

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Програми-інтерв'ю на телебаченні: особливості медіакомунікації»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0611-ж-з,
спеціальності 061 «Журналістика»
освітня програма «Журналістика»

Яременко А. О.

Керівник: доц., к. філол. н.

Тернова А. І.

Рецензент: доц., к. філол. н.

Горбенко І.Ф.

Запоріжжя – 2022

ЗМІСТ

Завдання	3
Реферат	5
Вступ.....	8
Розділ 1. Особливості жанру інтерв'ю в сучасному медіапросторі.....	11
1.1 Сутність інтерв'ю в журналістиці, класифікаційні характеристики ...	11
1.2 Підготовка і проведення інтерв'ю: теорія і практика	16
Розділ 2. Програми-інтерв'ю в сучасному українському телепросторі	25
2.1 Особливості ведення програми «Рандеву з Яніною Соколовою» на 5 каналі	25
2.2 Інтерв'ювання Наталії Мосейчук на платформі YouTube.....	41
Висновки	53
Список використаної літератури	58
Додаток А Наукова публікація	63
Додаток Б Сертифікат	66

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Освітній ступінь – магістр
Спеціальність 061 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л. В.

« _____ » _____ 20 ____ року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Яременко Аллі Олександрівні

- 1 Тема роботи – «Програми-інтерв'ю на телебаченні: особливості медіакомунікації» («Interview as an independent genre of media communication»), керівник роботи – Тернова Алла Іллівна, к. філол. н., доцент, затверджені наказом ЗНУ від «29» червня 2022 року № 744-с.
- 2 Строк подання студентом роботи – 14.11.2022 р.
- 3 Вихідні дані до роботи – наукові праці українських та іноземних дослідників, які у своїх напрацюваннях досліджували тему інтерв'ю, насамперед таких авторів як: Б. Алісен (B. Alysen), Р. Андерсон (R. Anderson), В. Голубев, В. Здоровега, М. Лукіна, І. Мащенко, Г. Назаренко, К. Річ (C. Rich), Т. Рогова, Н. Симоніна, О. Снурнікова, А. Тернова та інші.
- 4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): проаналізувати специфіку форм інтерв'ю; визначити особливості функціонування жанру в сучасному медіапросторі; розглянути особливості формування жанру інтерв'ю; проаналізувати телевізійне інтерв'ю на предмет виду та подачі зі сторони ведучих; виявити існуючі проблеми та подальші перспективи розвитку інтерв'ю в Україні.

5 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Тернова А. І., доцент	30.06.2022	30.06.2022
1 розділ	Тернова А. І., доцент	11.07.2022	11.07.2022
2 розділ	Тернова А. І., доцент	24.09.2022	24.09.2022
Висновки	Тернова А. І., доцент	10.10.2022	10.10.2022

6. Дата видачі завдання – 29.06.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.	Червень 2022	виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту.	Червень-липень 2022	виконано
3	Підібрати і опрацювати наукову літературу.	Липень 2022	виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	Серпень 2022	виконано
5	Проаналізувати контент, написати практичну частину.	Серпень-вересень 2022	виконано
6	Сформулювати висновки та оформити дослідження.	Вересень 2022	виконано
7	Пройти попередній захист на кафедрі.	Жовтень 2022	виконано
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	Листопад 2022	виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	Грудень 2022	виконано

Студентка _____ А. О. Яременко

Керівниця роботи _____ А. І. Тернова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролерка _____ М. В. Чабаненко

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 52 стор., 50 джерел.

Об'єкт дослідження: телевізійне інтерв'ю та особливості його ведення відомими українськими телеведучими у програмах: «Рандеву» з Яніною Соколовою на 5 каналі, та «VIP з Наталією Мосейчук» на каналі YouTube, у період від травня до жовтня 2022 р.

Предмет дослідження: постановка запитань, розкриття теми / співбесідника, динаміка ведення бесіди, індивідуальні особливості проведеного інтерв'ю.

Мета роботи. Дослідити програми-інтерв'ю на предмет їх подачі відомими українськими телеведучими; з'ясувати ключові особливості жанру в сучасному українському медіапросторі.

Теоретико-методологічні засади: Б. Алісен (B. Alysen), Р. Андерсон (R. Anderson), В. Голубєв, В. Здоровега, М. Лукіна, І. Мащенко, Г. Назаренко, К. Річ (C. Rich), Т. Рогова, Н. Симоніна, О. Снурнікова, А. Тернова та ін.

Отримані результати: проаналізовано специфіку форм телевізійних інтерв'ю; визначено особливості функціонування жанру в сучасному медіапросторі; розглянуто особливості формування жанру інтерв'ю; проаналізовано телевізійне та інтернет-версію інтерв'ю на предмет виду та специфіки подачі ведучими; виявлено існуючі проблеми та подальші перспективи розвитку інтерв'ю в Україні.

Ключові слова: *телевізійне інтерв'ю, журналіст, гість, ведучі, інтернет, респондент, етер*

The master's paper is devoted to the analysis of interview programs on television, namely, the peculiarities of media communication.

The object of the work is a television interview and the peculiarities of its conduct by well-known Ukrainian TV presenters in the programs: "Randevo" with Yanina Sokolova on channel 5 and "VIP with Natalia Moseichuk" on the YouTube channel.

The main purpose of the work is to prepare for the interview and research it for submission by well-known Ukrainian TV presenters; clarifying the key features of the genre in the modern Ukrainian media space; studying the stages of preparation for communication with the guest and the methodology of its implementation. This determined the performance of such tasks as:

- analysis of the specifics of interview forms;
- determination of the features of the functioning of the genre in the modern media space;
- consideration of the peculiarities of the formation of the interview genre;
- analysis of television and Internet interviews on the subject of the type and specificity of presentation by presenters;
- identification of existing problems and further prospects for the development of interviews in Ukraine.

Peculiarities of conducting interviews by well-known Ukrainian TV presenters in their author's programs: "Randevo" and "VIP with Nataliya Moseichuk" were studied; the specifics of the forms of television interviews were analyzed; the peculiarities of the functioning of the genre in the modern media space are determined; the peculiarities of the formation of the interview genre are considered; the television and Internet version of the interview was analyzed for the type and specifics of the presentation by the presenters; existing problems and further prospects for the development of interviews in Ukraine are revealed.

The scientific novelty of the presented research consists in the study of a television interview in the conditions of war, as well as in the success of its conduct

and the study of the necessary literature. In addition, the formation of questions and the determination of their types to achieve the goals of a television interview have gained further development.

Keywords: TV interview, journalist, guest, presenters, Internet, respondent, broadcast

ВСТУП

Актуальність дослідження. З моменту повномасштабного вторгнення РФ на українські території, в сучасних дослідженнях, темі інтерв'ю надається вагоме місце та значення. Це пов'язано з тим, що в рамках телевізійного марафону «Єдині новини» ведучим доводилося постійно впроваджувати до етерів експертну думку стосовно ситуації в країні.

Наразі цей жанр активно використовується як ключовий метод збору інформації для повного висвітлення подій сьогодення. Саме тому актуальність нашого дослідження посилюється зростаючою популярністю телевізійного інтерв'ю як журналістського жанру, а також стан і перспективи його розвитку на теренах України.

Мета роботи. Дослідити програми-інтерв'ю на предмет їх подачі відомими українськими телеведучими; з'ясувати ключові особливості жанру в сучасному українському медіапросторі.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі завдання:

- 1) проаналізувати специфіку форм інтерв'ю;
- 2) визначити особливості функціонування жанру в сучасному медіапросторі;
- 3) розглянути особливості формування жанру інтерв'ю;
- 4) проаналізувати телевізійне та інтернет інтерв'ю на предмет виду та специфіки подачі ведучими;
- 5) виявити існуючі проблеми та подальші перспективи розвитку інтерв'ю в Україні.

Об'єкт дослідження – телевізійне інтерв'ю та особливості його ведення відомими українськими телеведучими у програмах: «Рандеву» з Яніною Соколовою на «5 – каналі», та «VIP з Наталією Мосейчук» на каналі YouTube, взятих за період окремих місяців 2022 р.

Предмет дослідження: постановка запитань, розкриття теми / співбесідника, динаміка ведення бесіди, індивідуальні особливості проведеного інтерв'ю.

Для виконання поставлених завдань у дослідженні застосовані такі *методи*: моніторинг напрацювань науковців (теоретичний розділ), аналізу, опису (практичний розділ), систематизації і порівняння (висновки).

Теоретичну основу дослідження складають праці таких українських і зарубіжних учених, як от: Б. Алісен (B. Alysen), Р. Андерсон (R. Anderson), В. Голубєв, В. Здоровега, М. Лукіна, І. Мащенко, Г. Назаренко, К. Річ (C. Rich), Т. Рогова, Н. Симоніна, О. Снурнікова, А. Тернова та ін.

Наукова новизна результатів полягає в тому, що:

вперше:

- дослідили телеінтерв'ю в умовах воєнного стану;
- проаналізовано специфіку його проведення;

удосконалено:

- аспекти для проведення успішного інтерв'ю, а саме – відсутність бар'єру між гостем та ведучим, формування індивідуального іміджу;
- вимоги до особистісних характеристик ведучих, а саме – самоконтроль над власними емоціями під час бесіди з респондентом;

набуло подальшого розвитку:

- формування запитань та визначення їх типів для досягнення цілей інтерв'ю на телебаченні;
- ведення бесіди на тему війни та вміння триматися в кадрі.

Практичне і теоретичне значення дослідження. Матеріали дипломної роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок, написанні курсових, дипломних та конкурсних робіт студентами факультету журналістики, а також у подальшій журналістській діяльності.

Апробація результатів роботи. Окремі результати дослідження та висновки були апробовані II Міжнародній науково-практичній конференції

«Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку», 25-26 листопада 2022 р., м. Одеса.

За результатами участі у заході опубліковані тези «Інтерв'ю як особливий жанр медійної комунікації під час війни» (Додаток А).

Також взяла участь у науковому семінарі «Міжнародна мобільність і робота з іншомовною літературою в закордонних бібліотеках і базах даних» від гостьового дослідника центру Вайзера з дослідження Європи і Євразії університету Мічиган (США), 5 жовтня 2022 р., м. Запоріжжя, отримала сертифікат (Додаток Б).

Структура роботи: дослідження складається зі вступу; двох розділів, які містять по два підрозділи, висновків, списку використаної літератури, двох додатків. Обсяг основної частини роботи – 52 сторінки. Список використаної літератури налічує 50 позицій.

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

1.1 Сутність інтерв'ю в журналістиці, класифікаційні характеристики

Іншомовне слово «interview» складається з двох частин: префікса «inter» – взаємодія, та кореня «view» – погляд або думка. В перекладі з англійської слово означає «зустріч», «бесіда», або «обмін думками, поглядами чи відомостями».

До переваг будь-якого інтерв'ю можна віднести такі ознаки: можливість більш глибоко проникнути у соціально-психологічні аспекти людської поведінки; можна встановити певний ступінь відвертості та довіри між респондентом та журналістом; інформація, яка збирається під час інтерв'ю, є більш змістовною та достовірнішою.

Традиційно у науковому полі «Інтерв'ю журналіста зі співрозмовником є розмовою двох людей не просто заради обміну відомостями, а з метою створення нового інформаційного продукту – актуального, суспільно важливого, призначеного для публікації». Тому подає власне визначення цьому поняттю: «інтерв'ю – це міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації і виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» [19, с. 8-9].

Лінгвістичні праці фіксують переважно, що «Інтерв'ю – це метод збирання інформації в журналістиці, сутність якого полягає у здобутті новин і повідомлень шляхом усного спілкування суб'єкта (журналіста) з об'єктом (політичним діячем, науковцем, митцем чи просто цікавим співрозмовником) [21, с. 13; 35, с. 97].

Більшість дослідників, які вивчали тему інтерв'ю, класифікують матеріали цього жанру на інформаційні та аналітичні, часом інтерв'ю є й серед творів художньої телепубліцистики.

Професор Лейпцизького університету М. Халер вважає, що ключові критерії до інформаційного інтерв'ю не змінюються ще з минулого століття. Він переконаний, що насамперед розвивалися наступні різновиди інтерв'ю:

- коротке інтерв'ю навколо події або проблеми з особою, яка виокремлюється особливою компетентністю;
- інтерв'ю, спрямоване на чітку проблему та водночас на особу, має повною мірою розкривати взаємозв'язок між конкретним явищем, мисленням та діями співрозмовника;
- інтерв'ю, що сфокусоване на конкретній особі [43, с. 105].

