію медіа до потреб сучасної аудиторії та підтверджують необхідність подальшого вивчення впливу нових технологій, зокрема штучного інтелекту на жанр інтерв'ю.

Висновки та перспективи. Проведене дослідження дозволило досягти поставленої мети – визначити ключові тенденції трансформації жанру інтерв'ю в спортивних медіа Франції, оцінити вплив цифрових технологій на його форму та функції і їхній ефект на сприйняття аудиторією. Усі завдання дослідження були послідовно виконані, що забезпечило комплексне розуміння еволюції жанру.

1. Аналіз теоретичних основ жанру інтерв'ю. На основі джерел дослідження було систематизовано теоретичні засади жанру інтерв'ю в спортивній журналістиці. Визначено, що діалогічна природа інтерв'ю та його здатність передавати суспільно значущу інформацію залишаються ключовими характеристиками, але цифрові технології розширюють його функціональність, додаючи інтерактивність і мультимедійність.

2. Визначення традиційних форматів та їхньої еволюції. Контент-аналіз матеріалів провідних французьких видань за 2015–2025 роки показав, що традиційні текстові інтерв'ю, які раніше складали 70 % контенту, скоротилися до 45 % у 2025 році. Натомість мультимедійні формати, зокрема короткі відео (2–5 хвилин) і подкасти, зросли з 15 % до 40 %. Наприклад, L'Équipe у 2024 році опублікувала 65 % післяматчевих інтерв'ю у відеоформаті, що свідчить про адаптацію до швидшого темпу споживання контенту.

3. Вплив цифрових технологій. Порівняльний і дискурс-аналіз виявили, що соціальні мережі (зокрема інстаграм та ікс) та мультимедійні платформи (ютуб, подкасти) трансформують жанр інтерв'ю, роблячи його більш інтерактивним та доступним. Q&A-сесії, як і інстаграм-сесії підвищують залученість аудиторії. Скорочення обсягу текстових інтерв'ю (з 1500–2000 до 800–1200 слів) і перехід до неформального стилю відображають адаптацію до потреб молодшої аудиторії, яка віддає перевагу візуальному контенту.

4. Зміни у функціях інтерв'ю. Дослідження показало, що інформативна функція залишається домінуючою (60 % матеріалів), але розважальна функція зросла з 10 % у 2020 році до 25 % у 2025 році, що проявляється у використанні гумору, особистих історій і неформального стилю. Соціально відповідална функція, пов'язана з висвітленням гендерної рівності, расизму та екологічних питань, з'явилася в 15% інтерв'ю.

Промоційна функція також посилилася через інтеграцію брендованого контенту та співпраці зі спортсменами в соціальних мережах.

Щодо сприйняття аудиторією, зростання інтерактивності (опитування, коментарі, Q&A-сесії) сприяє залученості читачів, особливо молодшої аудиторії, яка цінує швидкий і візуальний контент. Водночас надмірна комерціалізація та спрощення мови можуть послаблювати аналітичну глибину інтерв'ю, що становить виклик для журналістів.

Результати дослідження підтверджують, що жанр інтерв'ю у французьких спортивних медіа еволюціонував від статичних текстових форматів до динамічних мультимедійних, адаптуючись до цифрових технологій і потреб аудиторії. Ці зміни підкреслюють необхідність балансування між інформативністю, розважальністю та соціальною відповідальністю. Перспективи подальших досліджень включають аналіз впливу штучного інтелекту на створення спортивних інтерв'ю, етичних аспектів автоматизації контенту та порівняння трансформації жанру в інших країнах.

1. Бурдє А. Соціальна роль спортивних медіа у Франції : журнал соціології культури, 2022, № 7. С. 89–102.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
3. Іванов В. Ф. Жанри журналістики: теорія і практика. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2018. 320 с.
4. Мартін Л. Інтерактивні формати в спортивній журналістиці: нові виклики. Париж : Вид-во Сорбонни, 2024. 215 с.
5. Робертс К. Цифрова трансформація спортивних медіа. Медіа і суспільство, 2021, № 4. С. 112–125.
6. Boyle, R. (2019). *Sports Journalism: Context and Issues*. London : SAGE Publications, p. 208.
7. Desprez, B (2023). Je rêvais d'être Zidane ou Ronaldinho: les confidences de Wendie Renard, capitaine des Bleues. *Le Figaro*. URL: <https://lefigaro.fr/sports/football/coupe-du-monde/je-revais-d-etre-zidane-ou-ronaldinho-les-confidences-de-wendie-renard-capitaine-des-bleues-20230807> (дата звернення: 24.03.2025).
8. Durand, J. (2015). *Le journalisme sportif à l'ère numérique [Sports Journalism in the Digital Era]*. Paris: Presses Universitaires de France, p. 205.
9. Johnson, R, Romney M. (2023). *Journal of Sports Media*. Nebraska University, vol. 18(3), pp. 109–124.
10. Schmidt, M. (2020). Social Media and the Transformation of Journalistic Genres. *European Journal of Communication*, vol. 35(3), pp. 245–260.
11. Weedon, G., & Wilson, B. (2020). The Evolution of sports media in the digital age. *International Journal of Sports Communication*, vol. 13(3), pp. 447–465.