Водночас вчений пропонує власну класифікацію існуючих різновидів жанру інтерв'ю, яка базується на обраній (чи необхідній за редакторським завданням) журналістом формі реалізації інтерв'ю. М. Халер вважає, що виокремлені ним чотири головних різновиди на практиці підійдуть до всіх типів медіа. Отже, це є такі види:

1. повідомлення з синхронном (цитатою);
2. кореспонденція з інтерв'ю-додатком;
3. власне інтерв'ю;
4. інтерв'ю-портрет [43, с. 181].

На думку Н. Симоніної [34, с. 181], слід з'ясувати форму матеріалу, для якого створюється інтерв'ю, ще до того, як журналіст його запише. Від того, яким буде кінцевий результат, залежить вибір не лише творчих, але й технічних засобів. А надто це важливо для телебачення. Одна справа – записати бліц-опитування на вулиці (потрібні одне-два запитання, камера і виносний мікрофон, при цьому запитання журналіста залишаються за кадром і не потребують додаткового озвучення). Інша справа – записати інтерв'ю, що буде фрагментом, аналітичної телепрограми, де у кадрі будуть і журналіст, і його респондент (передбачається підготовка переліку відповідних до теми запитань, технічно – мінімум дві камери, що показують і журналіста, і співрозмовника, третя може тримати загальний план обох, петличні мікрофони для двох, що дозволяють

записувати звук відповідей, і запитань; додаткове специфічне освітлення, відповідно до умов, у яких записується інтерв'ю.

В теорії журналістикознавства традиційно виокремлюються наступні різновиди інтерв'ю:

- інтерв'ю-діалог;
- інтерв'ю-колективне;
- інтерв'ю-монолог;
- інтерв'ю-замальовка;
- інтерв'ю-нарис;
- інтерв'ю-анкета [1].

На нашу думку, варто в першу чергу звернути увагу на два головні види інтерв'ю за його формою. Відповідно від завдань, які висувуються до інтерв'ю, варто розмежувати інтерв'ю-коментарі, що стають основою синхронів як структурного компонента телевізійного матеріалу, та програми-інтерв'ю, які є окремими, самостійними компонентами ефірної сітки телеканалу.

Вбачає сенс у подібного роду класифікації й австралійська дослідниця Б. Елісон тільки ініціал – далі сама виправляє. Вона виділяє за формою «soundbites», тобто «синхрони», і «Question and Answer (Q&A) Interview» – інтерв'ю «запитання-відповідь», що поділяються на прямоефірні та записані (або їх ще називають редаговані) [46, с. 128–129].

На згаданих ключових відмінностях інтерв'ю за формою і способом реалізації наголошують і українські вчені А. Тернова і Т. Захарс. Вони зазначають, що на телебаченні таких різновидів інтерв'ю кілька, а саме: *«інтерв'ю як складова й органічна частина відеосюжету (репортажу), цілісне інтерв'ю як окремий матеріал інформаційної чи будь-якої іншої телепрограми і самостійне, окреме від інших телепередач»* [39, с. 90].

Інтерв'ю – це самостійний телевізійний продукт, який може бути графічно та музично оформленою телевізійною програмою, значний фрагмент телевізійної програми, або фрагмент прямого включення журналіста. Інтерв'ю різняться від синхрону наступними параметрами:

- композиційна будова
- чіткий початок, розвиток дії, кульмінація, розвиток дії, що веде до завершення, та фінал;
- значно більший хронометраж, що вийде до етеру (від 3-5 хвилин до 20-40 хвилин);
- запитання журналіста не лише звучать у кадрі, але й є невід’ємною складовою драматургії інтерв’ю;
- присутність у кадрі журналіста, що ставить запитання;
- частіше записується у студії, ніж на території інтерв’ююваного;
- інтерв’ю може вийти наживо або у запису, синхрон – тільки у запису, оскільки потребує попереднього монтажу [34, с. 24].

Журналіст, що об’єднує декілька запитань в одне, повинен знати, що співрозмовник може забути, на яке запитання потрібно відповідати першим, що порушить логіку відповіді, або він взагалі може забути всі запитання, окрім останнього. Особливо це стосується людей, у яких беруть інтерв’ю в стані стресу, збентеженості чи емоційної нестабільності.

Інтерв’ю – це один з найцікавіших та водночас найскладніших жанрів журналістики. Це діалог між інтерв’юером та героєм, в якому розкривається певна суспільно важлива тема або особистість героя. У цій площині досить детально пояснює мету такої роботи вчений В. Голубев. Він зазначає: «Інтерв’ю – це розмова, бесіда. Логічно, що в ній беруть участь мінімум двоє людей. <...> Завжди пам’ятаючи про мету інтерв’ю, журналіст здатний допомогти собі якісно виконати роботу . <...> Усвідомлення мети й регулярне фокусування на ній наповнює змістом структуру і дисциплінує будь-яку діяльність, не тільки журналістську. <...> А часом важливо й прямо пояснити це співрозмовнику. <...> у випадку з важливим, але важким співрозмовником, який складно іде на контакт, виграшною може стати стратегія *поступового формування довіри*. <...> Якщо журналіст проведе його професійно, довіра до нього зміниться, і комунікація може стати постійною і довготривалою»[12, с. 40–43].

Головним і єдиним об'єктом інтерв'ю є інтерв'юваний. Саме на нього спрямовується вся увага, розкривається його постать (якщо говорити про портретне інтерв'ю). Але головним в цьому жанрі завжди повинен бути журналіст. Від нього залежить, яку інформацію врешті-решт отримає аудиторія: чи дізнається щось нове, чи захопиться цим інтерв'ю і захоче дочитати/дослухати/додивитися до кінця, чи знайде в цьому діалозі тему для власних роздумів.

Окрім того, що журналіст повинен задовольнити потреби своєї аудиторії, він мусить показати свою майстерність та освіченість співбесіднику. Герой повинен розуміти, що інтерв'юєрові цікава його думка, його особистість, що журналіст готувався до цієї розмови. А для того, щоб це трапилось й інтерв'юваний хотів, по-перше, щось розповідати, бути відвертим, а по-друге, не роздумуючи погоджуватися на наступні інтерв'ю, журналіст мусить завжди бути підготованим до будь-якої розмови, ким би не була конкретна людина.

Телевізійне інтерв'ю дає змогу глядачеві сприймати отриману інформацію більш розлого, що надходить від її джерела – спікера, особи, яка говорить. Телебачення надає унікальну можливість – побачити людину, оцінити рівень її впевненості у власних відповідях, а значить, зробити висновки щодо ступеню правдивості інформації. На телебаченні (завдяки картинці) глядацька аудиторія має змогу отримати інформацію не лише завдяки голосу, тембру та інтонації співрозмовника, як на радіо, не лише побачити текст та можливі світлини, які доповнюють матеріали друкованих ЗМІ, але й бачити міміку ведучих, їх жести, поведінку та дозволяє оцінити загальний простір, в якому відбувається розмова.

Інтерв'ю може міститись як у телевізійних сюжетах, так і у тексті ведучого програми. Якщо під час програми текст ведучого раптово перериває інтерв'ю, таким чином воно набуває вигляду цільного наповненого матеріалу. Частіше за все подібні сюжети містять коментарі від компетентних осіб, є досить ґрунтовними, виваженими та без додаткових пояснень зрозумілими.

Готуючи телесюжети, слід пам'ятати, що вони мають бути простими та доступними для глядацької аудиторії. Тобто бути зорієнтованими на звичайну

людину. Не дивлячись на те, що в наш час люди стали менше дивитися телевізор, а відповідно і теленовини, сфера журналістики отримує нові можливості для створення новин. Саме тому медійники мають гарну нагоду змінити негативний факт. Як показує практика, українському глядачу подобається, коли в якості героя сюжету/новини виступає наполеглива людина. Знімаючи проблемний сюжет, журналіст повинен не вирішувати чиїсь питання, а відсторонено спостерігати за їх вирішенням. Також існує такий вид телевізійного сюжету як сюжет-герой. Зазвичай потребує історії людини, яка попри життєві негаразди не зламалася і знайшла в собі сили жити далі.

Наразі журналістика суттєво видозмінюється, відбувається процес пристосування до сучасних життєвих реалій. Такі відомі науковці як: В. Здоровега [15], Г. Назаренко [25], Г. Почепцов [28], О. Сербенська [33], у своїх наукових дослідженнях стверджують, що засоби масової інформації стають невід'ємним компонентом демократичних форм управління соціальними процесами, при цьому, формуючи чітку громадську думку.

Отже, враховуючи визначення попередніх дослідників та сучасний практичний досвід, телевізійне інтерв'ю являє собою аудіовізуальний продукт, який виникає в ході спілкування журналіста зі спікером на різні теми, що є актуальними та цікавими глядацькій аудиторії, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, який був випущений до етеру наживо або в форматі запису.

1.2 Підготовка і проведення інтерв'ю: теорія і практика

Підготовка й реалізація якісного інтерв'ю завжди копітка й відповідальна робота. Аби записати інтерв'ю за всіма вимогами, варто дотримуватися наступних правил:

- Заздалегідь налаштувати інтерв'юваного на розмову. Для цього його можна заспокоїти, зацентувати увагу на тому, що це всього лише продукт їх спільної творчості. Дуже важливо перед початком етеру зняти емоційне напруження гостя, та забезпечити для нього максимально комфортні умови.

Можна запропонувати філіжанку кави або чаю, поговорити про якісь звичайні буденні речі, наприклад, про погоду чи природу тощо.

- Завчасно попередити гостя про зовнішній вигляд. Одяг інтерв'ююваного має відповідати тематиці вашого інтерв'ю. Журналіст має виглядати доглянуто, це може бути офіційно-діловий стиль, або стиль – кежуал.

- Інтерв'юований має знати, для якої програми в нього беруть інтерв'ю, має бути поінформованим про тривалість розмови, чи підлягатиме вона монтажу у випадку запису, загальна тривалість студійного інтерв'ю.

- Журналіст має наперед продумати, які саме емоційні акценти йому варто розставити, аби відповіді були загостреними. Зазичай драматургія інтерв'ю має стати композицією – вітання ведучого, назва програми, представлення гостя у студії (бажано уточнити до початку етеру, як буде коректно протитрувати гостя, оскільки виправлення журналіста гостем під час етеру підкреслить його непрофесійний підхід до інтерв'ю). Далі має бути запитання-відповіді (від простих до більш складних, від компліментарних до каверзних), зрештою - прощання з глядачами.

- Журналіст зобов'язаний наперед продумати власні запитання та їх послідовність, можливі варіанти відповідей респондента та свою реакцію на ці відповіді.

- Запитання мають бути професійно сформульовані й поставлені журналістом з чіткою дикцією. Окрім того, вони можуть супроводжуватися відповідними відкритими жестами.

- В інтерв'ю цілком припустимим є використання закритих запитань на випадок, якщо це виправдано й має на меті підтвердження або спростування певного факту. Відповідь «так» або «ні» є приводом для продовження розмови.

- Ведучий або журналіст має уважно слухати що говорить йому співрозмовник, та демонструвати йому відповідну реакцію. В деяких випадках треба вміти – відходити від заздалегідь спланованого сценарію.

- Слід пам'ятати: від того, як журналіст завершить спілкування з респондентом, як поставить крапку вже за межами студії, залежить подальша

співпраця із цією персоною. Важливо розуміти, щоб не відбувалося в ході етеру, в гостя має лишитися виключно позитивне враження після нього.

Таким чином, все, що стосується запитань та відповідей на телебаченні, буде доречно поділити за формою на два типи: «синхрон» та «інтерв'ю». Кожна з яких потребує активізації та розвитку окремих навичок інтерв'юера.

Всі вищезазначені аспекти мають бути чітко продумані ведучим наперед для того, аби програма вийшла вдалою, оскільки це суттєво впливає на імідж та подальші рейтинги медіа.

Слід звернути увагу на практику систематизації видів інтерв'ю стосовно змісту. Британська мовна корпорація (BBC) доносить до відома своїм стажерам, що існує загалом три основні види інтерв'ю:

1. викривальне інтерв'ю, що являє собою розслідування теми.
2. інформаційне інтерв'ю, яке дає загальне усвідомлення ситуації.
3. емоційне інтерв'ю, що має на меті розкрити емоційний стан респондента [4, с. 118].

Вищеперераховані види дають загальне уявлення про інтерв'ю як жанр, крім того їх можна розділити ще на дванадцять різних типів, кожен з яких має індивідуальні функції: серйозна новина, пояснення, розвага, інформація, вокс-поп і комбіноване інтерв'ю, винятково синхрон, розслідування, особистісне, телефонне чи дистанційне, протистояння, емоційне, «вирване» інтерв'ю [24, с. 118].

Тим часом австралійська дослідниця Б. Елісон виділяє два типи інтерв'ю за змістом: «інформаційне» та «коментар».

Її типологія розподілу інтерв'ю за тональністю дотична до того, що пропонує BBC:

1. Жорстке – інтерв'ю з офіційними особами, як правило стосовно питань політики, бізнесу тощо. Таке інтерв'ю має на меті характер протистояння інтерв'юйованого та журналіста у випадку, якщо співрозмовник є актуальною особою, який вправно відстоює власну думку.

2. М'яке – узгоджене, невороже інтерв'ю. Сюди відноситься інтерв'ю зі свідками конкретних подій; експертами, думки яких є цікавими; художниками та іншими суспільними діячами, які розповідають про свою роботу.

3. Емоційне інтерв'ю. З такими персонами журналісти спілкуються в якості жертви злочинів або нещасних випадків [47, с. 243].

Схожий підхід може бути виправданий як раз сучасними тенденціями класифікації інформаційних програм, а саме – новинних випусків. Наприклад, американська дослідниця К. Річ акцентує свою увагу на тому, що всі новини, які існують в сучасному телепросторі, можна розділити на «жорсткі» та «м'які».

«Жорсткі новини» вміщують інформацію про події чи конфлікти, які щойно відбулися – нещасні випадки, злочини, демонстрації, страйки, офіційні заяви та виступи, свідчення у суді, вироки тощо. «М'які новини» визначають як розвагу чи інформацію, що становить громадський інтерес й новизну, але вони є менш терміновими, та не втрачають своєї актуальності по сплину часу. Наприклад, сюжет про людину, яка збирає моделі літаків, чи сюжет про ефективність дієт можна віднести до розряду «м'яких новин» [50, с. 17]. Відповідно до такої класифікації можна було б класифікувати й сам жанр інтерв'ю, однак телебачення не обмежується винятково новинами, і у розрізі «жорстких»-«м'яких» новин можна було б говорити хіба що про відповідну класифікацію синхронів, а не інтерв'ю. А це вступає у суперечку з тим, що «жорсткість» або «м'якість» інтерв'ю можна визначити лише тоді, коли журналіст присутній у кадрі, а це означає, що мова йде не про синхрон, а про інтерв'ю «запитання-відповідь».

Насправді жодне інтерв'ю, або синхрон, не можуть бути неемоційними, до якої б категорії не належали. Синхрон так само як й інтерв'ю існують на телебаченні саме заради показу людських емоцій, причетних до події, про які мова йде у сюжеті чи в окремій програмі-інтерв'ю. Специфіка телебачення вимагає від людей, що коментують події в кадрі, саме емоцій – це те, чого не може передати журналіст у своєму закадровому тексті, тоді як поінформувати завжди можна своїми словами.

Створити інтерв'ю-протистояння або особистісне інтерв'ю без емоційного аспекту майже неможливо. «Телефонне» інтерв'ю, як власне й «синхрон», так само більшою мірою стосуються форми, а не змісту цього виду інформаційного жанру. Тож, класифікація інтерв'ю за Е. Бойдом є змішаною, адже тут спостерігається певне порушення принципу спільного критерію для аналізу. Якщо говорити про «жорсткі» та «м'які» новини, то в цьому випадку також мова йде про емоційну складову, аніж про сам зміст [34, с. 183].

Аналіз різних підходів до класифікації інтерв'ю та розподіл інтерв'ю за формою на власне інтерв'ю та синхрон, дає всі підстави виокремити такі три типи інтерв'ю за змістом:

1. *Інформаційні*. Такий тип інтерв'ю має на меті – з'ясувати факти та обставини певних подій, а також здобути нову інформацію. Сюди також можна віднести бліцопитування.

2. *Аналітичні*. Метою аналітичного інтерв'ю є з'ясування позиції, погляд фахівця на окремий факт, отримання його коментарів щодо певних подій чи відомостей. Шукає відповіді на запитання з приводу причин виникнення ситуації, а також прогнозів стосовно її розвитку в подальшому. Відрізняється від інформаційного наявністю оціночних суджень респондента. Застосовується як у формі синхрону, так й у формі звичного для нас інтерв'ю. Маючи форму інтерв'ю може переходити у супротив журналіста з інтерв'юйованим у тому випадку, якщо це передбачено, наприклад, форматом програми чи безпосередньо завданням редакції.

3. *Портретні*. Метою портретного інтерв'ю є створення певного образу героя та всебічного розкриття його характеру. Без наявності інформаційного ряду запитань проведення такого інтерв'ю неможливе, так само як і без запитань про ставлення героя до різного роду фактів, як в аналітичних інтерв'ю. Портретне інтерв'ю додає запитання особистого, біографічного типу. Портретне інтерв'ю застосовується у вигляді синхрону для створення портретних нарисів, але найчастіше виходить на екрани у формі традиційного інтерв'ю запитання-відповідь [34, с. 183].

Натомість, В. Голубєв окрім інформаційного та портретного, вважає за доцільне виокремлювати ще два таких типи інтерв'ю а саме:

1. Проблемне – спрямоване на обговорення проблеми і розуміння думки співрозмовника про способи вирішення проблем.

2. Протокольне – направлене на отримання офіційних відомостей з питань внутрішньої та зовнішньої політики. Не передбачає суперечок і дискусій» [12, с. 45].

Варто розуміти, що тональність інтерв'ю напряду залежить від позиції журналіста та формату програми. Жорстке інтерв'ю передбачає протистояння, розслідування, докопування до суті проблеми і може бути аналітичним, інформаційно-аналітичним та навіть портретним. Аналогічно й м'який варіант тональності застосувати до будь-якого типу інтерв'ю за змістом. М'яка тональність інтерв'ю є характерною для розважальних програм. Хоча для розважальної програми табloidного типу може бути використаний й другий тип – жорстке інтерв'ю [34, с. 183].

Рідше за все тональність можна визначити в інтерв'ю інформаційному, оскільки воно передбачає констатацію фактів, тому тональність тут буде нейтральною, наявність емоцій визначатиметься причетністю інтерв'юйованого до події, про яку йдеться.

У результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки й сформулювати відповідні визначення:

Телевізійне інтерв'ю – це аудіовізуальний продукт, що виникає в процесі спілкування журналіста зі спікером на теми, актуальні й цікаві глядачеві, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов до етеру наживо або у форматі запису.

До ключових завдань журналіста, що бере інтерв'ю входить:

- 1) виявити точку зору респондента стосовно обговорюваної теми;
- 2) розповісти про інтерв'юйованого, створити психологічний портрет героя. Підготовка до інтерв'ю передбачає такі етапи роботи: створення запитальника, опрацювання постановки запитань, та власне самої розмови.

Ще один з відомих представників українського журналістикознавства М. Василенко називає інтерв'ю інформаційним жанром, а серед його форм виокремлює наступні:

- колективне інтерв'ю. Являє собою уявлення про думку декількох людей з різних питань, наприклад, прес-конференція. Враховуючи стрімкий розвиток аудіовізуальних ЗМІ, цей жанр став провідним у телевізійному просторі, де він поступово набрав всіх ознак ток-шоу.

- інтерв'ю-монолог. Має вигляд відповіді гостя, на поставлені на початку ефіру запитання кореспондента;

- інтерв'ю-звіт;

- портретне інтерв'ю. Тут на перший план виходить створення портрету людини, в якій беруть інтерв'ю. У тексті наявні елементи біографії, а також задіяні думки героя з різних тем. Журналіст розкриває образ людини за допомогою відповідних запитань.

- гумористичне інтерв'ю. Якість гумористичного інтерв'ю напряму залежить від професійного вміння журналіста, так від його літературних здібностей. До того ж, в Україні, досить часто будь-який невинний жарт сприймається як наклеп або образа [8, с. 161-170].

Беручи до увагу спільну тенденцію телебачення стосовно міксування деяких жанрів між собою, маємо сумнів, що зазначені типи інтерв'ю взагалі існують у початковому вигляді, адже під час практики використовують їх змішані форми. Проте, дивлячись на українську практику, така концепція є найбільш вірогідною на сьогодні. Вона робить її наближеною до світових стандартів та поєднується з теорією журналістикознавства.

Робота над телевізійним інтерв'ю не починається з моменту вмикання камери, й не закінчується словами: «Дякуємо, що завітали. На все добре!». Справжня робота тележурналіста над інтерв'ю починається з того моменту, коли він дізнається, хто буде його гостем. Саме тоді журналіст починає ґрунтовно вивчати досьє свого героя: перечитувати та переглядати всі його попередні інтерв'ю, шукати найдрібніші зачіпки, які допоможуть розкрити образ героя

повною мірою. Також, важливо запам'ятовувати окремі деталі, про які говорить респондент в ході інтерв'ю, аби згодом можна було поставити уточнювальне запитання. На думку А. Шкальової та Н. Семен, Це допоможе ведучому продемонструвати власну зацікавленість та небайдужість до теми спілкування, а головне – дасть змогу розговорити опонента та дізнатися якомога більше цікавих подробиць [45].

Інтерв'ю – являє собою жанр, який може не лише стати справжньою «зброєю» в руках вправного та професійного журналіста, але зробити його знаменитим та впізнаваним на увесь світ. Недосвідчені журналісти можуть думати, що проведення інтерв'ю – легкий процес, який зовсім не потребує належної підготовки.

По-перше, не знаючи, що за людина стоїть перед ними, знаючи тільки рід занять героя, недосвідчені інтерв'юери, як правило, ставлять заангажоване банальне запитання «Чому ви вирішили стати...?» й под. Добре, якщо це буде інтерв'ю зі співаком-початківцем, або просто людиною, яка щойно опанувала конкретну професію і ще не встигла дати багато інтерв'ю. Але якщо таке запитання чують досвідчені медійники, які протягом багатьох років займаються улюбленою справою й багато разів відповідали на це запитання, вважайте – це кінець репутації цього журналіста й, можливо, навіть цілого медіа, яке він представляє.

В українській журналістиці наявна така проблема – коли інтерв'юери намагаються уникати незручних запитань, або (якщо це продиктовано керівництвом ЗМІ), навпаки, доволі відверто тиснуть на героя провокативними запитаннями, вважаючи їх «викривально-сенсаційними» та цілком коректними.

В теорії журналістикознавства виокремлюються такі різновиди інтерв'ю: інтерв'ю-діалог; інтерв'ю-колективне; інтерв'ю-монолог; інтерв'ю-замальовка; інтерв'ю-нарис; інтерв'ю-анкета. Також розрізняють два основних види інтерв'ю за формою: «синхрон» та власне інтерв'ю. За змістом у науковому полі традиційно виокремлюють три типи цього жанру, а саме: інформаційне інтерв'ю, аналітичне та інтерв'ю-портрет (як матеріал художньої телепубліцистики).

Насамкінець, варто наголосити ще на такому: навіть у наведеному у тексті диплому досить стислих класифікаційних ознак інтерв'ю як журналістського жанру, чітко простежується інтеграція, взаємопроникнення і розмиття меж у визначенні того чи іншого різновиду. Як наголошує В. Голубев: «журналістикознавці, які орієнтуються на західну традицію, зазвичай не настільки детально класифікують жанри в межах їх основних груп, як теоретики з пострадянського простору. В будь-якому разі варто пам'ятати, що жанр – це форма, яка є вторинною відносно змісту. Робота журналіста – забезпечувати людей інформацією, доносити до них думки та аналіз подій і явищ, розповідати про цікаве і корисне, а не вправлятися у літературній майстерності "заради красивого слівця"» [12, с. 79].

Головним правилом кожного інтерв'юера є чесність та прозорість в ході спілкування з гостями. Не варто намагатися перейняти образ відомого блогера чи журналіста з каналу YouTube, адже маючи власний образ та індивідуальні стиль і манери, ви матимете не лише повагу серед своїх колег, але й здобудете значний авторитет в очах свого респондента. Варто чітко та максимально нейтрально окреслити тему спілкування своєму гостеві, пояснити йому, які саме запитання вас цікавлять. Готуючи телевізійний сюжет, варто пам'ятати, що він має бути максимально простими та доступними для глядацької аудиторії. Тобто бути націленим на звичайну людину та легко сприйматися під час перегляду. Не дивлячись на те, що в наш час люди стали менше дивитися телевізор, журналістика отримує нові можливості для створення телерепортажів та новинних сюжетів. Саме тому медіасфера має гарну нагоду змінити негативний факт про те, що з часом, телебачення може остаточно втратити свою значимість на фоні інтернет-ЗМІ.