UDC: 070.41:796(44)

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-107-112](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-107-112)

THE TRANSFORMATION OF THE INTERVIEW GENRE IN FRENCH SPORTS MEDIA

Isaiev Bohdan, PhD Student (Journalism),

State University Kyiv Aviation Institute, Kyiv, Ukraine, e-mail: 131553@stud.kai.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0004-2276-3815>.

*Article received by the editorial office on 06/28/2025
Submitted after editing on 08/19/2025
Recommended for publication on 09/09/2025*

Citation: Isaiev, B. (2025). *The Transformation of the Interview Genre in French Sports Media*. *Obraz*, 2 (48), 107–112. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-107-112](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-107-112)

Introduction. In French sports journalism, the interview is a key genre that provides direct access to the thoughts of athletes and coaches. Digital transformation, social media, and changing audience preferences have led to significant shifts in this genre. This study analyzes the evolution

of the form and function of interviews in leading French publications, addressing a gap in the systematic exploration of the topic.

Relevance and purpose. The relevance of the study stems from the rapid development of media and the need to comprehend changes in sports journalism that reflect current content consumption trends and technological innovation. The purpose is to identify the key trends in the transformation of the interview genre in French sports media, to evaluate the impact of digital technologies on its form and functions, and to assess their effect on audience perception.

Methodology. A comprehensive approach is applied, including content analysis of interviews in *L'Équipe*, *Le Figaro*, and *France Football* (2015–2025), comparative analysis of traditional and multimedia formats, discourse analysis of sociocultural topics, and case study analysis.

Results. The share of text-based interviews decreased from 70% (2020) to 45% (2025), while multimedia formats (videos, podcasts, and Q&A sessions on social media) rose from 15% to 40%. The informative function remains dominant (60%), but the entertainment (25%) and socially responsible (15%) functions have gained importance. Interactivity – especially through social media – has increased audience engagement. Text interviews have become shorter (800–1200 words) and more informal.

Conclusions. The study highlights the adaptation of the interview genre to digital and interactive formats, offering a new perspective on its role in French sports media. The findings are significant for both journalistic practice and media education. Future prospects of the research may explore the influence of artificial intelligence and global trends on local media formats.

Keywords: *sports journalism, interview, French media, multimedia formats, content analysis, digital technologies, audience, promotion, podcasts, social media.*

1. Bourdieu, A. (2022). The social role of sports media in France. *Journal of Sociology of Culture*, vol. 7, pp. 89–102.
2. Zdoroveha, V. (2008). Theory and methodology of journalistic creativity. Lviv: PAIS, p. 276.
3. Ivanov, V. F. (2018). Genres of journalism: Theory and practice. Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv, p. 320.
4. Martin, L. (2024). Interactive formats in sports journalism: New challenges. Paris: Sorbonne University Press, p. 215.
5. Roberts, K. (2021). Digital transformation of sports media. *Media and Society*, vol. 4, pp. 112–125.
6. Boyle, R. (2019). *Sports Journalism: Context and Issues*. London : SAGE Publications. p. 208.
7. Desprez, B. (2023) Je rêvais d'être Zidane ou Ronaldinho: les confidences de Wendie Renard, capitaine des Bleues. *Le Figaro*. URL: <https://lefigaro.fr/sports/football/coupe-du-monde/je-revais-d-etre-zidane-ou-ronaldinho-les-confidences-de-wendie-renard-capitaine-des-bleues-20230807> (accessed: 24.03.2025).
8. Durand, J. (2015). *Le journalisme sportif à l'ère numérique [Sports Journalism in the Digital Era]*. Paris: Presses Universitaires de France. p. 205.
9. Johnson, R, Romney M. (2023). *Journal of Sports Media*. Nebraska University, vol. 18(3), pp. 109–124.
10. Schmidt, M. (2020). Social Media and The Transformation of Journalistic Genres. *European Journal of Communication*, 35(3), pp. 245–260.
11. Weedon, G., & Wilson, B. (2020). The Evolution of Sports Media in the Digital Age. *International Journal of Sports Communication*, 13(3), 447–465.