Журналіст завжди має пам'ятати, що головним споживачем інформації є не замовник, а його цільова аудиторія, що має отримати цікавий, якісний та змістовний продукт, який хочеться повторно переглядати й ділитися ним з усіма своїми знайомими.

РОЗДІЛ 2

ПРОГРАМИ-ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕПРОСТОРИ

2.1 Особливості ведення програми «Рандеву з Яніною Соколовою» на 5 каналі

На сучасному етапі розвитку журналістики, телебачення виступає досить потужним засобом розповсюдження інформації. Українська тележурналістика продовжує свій розвиток, і має великий вплив на свою глядацьку аудиторію. Проблемою жанрового розмаїття займалися не лише українські дослідники та журналістикознавці, серед яких можна виокремити І. Мащенко, М. Василенко, Г. Назаренко, М. Недопитанського тощо, а й закордонні (Р. Андерсон, К. Метзлер, Дж. Кілленберг та ін.).

Сьогодні, не зважаючи на війну, в телевізійному ефірі все частіше з'являються матеріали аналітичних та художніх жанрів телевізійної журналістики. Аналітичні жанри відіграють вагомую роль у формуванні громадської думки за рахунок об'єктивного трактування подій та висвітлення актуальних питань сьогодення. У зв'язку з незначною поінформованістю суспільства та нестабільним станом аналітичної журналістики на теренах України, споживач опиняється в ситуації, коли він не має можливості одержувати об'єктивну інформацію. Методика співпраці з респондентом є аналогічною роботі з джерелами інформації. Тож, обираючи людину, варто одразу продумати тему вашого майбутнього спілкування й формат кінцевого результату, платформи, на якій матеріал буде опублікований/ оприлюднений.

«Журналіст має критично оцінювати джерела інформації. Варто замислитися над запитанням: “Які мотиви переслідує конкретне джерело інформації?”. Якщо джерело має особисті мотиви, потрібно особливо ретельно перевіряти цю інформацію. Журналіст не має бути інструментом здійснення намірів джерела. Своєю чергою він має бути максимально чесним зі своїм джерелом. Слід повідомити, де та в якому вигляді ви маєте намір

використовувати надані вам відомості», – про це йде мова у підручнику з журналістської етики Валерія Іванова та Володимира Сердюка [31].

Як жанр журналістики, інтерв'ю може принести людині значну популярність, але лише тоді, коли людина невпинно працює над собою, майстерно володіє словом і вправно розставляє потрібні «наголоси» в ході діалогу з персонажем. Як правило, більшість молодих та недосвідчених журналістів-початківців вважає, що вести провести інтерв'ю – дуже легко, і якась підготовка для того є не обов'язковою, не потрібно володіти для цього особливими навичками, не варто вдаватися до майстерних технік. Думаючи таким чином, вони припускаються величезної помилки.

Тематичний діапазон програм-інтерв'ю в українському медіапросторі досить широкий. Формат ведення таких програм, як і особистісні характеристики ведучих – теж різний. На такий стан речей впливає низка факторів. Українські засоби масової інформації фактично перебувають в залежності від свого керівництва, від їхніх політичних поглядів та ставлення до опонентів. Дуже часто інтерв'ю на певному каналі з недругом власника цього ЗМІ не можна сприймати як чесне і неупереджене з боку журналіста. Адже інтерв'юери навіть своєю мімікою, легко видають свій задум – загнати респондента в глухий кут й довести до стану розгубленості.

В Україні існує така проблема в журналістиці – зазвичай інтерв'юери намагаються уникати незручних запитань, або навпаки, «тиснуть» на героя некоректними, проте, на їх думку, каверзними та сенсаційними запитаннями. В нашій роботі ми дослідили два авторських проекти кожної з ведучих, з телевізійних програм українського виробництва, і ось які результати ми отримали.

Для аналізу ми обрали проект особистісних інтерв'ю, а саме – програму «Рандеву» з Яніною Соколовою на «5 каналі». Ми переглянули значну кількість випусків цієї програми та обрали найбільш яскраві на наш погляд. Для більш змістовного аналізу ми взяли два випуски цієї програми за 07.05.2022 р. та за 15.10.2022 р.



Рис. 2.1.1. Яніна Соколова

Почнемо з другого випуску від 15 жовтня 2022 р, (<https://www.5.ua/suspilstvo/pro-iadernyi-shantazh-putina-ta-perebuvannia-na-azovstali-vyzvolenyi-z-polonu-morpikh-mykhailo-dianov-u-randevu-290113.html>).

У цілому цей проєкт несе в собі вагому суспільно-значущу задумку, оскільки спрямований на розкриття особистісних якостей відомих постатей, які завітали до студії. До них відносяться: бізнесмени, політики, консули, послы та президенти, тобто ті відомі персоналії, яких ми щодня звикли бачити на своїх екранах. Програма «Рандеву» з Яніною Соколовою спрямована на те, аби розкрити справжню сутність людини, яка сидить навпроти ведучої. Глядач має самостійно побачити та зробити власні висновки щодо тієї персони, яка завітала на відверту розмову. Програма надає глядачам унікальну можливість чітко усвідомити: хто є насправді героєм, а хто лише видає себе за нього, привласнюючи собі досягнення інших.

Окрім політиків та банкірів є й ті, хто допомагає країні на патріотичній основі. Мова йде про культурних діячів, освітян, волонтерів тощо. Програма виходить щотижня як на «5 каналі», так і дублюється на каналі YouTube. Ведуча

запрошує на програму тих, від кого залежить не лише сьогодні, але й майбутнє нашої держави.

Наприкінці кожного програмного випуску ведуча ставить своїм респондентам по 20 каверзних бліц-запитань, на які гостям студії складно відповісти, оскільки відповіді мають бути «закритими» – «так» або «ні». Жоден із гостей не має права на замовчування або ігнорування запитань телеведучої, тож аби глядач не запідозрив, що гість намагається перекласти всю відповідальність з себе на журналістку чи на будь-кого іншого, доводиться самостійно підбирати якомога змістовніші відповіді. Саме під час своїх відповідей, герої інтерв'ю починають розкриватися повною мірою, що дає змогу глядачам побачити їхні істинні обличчя та навіть зрозуміти подальші наміри.

Для будь-якого журналіста-інтерв'юера невід'ємним моментом є його імідж, який допомагає вирізнитися на фоні своїх колег. В наш час інтерв'ю набуло значної популярності з-поміж інших журналістських жанрів. У зв'язку з цим, медійники прагнуть стати кращою версією себе та докладають значних зусиль, аби їх інтерв'ю було найкращим серед колег. Саме тому окрім їх підходу до розмови, вагому роль відіграє їх зовнішній вигляд, жести, міміка та загальна робота у кадрі.

Аналізувати програму ми будемо за наступною класифікацією: тематика, питання, атмосфера, хід програми її компоненти та майстерність ведучої.

Свій професійний шлях ведуча програми «Рандеву» Яніна Соколова розпочала з 2006 р., спочатку шоу «Ранок з Інтером», згодом – «Сніданок з 1+1», потім – «Ранок на П'ятому». Вона є авторкою і ведучою YouTube-проєкту – «Вечір з Яніною Соколовою», який викриває фейки російської пропаганди про Україну, «Кіно з Яніною Соколовою», автобіографічного мультимедійного проєкту – «Я, Ніна» тощо.

Як інтерв'юер портретного інтерв'ю, вона розпочала свою професійну діяльність в 2015 р., із заснування програми «Рандеву» на 5 каналі. Для дослідження ми обрали два випуски цієї програми, дозволимо собі зупинитися на першому від 15 жовтня 2022 р. (<https://www.5.ua/suspilstvo/pro-iadernyi->

shantazh-putina-ta-perebuвання-na-azovstali-vyzvolenyi-z-polonu-morpikh-mykhailo-dianov-u-randevu-290113.html).

Перед нами вид особистісного портретного інтерв'ю. На «Рандеву» з Яніною Соколовою завітав український військовослужбовець, старший сержант 36-тої окремої бригади морської піхоти Збройних сил України, оборонець Маріуполя, учасник російсько-української війни – Михайло Діанов. В ході спілкування зі звільненим з полону, ведуча продемонструвала свою поінформованість та професіоналізм, що допомогло їй повною мірою отримати довіру героя та всебічно розкрити його як особистість.

Історія цього захисника досить інтенсивно вирувала в Інтернеті, соціальних мережах, тому громадськості вже були відомі окремі факти з життя військовослужбовця. Широкому загалу Михайло став відомим завдяки публікаціям світлин захисників, що чинили запеклий опір з «Азовсталі». Їх оприлюднив у мережі один із бійців окремого загону спеціального призначення – полку «Азов».



Рис. 2.1.2. Військовополонений з Азовсталі (фото, яке розлетілося мережею)

Під час спілкування з нещодавно звільненим із полону, ведуча продемонструвала свою поінформованість та професіоналізм, що допомогло їй

повною мірою отримати довіру героя та всебічно розкрити його особисті якості характеру для глядача. Варто відзначити, під час інтерв'ю журналістка не акцентувала увагу на фізіологічних чи інших проблемах військового, навпаки, вона запитувала гостя не лише про його період перебування в полоні, але й про звичайні буденні речі, які він переживав до цього переламного, для кожного українця, моменту.

В ході інтерв'ю Яніна коректно поцікавилася про особисте життя свого респондента, на що так само отримала розгорнуту і відверту відповідь. Ми добре пам'ятаємо інші епізоди цієї програми, коли вона вміло ставила каверзні запитання та домінувала над респондентом. Інколи їй навіть властиво було переймати на себе емоційний стан героя програми. Та хоч вона й має освіту акторки, все ж невербальні ознаки доволі часто видають її прихильність чи неприязнь до інтерв'юйованого. Як би себе не стримувала ведуча, однак від глядача не вийде приховати справжніх емоцій, які зафіксувала камера.

Під час спілкування ведучої зі своїм гостем, нам, як глядачам, передавалася спокійна та невимушена атмосфера, це напряму пов'язано із темою ефіру та безпосередньо з форматом спілкування. Варто відзначити, під час інтерв'ю журналістка не акцентувала увагу на фізіологічних проблемах військового, навпаки, вона запитувала гостя не лише про його період перебування в полоні, але й про звичайні буденні речі, які він переживав до цього переламного, для кожного українця, моменту. Окрім того, Яніна коректно поцікавилася про особисте життя свого респондента, на що так само отримала розгорнуту, відверту відповідь: *«Я розлучений. Так. Вона прекрасна жінка. Ми з нею підтримуємо зв'язок. Спілкуємося так, ну і все. Так є я є жених, але женитися не буду. Колись мені казали: "Міш, та треба тобі женитися. Тудам-сюда", а я кажу: "Навіщо?" – "Ну ти ж будеш самотній". Ні! Я буду незалежний: я поїду на рибалку тоді, коли захочу; я пограю в гурті, коли захочу (в будь-якому); я повернусь додому, коли захочу... А майбутня дружина в мене є – це майбутній проект, який ми задумали з дядьком Максимом, моя майстерня. Оце й буде і буде для мене дружина. Вона не буде в тебе питати: "Чому так пізно прийшов додому?" ...*

Мене люблять багато, повірте мені... Ні-ні, я люблю часто посидіти один, почитати книжку, новини якісь подивитися і щоб мене ніхто не чіпав – от просто один, щоб нікого не було. І тому можете мене зрозуміти: ці дзвінки постійно до мене, ці журналісти постійно питають... Ну нічого».

Така відвертість пана Михайла, на нашу думку, це вправні запитання ведучої, адже окрім головних (відкритих чи закритих), вона ставила і низку прямих запитань (на кшталт: «не будете одружуватися?», «А чому саме так?», «Ви граєте на гітарі?»), при цьому інтонаційно підкреслювала своє здивування, захоплення чи нерозуміння якихось категоричних заперечень гостя. Поведінкові запитання від Яніни ставилися тактовно і зважено, а головне вони були доцільними до теми інтерв'ю (наприклад: «у вас ж є донька?», «Спілкуєтеся ж з нею?», «А чому ж так? Це ж здорово, коли тебе хтось любить?» та ін.). Серед керуючих видів запитань ведуча більше оперувала стверджувальними (наприклад: «це ж елементарно», «так, Михайле, взяти і подивитися в телефон?», «Це секрет, так-так, можна я вас обійму, так?»).

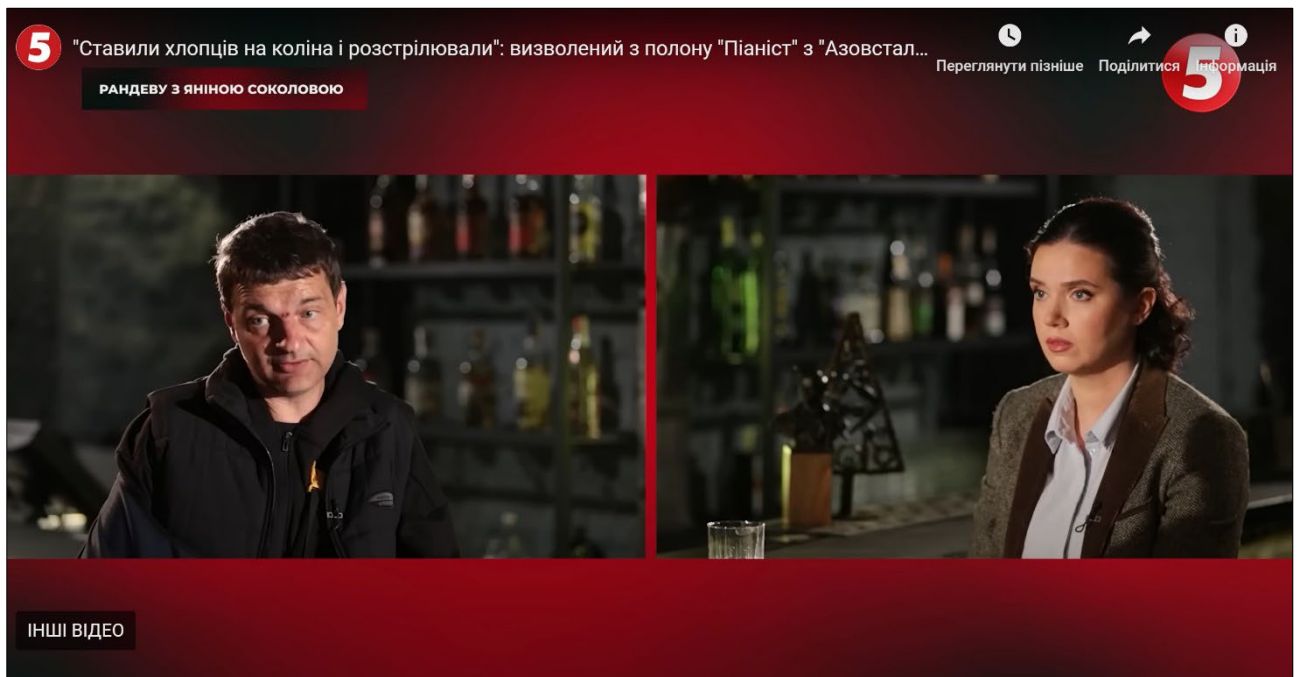


Рис. 2.1.3. М. Діанов під час інтерв'ю

Якщо розглянути постановку запитань ведучої, найбільше переважають запитання відкритої форми, оскільки у такий спосіб журналістка має змогу розговорити свого гостя та дізнатися в нього більше хвилюючої інформації. Варто відзначити, що Яніна досить уважно слухає свого респондента, про це свідчить хід постановки запитань. Мається на увазі те, що кожне наступне запитання логічно випливає з попередньої відповіді інтерв'юваного. Відчувається ґрунтовна підготовка ведучої, оскільки вона легко орієнтується в темі інтерв'ю та ставить додаткові уточнюючі запитання. Вона сміливо запитує про всі тонкощі перебування в полоні пана Михайла, при цьому доповнюючи його відповідь вже відомими їй фактами. Так, наприклад, вона запитала в пана Михайла про те, як була побудована система Азовсталі, чи насправді полоненим забезпечили адекватні умови перебування?

«Це не було бомбосховище, це був підвал. По нас постійно гатили, не пробрили той бункер. Хоча я бував і в інших бункерах, які глибші за цей. Я був на бункері “Джерело”, а перед тим був на госпіталі “Залізяка” і от там пробрили. Я не знав що там госпіталь. Тому що коли я потім з ФСБшниками розмовляв на Оленівці, під час допиту, подумав, а давайте я вас виведу на розмову, хлопці, а не навпаки. І коли вони почали розмовляти, під час розмови промовилися за “Залізяку”. Ага, то ви знаєте що це був госпіталь? Вони одразу – хоп, і замовкли...», – зазначає Михайло в своєму інтерв'ю.

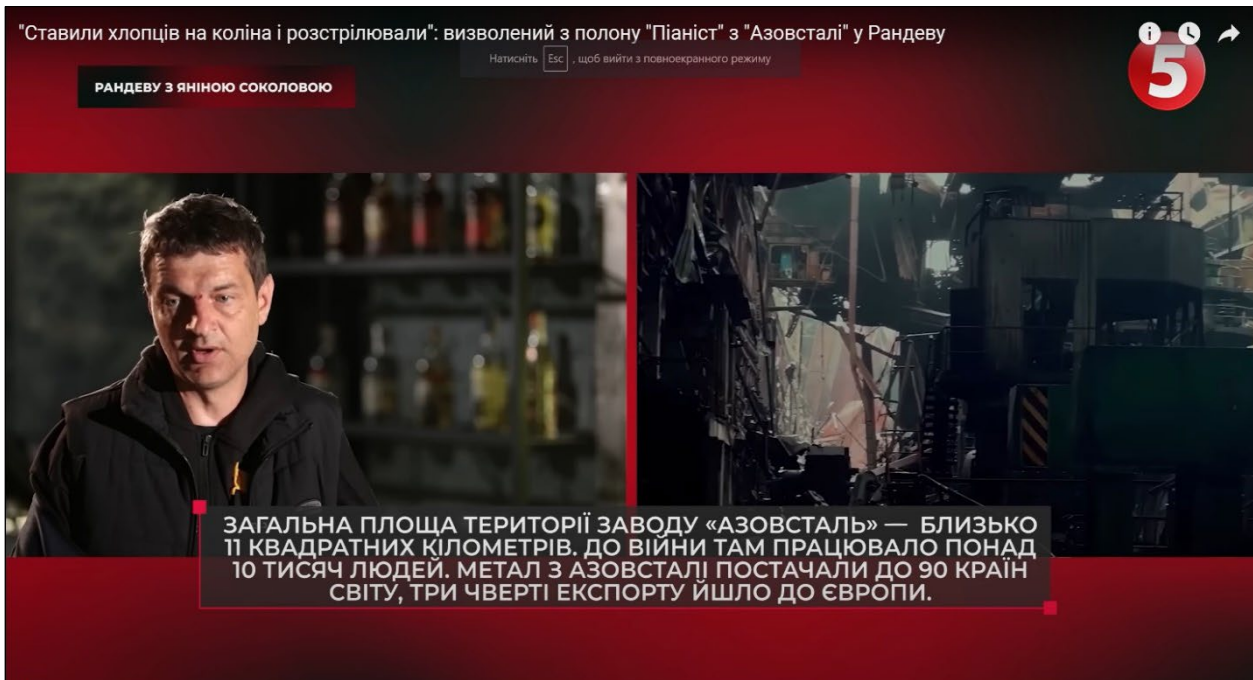


Рис. 2.1.4. Розповідь військового про перебування в полоні на Азовсталі.

Інше запитання яке вона поставила гостю стосувалося безпосередньо ДНР, а саме її жителів. Ведуча запитала гостя про таке: як налагодити стосунки з ДНРівцями, та чи потрібно взагалі це робити? На що він цілком охоче дав змістовну відповідь: *«Нехай допомагають відбудовувати. Кірку в руки і вперед. Відбудовувати той самий Маріуполь, міста які знищені. Не захочуть працювати – змусимо. Або нехай тікають туди, куди вони хотіли, росії вони не потрібні. Знищувати ні в якому разі їх не потрібно...»*.

Керуючись думкою більшості дослідників, такий стиль проведення бесіди з респондентом є безумовно правильним, адже тоді спілкування набуває більш яскравих ознак та стає «живим», на відміну від чітко прописаних запитань, які окрім одностайної відповіді гостя не мають права на доповнення чи уточнення. Для самої журналістики це є абсолютним плюсом, оскільки глядач миттєво схоплює таку подачу і зацікавлений у перегляді аналогічних сюжетів на чолі з улюбленим ведучим / ведучою.

Другий випуск цієї самої програми від 07.05.2022: <https://www.youtube.com/watch?v=2n20im4an70>, який проводився в іншому форматі. Журналістка зустрілася із відомим шоуменом країни – Сергієм

Притулою. Цей випуск програми «Рандеву» суттєво відрізняється від попереднього. Перше на що ми звернули увагу це місце проведення – не в барі, а в благодійному фондi пана Сергія.



Рис. 2.1.5. С. Притула на програмі «Рандеву» з Яніною Соколовою

Сьогодні досить складно знайти людину, яка б не знала хто такий Притула та була необізнаною про його шляхетні дії. Хочемо зосередити увагу саме на його Благодійному фондi, в якому власне й відбувався запис інтерв'ю з Яніною Соколовою. Ще під час пандемії у 2020 році Сергій заснував власний благодійний осередок. На той момент ситуація на території України не була настільки загостреною, однак робота фонду одразу була спрямована на надання допомоги нужденним.

Тоді головною очільницею фонду була Анна Гвоздяр – волонтерка та суспільна діячка. Окрім того, сам засновник фонду протягом тривалого часу допомагав українській армії в якості приватної особи. Після ворожого наступу фонд Сергія Притули миттєво розширив напрямки своєї діяльності. З моменту ворожої атаки рф українських територій, за підтримки Притули, відкрилися

військові штаби для допомоги українським солдатам та звичайних цивільних громадян, в якому кожен нужденний може отримати гуманітарну допомогу.

Окрім того, задля більшої ефективності під час перевезення та тривалого зберігання вантажу, було започатковано цілих чотири логістичні центри не лише окремих регіонах України, але й у польському місті, а саме – Перемишлі.

Наразі військовий штаб направлений на забезпечення необхідних солдат збройних сил України. Особливо хлопці потребують оптичних пристроїв, дронів, БПЛА, транспортної техніки та засобів надання першої долікарняної підготовки для поранених.

Від початку повномасштабного вторгнення, Благодійний «Фонд Сергія Притули» організував збори коштів на байрактари, частину з яких передали на супутник, військові автомобілі, дрони-камікадзе, бронетранспортери та іншу військову техніку. Окрім того він поповнив ряди найвідоміших волонтерів нашої держави. Подібні фонди, які так само займаються благодійністю на користь України, на відмінну від колишнього шоумена, не можуть похвалитися на стільки швидким терміном зі збору коштів.



Рис. 2.1.6. Благодійний фонд С. Притули

«А щодо донатів, ми вже з колегами гірко посміхаємось і кажемо: "Якби нам у попередні роки такий рівень пожертв, як зараз, у нас, можливо, події на театрі військових дій інакше би виглядали. Тому що вартість останнього виїзду на південний напрямок була, здається, 22 млн гривень. Ця сума дорівнює збору в мене як волонтера з 2019 по 2021 роки».

Друге, на чому хотілося б зацентувати увагу – підготовка ведучої до цього ефіру. На нашу думку, тут вже варто судити з боку популярності гостей. Якщо Притула вже давно є досить відомою постаттю, не лише на теренах України, то Діанов набув популярності лише після повернення з Азовсталі. Минуло не так багато часу, але навіть за такий короткий проміжок, йому вдалося зібрати значну кількість цільової аудиторії та набути прихильності в очах тих, кого він захищає.

Повертаючись до інтерв'ю з Притулою, поведінка ведучої була досить стриманою та виваженою, в порівнянні з її іншою програмою – «Вечір з Яніною Соколовою», де вона дозволяє собі уживання ненормативної лексики яку навіть не «запікують». Ведуча уважно слухала свого респондента та ставила йому відповідні запитання, які найбільше хвилюють її потенційну глядацьку аудиторію.

Вдаючись до порівняльної характеристики обох випусків, варто зазначити, що на відміну від інтерв'ю з Діановим, де ведуча запитувала й про особисті моменти (кар'єра, родина...), запитання до Притули стосувалися суто ситуації в країні та його особистої позиції з цього приводу. Така відмінність напряду пов'язана з малообізнаністю та навпаки – шаленою популярністю обох героїв. Оскільки інформації про Михайла Діанова в інтернеті було не так вже й багато, журналістка мала розговорити його таким чином, та дізнатися ту кількість інформації, яка б задовольнила глядачів. Щодо Притули – на нашу думку запитання особистого характеру були зайвими, оскільки про нього можна знайти енно кількість інформації в інтернет-просторі.

Так само як і в попередньому аналізі інтерв'ю, на досвідченість та професійність ведучої вказує рівень її підготовки. Якщо у випадку з військовополоненим Михайлом журналістка мала при собі планшетку, до якої

можна було заглянути, у разі потреби, то в даному випадку, окрім мобільного телефону в неї нічого не було. Яніна вільно поводила себе в кадрі та ставила своєму респонденту відкриті запитання, на які Сергій радо відповідав.

Слід звернути увагу на тактику проведення цієї бесіди. Враховуючи той факт, що Яніна Соколова та Сергій Притула є колегами, розмова більше була схожою на дружній формат спілкування. Ведуча не намагалася домінувати над своїм респондентом та витягувати з нього відповіді на хвилюючі запитання, вона формулювала їх таким чином, аби Сергій міг якомога змістовніше розкрити питання про яке йде мова, висловити свою експертну думку чи навіть дати пораду: *«Не потрібно соромитися звертатися по допомогу – професійну. Я звертався за допомогою до психолога. Важко було самотійно пережити деякі речі – загинули друзі. Хтось перебуває в полоні, хтось в окупації. В мене не буде якихось порад для широкого загалу що робити далі, тому що якийсь час я намагався сам дати собі ради, але не завжди вдавалося...».*



Рис. 2.1.7. С. Притула у своєму благодійному фонді на «Рандеву» з Яніною Соколовою.

Аналізуючи певні психологічні аспекти, влучною буде думка деяких дослідників, які стверджують: «спілкування між журналістом та респондентом

видається вдалішою та відвертішою, коли між ними відсутній матеріальний бар'єр» [11, с. 158]. Скоріш за все Яніні відомі такі маніпуляції, оскільки вона досить вдало використовує їх у своїй роботі. Однією з особливостей роботи Яніні є абсолютна відсутність бар'єрів між нею та респондентом. Значну кількість своїх інтерв'ю вона проводить в ресторанах сидячи за барною стійкою навпроти свого інтерв'ююваного. Цілком можливо, що саме цей аспект є ключовим та впливає на вдалість чергового випуску програми «Рандеву» та інших подібних програм з її участю.

Беручи до уваги її зовнішність як ознаку іміджу, можна сказати наступне: симпатична приваблива жінка, в кадрі з'являється, зазвичай, в ділових костюмах або сукнях. Такий вигляд має більшість ведучих, тож нічого екстраординарного в її образі немає. Говорячи про її професійність та роботу як інтерв'юера, тут слід віддати належне. Яніна Соколова завжди добре підготована до розмови зі своїм гостем. Інколи вона може мати при собі невеличкі нотатки, що дає змогу поставити гостю додаткове запитання чи озвучити певний факт без зайвих спотворень та викривлень. Але з іншого боку – такий підхід до інтерв'ю може здатися для гостя або глядача не достатньо професійним, оскільки наявність так званої «шпаргалки» може свідчити про погану підготовку до розмови та дезорієнтацію в конкретній темі.

Порівнюючи роботу українських та американських ЗМІ можна виявити досить цікаві моменти. Наприклад, взяти американську програму «Larry King Now» та провести паралелі з обраною нами програмою «Рандеву» з Яніною Соколовою. В Америці, так само як і в Україні, тривалий час питання ефективності державної влади було досить суперечливим. Пригадуючи мирні часи, журналісти часто запитували своїх гостей про їх особисте ставлення до експрезидента Америки – Дональда Трампа, та колишнього президента України – Петра Порошенка. І тут простежується чітке зображення того, що, в першому випадку, гості можуть відкрито або нейтрально висловити свою позицію щодо президента Америки. В нашому ж випадку все дещо інакше. Існує велика вірогідність, що ведуча програми «Рандеву» – Яніна Соколова, разом зі

знімальною групою заздалегідь підбирають таких гостей, які говорять щось нейтральне чи хороше про експрезидента Порошенка. Або інший варіант - перед початком етеру дають респонденту відповідні вказівки, як саме потрібно відповісти на конкретне запитання. Саме в цьому проявляється ключова проблема українського телебачення – навіювання глядацькій аудиторії тієї політики, яка є вигідною для власника конкретного ЗМК.

Бували випадки, коли просто в ході інтерв'ю ведуча забувала про те, що це не просто дружня бесіда двох знайомих, а серйозна розмова журналіста з респондентом й глядач має зрозуміти основний меседж, який намагається донести до нього ведучий програми. Це робиться для того, аби глядацька аудиторія отримали якомога змістовнішу інформацію про гостя програми. Проте, спілкування зі Святославом Вакарчуком – фронтменом гурту «Океан Ельзи» та лідером політичної партії «Голос» (на той момент) нам напряду демонструють, що Яніні поки не вдається залишити дружбу за межами кадру: (випуск від 8 червня 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=Cmybvzm1hLM>)

Цілком можливо, що на момент запису тих інтерв'ю їй просто не вистачало практики, оскільки вона була «новачком» у цій справі. А в деяких випадках вона відкрито втрачала самоконтроль й, здається, забувала, що вона є лідером цього «Рандеву». В якості прикладу можна привести її інтерв'ю з народним артистом Олексієм Горбуновим або з членкинею та політекинею всеукраїнського об'єднання «Свобода» – Іриною Фаріон:

(випуск від 31 грудня 2016: <https://www.youtube.com/watch?v=YiDCKTyuybf4>)

(випуск від 21 липня 2018: <https://www.youtube.com/watch?v=-zvMS-2cbiQ>).

Переглянувши ці програми, в глядача може закрастися враження, нібито інтерв'юований та ведуча програми – близькі приятелі, які зібралися не для обговорення суспільно-значущої теми, а просто потеревенити про останні події. Так не має бути, оскільки журналіст мусить чітко розмежовувати поняття: робота та дружба. Провідним завданням ведучого програми такого формату – є не лише зацікавити глядача на початку етеру, але й втримати його увагу до самого завершення програми.

Вмінням вдало розпочати й завершити інтерв'ю може похизуватися далеко не кожен інтерв'юер. У випадку Яніни Соколової, варто віддати їй належне, адже вона досить професійно володіє обома техніками. На початку кожного свого інтерв'ю, ведуча завжди першочергово представляє свого гостя глядачам, називає його посаду та рід діяльності. По завершенню програми так само, ведуча надує глядачам, хто був у студії, дякує гостю за візит до неї на етер та ввічливо з усіма прощається.

Досліджуючи тему телевізійного інтерв'ю, ми зосередили увагу зокрема довкола належної підготовки ведучого, та власне майстерності інтерв'юера в момент проведення інтерв'ю.

Проаналізувавши програми-інтерв'ю та роботу ведучої Яніни Соколової в рамках програми «Рандеву», вважаємо за необхідне наголосити на низці особливостей. Наприклад – формат програми проходить у вигляді запису. Це свідчить про те, що спочатку над нею попрацювали режисери монтажу, а вже після цього вона вийшла на екрани такою, як бачить її глядач. Другий аспект полягає у тому, що програми такого типу є простішими за своїм характером, оскільки своєчасний монтаж дає змогу приховати від глядача зайві, на думку керівництва телеканалу, аспекти. Порівнюючи з прямим ефіром, слід зауважити, воно вимагає від журналіста більш ґрунтовної підготовки, оскільки ведучий не має права на помилку. Кожну його дію та слово з різних ракурсів фіксує камера, а глядач – уважно спостерігає та дослуховується до того, про що йде мова у прямому етері. Таке інтерв'ю, на відміну від записаного, потребує від журналіста високого рівня майстерності та кропіткої підготовки, аби задовольнити потреби глядацької аудиторії і створити якісний ефірний продукт.

Хоча програма «Рандеву» і має формат запису, ті, кому добре відома робота цієї ведучої, пильно слідкують за її творчістю та знають наскільки ця жінка вправно вміє поводитися на публіці, а головне – на скільки професійно може збентежити свого гостя черговим провокаційним запитанням.

2.2 Інтерв'юювання Наталії Мосейчук на платформі YouTube

Ще одним взірцем професійності є образ іншої української телеведучої – Наталії Мосейчук. Будучи студенткою Наталя почала працювати журналісткою та ведучою на житомирському обласному телебаченні. У 1997 р. здобула першу популярність як ведуча інформаційно-розважальної програми «Ранкове ревію» на телеканалі «Інтер». З 1998 р. працювала ведучою новин на телеканалі «ЮТАР», а за рік – стала ведучою новин телекомпанії «Експрес-Інформ». 2003 р. Наталія Мосейчук працює у службі інформації «5-го каналу». У цей час вона створює і веде власну телепрограму «VIP-жінка». Влітку 2006 р. почала працювати ведучою ТСН на каналі «1+1». Відтоді вона продовжує там працювати в якості ведучої новин та суспільно-політичної програми «Право на Владу».

Кураторка соціального проєкту «Право на освіту», що підтримує українських вчителів і допомагає впровадити систему навчання для маленьких пацієнтів лікарень. Модераторка Школи Супергероїв, що відкрили свої осередки в «Охматдит», лікарнях Житомира, Херсона, Дніпра, а також всеукраїнської щорічної премії для вчителів Global Teacher Prize Ukraine світового рівня – одночасно премії проходять у США, Японії, Фінляндії, Австралії та ін. Має свою номінацію «Вибір серцем». Займається благодійністю. У 2021 році провела випуск ТСН з Вашингтона під час церемонії інавгурації Президента США Джо Байдена. Одна з найвпливовіших українців за версією журналу «Фокус». Увійшла у 2021 році у рейтинг «ТОП-100 успішних жінок України» журналу «Новое время». Володарка національної премії Людина Року.



Рис. 2.2.1. Наталія Мосейчук

Говорячи про портретний вид інтерв'ю, варто підкреслити, що саме герої сюжету є головним об'єктом, на якому зацентровано увага глядацької аудиторії. Однак, варто розуміти, що головним завжди має залишатися журналіст, який спрямовує хід розмови в потрібне русло. Саме від рівня обізнаності та професійності ведучого програми залежить на скільки вдалим вийде черговий випуск сюжету, та на скільки вагому та корисну інформацію отримує аудиторія: чи вдасться її зацікавити та втримати увагу до кінця програми.

Для того, аби програма була максимально успішною, кожному ведучому варто виробити власний стиль проведення інтерв'ю, опанувати відповідні техніки та безпосередньо попрацювати з іміджмейкерами, які допоможуть сформувати вдалий образ ведучого програми. Дуже важливо, аби цей образ був індивідуальним, оскільки це дасть змогу глядачам виокремлювати вас з-поміж інших ведучих, які працюють у відповідному жанрі, а також допоможе вибудувати власний авторитет та повагу серед колег.

В цьому підрозділі ми продовжуємо аналізувати види особистісних інтерв'ю, за приклади візьмемо два випуски програми «VIP з Наталією Мосейчук» на каналі YouTube за жовтень місяць 2022 р.

Програма «VIP з Наталією Мосейчук» являє собою інтерв'ю політиків з однією із найвпливовіших телеведучих України. В програмі порушуються теми стосовно анексії Криму, війни на Донбасі, світової пандемії COVID19, а також дії та бездіяльність державної влади. В ході програм ведуча ставить гостям «прямі» та провокаційні запитання, які понад усе хвилюють українців.

В якості першого аналізу ми обрали випуск від 05 жовтня 2022 р. (<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=AzU3-QxiW5k>). Це інтерв'ю з гендиректором «Агрофірма П'ятихатська» – Олександром Поворознюком. Ведуча вже не вперше спілкується з цим героєм, тож ми вирішили обрати те, яке відрізняється від інших і є, на наш погляд, дещо «неформатним».



Рис. 2.2.2. Подарунок О. Поворознюка ЗСУ у вигляді танку

Для запису цієї співбесіди, ведуча особисто поїхала в гості до пана Олександра на Кіровоградщину. Особливим приводом став подарунок у вигляді танку для наших збройних сил. На запитання ведучої: «звідки в вас на

господарстві з'явився танк?», - Олександр відповів: *«Танк появився коли ми собирали цих дибілів по посадкам. В тепловізор бачу – сидить гріється. Ми підійшли ближче, перешили через балку, вони сидять жарять шашлик. Я вийшов, привітався, їх було четверо, одразу запитав документи. Сказав – “Доброго вечора, ми з України”, а вони за автомати. Ну я навипередки, першим дістав зброю, один з переляку м'ясом удавився. Тоді ми їх так живими і не взяли, а танк лишився».*

Ця програма значно відрізняється від студійної, оскільки журналістка та її респондент спілкувалися у вільному форматі. Водночас інтерв'ю презентоване глядачу із низкою різнолокаційних зйомок: відеоряд-демонстрація реанімобіля, огляд ведучої танку на полігоні тощо. Про вільний формат спілкування свідчить й те, що як герой, так і сама Наталія, дозволяли собі вживати ненормативну лексику. Беручи до уваги той факт, що матеріал не був прямоефірним, дозволимо собі зауважити, що варто було б «запикати» звук. Проте, напевно, авторка вирішила лишити як є, оскільки це повною мірою розкриває образ пана Поворознюка. Саме таким він закарбувався його в пам'яті значної частини українців через низку його спічів, оприлюднених на різних платформах. Можливо зауважити, що ведучій такого робити не варто, та й не притаманно це їй у інших програмах.

Однак з іншого боку, такий вільний формат спілкування дозволив як ведучій, так і самому респонденту відчувати себе максимально невимушено під час бесіди. На нашу думку, це дало змогу Наталії повною мірою розкрити свого респондента, та зробити його образ більш яскравішим в очах глядацької аудиторії, що суттєво вплинуло на кількість переглядів записаного інтерв'ю, а отже й на рейтинг YouTube-каналу.



Рис 2.2.3. Невимушене спілкування Поворознюка з Мосейчук в рамках програми

Виваженість та компетентність зробили Наталю однією з кращих інформаційних телеведучих України. Вона впевнено тримається в кадрі, у такий спосіб демонструючи свою обізнаність в конкретній темі та готовність надати об'єктивну інформацію глядачам. Так, в ході інтерв'ю з паном Поворознюком, журналістка змогла продемонструвати глядачам, як змінилося життя відомого аграрія країни після першого інтерв'ю, яке набрало один і дев'ять мільйонів переглядів: *«В принципі, в мене життя не сильно помінялося. Оця публічність, якої я не очікував, єсли чесно, вона почала мене трошки дїставать вже після першого інтерв'ю. Але я вспоминаю ваші слова, що – не всегда так будет. І правда, зараз вже хто мене бачить на заправках – просто здороваются, вже не фотографируются як то було раньше...»*, – коментує Олександр Поворознюк.

Періодична зміна локацій, яку ми бачимо переглядаючи черговий випуск програми, та додаткові відеоряди, допомагають глядачу не занудьгувати та викликають інтерес додивитися інтерв'ю до кінця. Це можна віднести до абсолютних переваг програми, оскільки таким чином цільова аудиторія зможе ідентифікувати та легко виокремлювати для себе конкретно цю програму з-поміж інших аналогічного характеру.

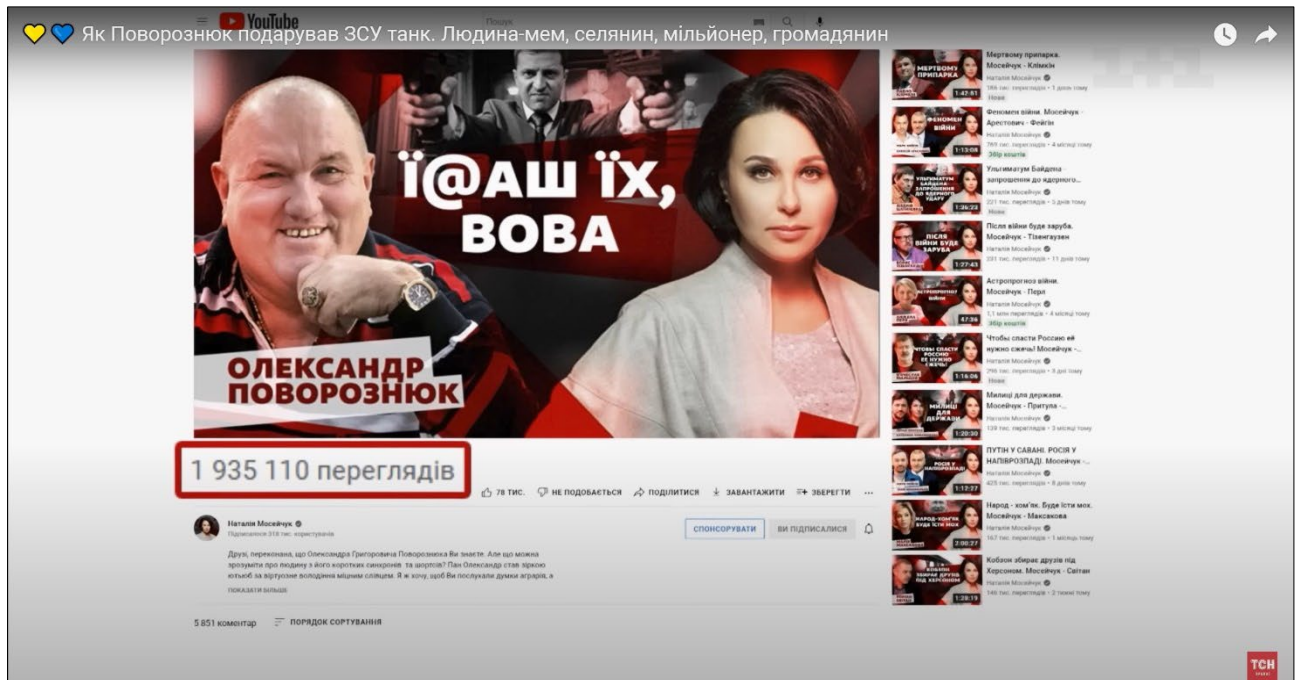


Рис. 2.2.4. Демонстрація переглядів першого інтерв'ю з Поворознюком в рамках програми «VIP з Наталією Мосейчук».

В якості другого прикладу ми обрали випуск цієї ж програми – «VIP з Наталією Мосейчук», випуск від 20 жовтня 2022 р. (<https://www.youtube.com/watch?v=rpAawsA4Qvd0>). За своєю тематикою інтерв'ю є дотичним до того, яке ми вже проаналізували в попередньому розділі, де Михайло Діанов завітав на програму «Рандеву» з Яніною Соколовою. Варто зазначити, що збігається не лише жанрова тематика, але й запитання, які ведуча ставить своєму респонденту в ході спілкування.

Під час інтерв'ю з начальником штабу полку «Азов», який так само був військовополоненим Азовсталі, журналістка ставила запитання дотичні тим, які ставила Яніна в ході бесіди своєму гостю. Ми вирішили порівняти відповіді обох військових на предмет схожості та розбіжності. До того ж, у такий спосіб ми можемо для себе доповнити картину подій, які там відбувалися.

Перше, про що було б цікаво дізнатися глядачеві – походження позивного ім'я військового. Чому саме «Тавр»? На що він відповів: *«Тому що Таврія. Таври це найдавніші, так би мовити, етнічні населення Криму та трішечки Херсонської області».*



Рис.2.2.5. Богдан Кротевич «Тавр»

На запитання про своє перебування в полоні Богдан відповів наступне: *«Противник вдався до підлих, з військової точки зору дій. Вони позначили себе білою стрічкою – ліва рука, права нога, і оголосили по радіо всім цивільним так само вдягнути ці білі стрічки. В міжнародному праві це вважається військовим злочином. Наприклад, у сутінках, коли ти не бачиш толком людину, але бачиш на ній ті білі стрічки, могли сприйняти за ворога. В нас так багато хлопців загинуло...»*, – зазначає начальник штабу полку «Азов» Богдан Кротевич.



Рис. 2.2.6. Богдан Кретеви́ч «Тавр» - начальник штабу полку Азов.

Наталія Мосейчук запитала військового про ставлення рф до українських солдат на допитах. На що він дав таку відповідь: *«Я знаю точно, що серед представників ГРУ є люди, які дотримуються воєнської честі, але не всі. І коли ми з ними воювали, ми багато ворогів знищили. Всі домовленості проходили через наше головне управління, генеральний штаб. А з тієї сторони був представник ГРУ з питань перемовин, який керувався вказівками президента рф. Коли ми перебували в Оленівці, ми з ними нормально спілкувалися на військові теми, але з часом, вже будучи в полоні, ми усвідомили що керівництво колонією перейшло до повноважень ФСБ».*

В кадрі Наталія Мосейчук вправно керує своїми рухами, «мовою тіла» та мімікою. Інколи вона може мати при собі допоміжний матеріал у вигляді планшетки, але знаючи рівень професійності та багаторічний досвід Наталії в медійні сфері, ми не можемо стверджувати про її некомпетентність у темі. Можна побачити як вона час від часу нахиляє голову праворуч, у такий спосіб проявляючи зацікавленість в словах респондента та здобуваючи прихильність в очах глядацької аудиторії. Ведуча професійно керує своїми емоціями перед камерою, що впливає на глядача потрібним чином. Упевнена в собі, сильна

духом та стримана, саме таким є образ Наталії Мосейчук. Легка посмішка на вустах, невимушеність поведінки та бездоганна орієнтація в ході програми. Вона вправно зосереджує увагу глядача на найголовнішому та тримає її до кінця програми.

Основні складові всеукраїнського визнання ведучої Наталії Мосейчук:

- бездоганний зовнішній вигляд;
- вміння утримувати увагу глядача;
- вольові риси обличчя;
- харизма, динамічність та самоіронія.

Далі порівнюємо образ обох ведучих. Перша відмінність полягає в тому, що «VIP з Наталією Мосейчук» виходить виключно на каналі YouTube, на відмінно від другої, яка додатково виходить на «5 каналі».

Оскільки зовнішній вигляд Яніни та Наталії є подібним один до одного: стриманий, офіційно–діловий або стиль кежуал, в залежності від теми інтерв'ю та гостя програми. Аналізуючи образ лише Наталії Мосейчук, варто зазначити, що на відміну від випусків ТСН, у своїх соціальних проєктах, таких як – «Право на Владу» чи «VIP з Наталією Мосейчук», завдяки вдало підібраним образам професійним здібностям, їй вдається розкрити справжню сутність можновладців.

Повертаючись до аналізу, в обох випадках – жодне з інтерв'ю не є студійним. Обидві ведучі можуть завітати в гості до свого респондента зі знімальною групою як додому, так і на роботу. Такий підхід є цілком прийнятним, оскільки глядач має змогу образного мислення, знаючи що в черговому випуску улюбленої програми, ведуча з'явиться на новій локації.

Зміна локацій. У випадку з Яніною ми весь час спостерігаємо лише один знімальний майданчик – ресторан та барну стійку. Повертаючись до програмного випуску Наталії відбувається чітка зміна локацій. Окрім того, в обох випадках присутня наявність додаткового відеоряду. Наприклад – концерт гурту «Океан Ельзи» на ВДНГ в рамках програми «Рандеву», випуск за 8 червня 2019 р. (<https://www.youtube.com/watch?v=Cmybvzm1hLM>).

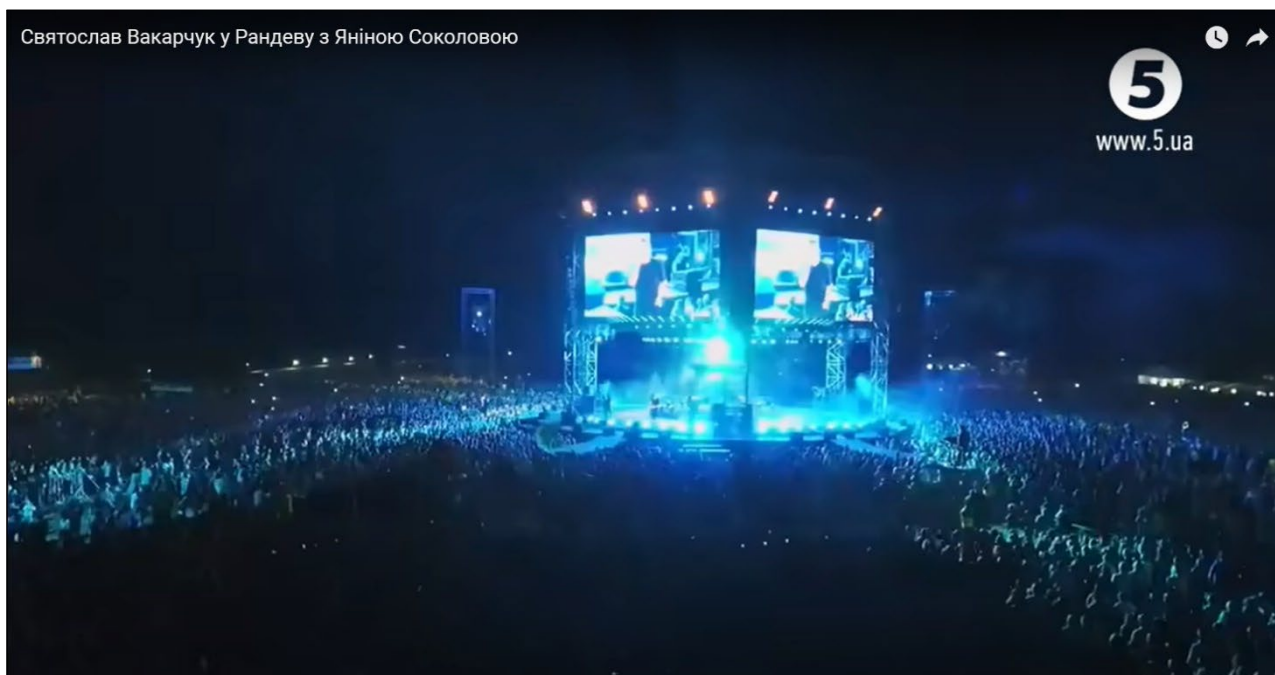


Рис. 2.2.7. Концерт гурту «Океан Ельзи» на ВДНГ.

Або, в якості іншого прикладу, програма – «VIP з Наталією Мосейчук», випуск від 13 травня 2021 р. демонстрація інавгурації В. Зеленського в рамках інтерв'ю з першою леді України: <https://www.youtube.com/watch?v=67zv3UStqWI>



Рис. 2.2.8. Інавгурація шостого президента України В. Зеленського

Значущість інтерв'ю задається не так рівнем популярності героя, скільки задалегідь підготовленими техніками ведучого програми. Тоді гостю не лишається нічого іншого як слідувати запитанням ведучого. В деяких випадках, вдало поставлене запитання не вимагає навіть відповіді, адже самої лише емоції героя буває цілком достатньо, аби глядач міг зрозуміти та відчувати на собі те, що відчуває гість студії. Якщо у ведучого виходить викликати у свого співрозмовника потрібну емоцію, він на вірному шляху, оскільки це впливає не тільки на кількість його глядацької аудиторії, але й на його подальший попит в професійній діяльності.

Раніше, аби дізнатися необхідну інформацію про людину, для ґрунтовної підготовки журналісту доводилося вивчити низку періодичних публікацій, прослухати аудіозаписи радіоестерів та переглянути телевізійні сюжети про героя, який має завітати на інтерв'ю. Технічний прогрес не стоїть на місці, тож до вищезазначених видів ЗМІ додається ще й інтернет, без якого ми вже не уявляємо сучасного цифрового існування. Це значно полегшує пошук інформації про потрібну персону та суттєво зменшує час медійника на підготовку до етеру.

Таким чином, в результаті роботи над практичною частиною магістерської, можна сформулювати відповідні визначення. Проаналізувавши та порівнявши випуски програм на предмет: формату, постановки запитань, іміджу та роботи ведучої в кадрі, ми можемо виокремити основні вимоги для проведення вдалого портретного інтерв'ю.

На сьогодні цей жанр набуває значної популярності серед інших ЗМІ та вважається найскладнішим з-поміж інших інформаційних видів. Це напряду пов'язано з тим, що журналіст має не лише розпитати інтерв'ююваного, але й правильно сформувати його образ перед цільовою аудиторією. Основною задачею портретного інтерв'ю є розкриття особистості та її характеру. В ході спілкування ведуча (чий) має будувати свої запитання таким чином, аби респондент міг дати на них максимально розгорнуту відповідь. Це потрібно для того, аби глядач міг самостійно зробити висновки про конкретну особу, яка завітала до студії.

Окрім запитань, які мають бути переважно відкритого типу, важливу роль відіграє підготовка, манера, стиль ведучого програми та вміння тримати марку протягом всього ефіру. Більшість політиків, які регулярно звітують на камеру та спілкуються з журналістами, навчилися відповідати на запитання завуальовано, тобто – без конкретики. Саме тому, вже на початку розмови ведучий має дати зрозуміти реципієнту, що перед ним обізнаний та ерудований журналіст, якого не вийде ввести в оману чи задати власний тон цій бесіді. Саме ведучий має тримати потрібний баланс протягом всієї програми, ставити уточнюючі запитання та спрямовувати хід інтерв'ю в потрібне русло, якщо респондент намагається уникнути «прямої» відповіді на поставлене запитання.

Не мало важливим є імідж та образ ведучої програми. Він має повністю відповідати формату та темі інтерв'ю. Як ми могли побачити на прикладах, не завжди стиль має бути офіційно-діловим, особливо коли програма записується за межами студії. Манери та поведінка ведучого в кадрі теж відіграють суттєву роль. Особливо під час прямого етеру, коли найменша помилка журналіста може коштувати йому професійної репутації.

Таким чином можемо стверджувати, що ведуча є модератором під час спілкування з інтерв'ююваним, оскільки саме від її дій залежить подальший хід та розвиток всієї програми. Аби інтерв'ю було вдалим і респондент погодився вторинно завітати на програму, журналіст має відповідально підійти до підготовки над ним. Слід ретельно дослідити тему майбутньої бесіди, та вивчити досьє свого гостя. В ході інтерв'ю журналіст має вільно орієнтуватися в постановці запитань, особливо звертати увагу на те, аби запитання були логічними та могли повною мірою розкрити образ героя. Аби відповіді були змістовнішими, ведучий програми має ставити відкриті запитання, які являють собою конструктивну та розлогу відповідь респондента. У такий спосіб глядач зможе краще пізнати образ героя, який знаходиться у студії. А для самого журналіста – це буде додатковий досвід, який безумовно вплине на рівень його професійності та допоможе вдосконалити техніку проведення такого журналістського жанру як інтерв'ю.

ВИСНОВКИ

Інтерв'ю це метод збирання інформації в журналістиці, сутність якого полягає у здобутті новин і повідомлень шляхом усного спілкування суб'єкта, тобто – журналіста, зі своїм об'єктом – політиком, науковцем, культурним діячем чи просто цікавим співрозмовником.

На сьогодні в науковому полі виокремлюють такі три типи інтерв'ю за змістом:

1. Інформаційні. Має на меті – з'ясувати факти та обставини певних подій, а також здобути нову інформацію. Сюди також можна віднести бліцопитування.

2. Аналітичні. Відрізняється від інформаційного наявністю оціночних суджень респондента. Застосовується як у формі синхрону, так й у формі звичного для нас інтерв'ю.

3. Портретні. Метою портретного інтерв'ю є створення певного образу героя та всебічного розкриття його характеру. Без наявності інформаційного ряду запитань проведення такого інтерв'ю неможливе, так само як і без запитань про ставлення героя до різного роду фактів, як в аналітичних інтерв'ю.

Інтерв'ю займає провідне місце серед інших жанрів у сфері журналістики, оскільки професійні медійники надають йому вагому значимість й намагаються зробити якомога змістовнішим та несхожим на інші, вже існуючі варіанти.

В ході нашого дослідження ми проаналізували роботу двох українських ведучих: Яніни Соколової та Наталії Мосейчук на предмет постановки запитань, загального образу (стилю), хід ведення програми, а також виявили вдалі й не зовсім деталі їх програм.

Дослідивши особливості роботи Яніни Солової, ми дозволимо собі зазначити, що вона досить професійно володіє технікою спілкування з респондентами та гідно тримається протягом кожного випуску. Однак, хоча кожен випуск є завчасно записаним та містить ознаки монтажу, це жодним чином не впливає на його сприйняття глядачем, оскільки є можливість бачити кожен жест, міміку та чути кожне слово, яке лунає з вуст ведучої до респондента.

Така візуалізація дає змогу бачити та аналізувати образи кожного з них. Саме поведінка ведучої в кадрі формує в глядацької аудиторії думку про того, хто веде етер й те, на скільки людина вправно володіє журналістською майстерністю. Це дозволяє глядачу зробити про неї відповідні висновки та сформувані певну думку.

За роки ведення «Рандеву» Яніна Соколова вибудувала образ елегантної та ерудованої жінки, яка завдяки своїй обізнаності та поінформованості може змусити гостя програми ніяковіти, оскільки її запитання можуть нести провокаційний характер. При цьому немає значення хто перед нею: чиновник чи звичайний перехожий. Ведуча вміє чітко формулювати свої запитання до респондента та знає, який у підсумку результат вона хотіла б отримати. Інколи ведуча може мати при собі невеличкі нотатки, що дає змогу поставити гостю додаткове запитання чи озвучити певний факт (зачитавши цитату) без зайвих спотворень та викривлень.

З проаналізованих нами програм «Рандеву» з Яніною Соколовою за певний період, особливо цікавими (на нашу думку) у науковому полі є два. Це інтерв'ю з українським військовослужбовцем, історія якого облетіла весь інтернет. Героєм другого інтерв'ю програми «Рандеву» був Сергій Притула. В ході спілкування з старшим сержантом 36-тої окремої бригади морської піхоти Збройних сил України, оборонця Маріуполя, звільненого з полону Михайлом Діановим (як і у більшості інших досліджених інтерв'ю) ведуча продемонструвала свою обізнаність в темі, що допомогло їй повною мірою отримати довіру героїв та всебічно розкрити їх особистісні якості для глядача. Варто зазначити, під час інтерв'ю журналістка не акцентувала увагу на фізіологічних чи інших проблемах військового, що в черговий раз доводить її професіоналізм та гуманність.

У програмі «Рандеву» із Сергієм Притулою, розмова відбувається на іншій локації. І цей прийом додає зацікавленості глядачу, оскільки інтерв'юований є досить відомою медіаперсоною, він і Яніні є, певною мірою, колегою. І в цьому випадку ведуча показала високий рівень підготовки до цієї розмови, адже про

Сергія багато що відомо, а нові факти його діяльності лише додають вагомості тій справі, якою він наразі займається. Відзначимо, що Яніні вдалося не тільки розкрити всі грані волонтерської роботи пана Притули, а й «заохотити» українців більше допомагати військовим через офіційно зареєстровані, надійні організації й у такий спосіб наближати нашу перемогу.

Щодо аналізу роботи іншої ведучої Наталії Мосейчук, ми можемо з упевненістю стверджувати, що виваженість та компетентність зробили її однією з найкращих ведучих українського медіапростору. Вона вправно керує своїми емоціями перед камерою, що суттєво впливає на її сприйняття цільовою аудиторією. В неї добре виходить утримувати увагу глядача від початку до кінця програми.

Серед проаналізованих програм-інтерв'ю Наталії найбільш нестандартною є бесіда з генеральним директором «Агрофірми П'ятихатської» – Олександром Поворознюком. Програма значно відрізняється від студійної, оскільки журналістка та її респондент спілкувалися у вільному форматі. Водночас інтерв'ю презентоване глядачу із низкою різнолокаційних зйомок: відеоряд-демонстрація реанімобіля, огляд ведучої танку на полігоні тощо. Також про вільний стиль спілкування говорить уживання ненормативної лексики, до якої вдалася й сама Наталія під час інтерв'ю. Це дещо відрізняється від особистісних характеристик ведучої, зазвичай вона стримана у своїх інтерв'ю, Яніна дозволяє собі подібні висловлювання майже у кожному випуску своєї телепрограми, що вже стало своєрідною «родзинкою» її етерів.

Спільним в роботі обох ведучих також є те, що Наталія так само як і Яніна, досить впевнено тримається в кадрі, у такий спосіб демонструючи свою обізнаність в конкретній темі та готовність надати об'єктивну інформацію своїй глядацькій аудиторії. Обидві ведучі мають авторські телевізійні програми під назвою «Рандеву» з Яніною Соколовою та «VIP з Наталією Мосейчук. Вони презентуються глядачу за сталою структурою та способами ведення бесіди. Традиційно гостями програм були політики чи відомі особистості, порушувані теми були актуальними для українців саме на час трансляції. Варто зазначити,

що раніше ці програми виходили лише в ефірі телемовників («5 каналі» та канал «1+1»). Однак пізніше, вони почали з'являтися на YouTube-каналі, який став ще однією цифровою платформою інформування громадськості про життя політиків та інших публічних осіб.

На сьогодні образ ведучих, їх стиль подачі аудіовізуального продукту та манери, відіграють досить вагомую роль. Тож, всі відомі журналісти дбають про свій імідж, який є невід'ємною складовою їх репутації. Саме образ та особливості роботи ведучого в кадрі, повною мірою відображають не лише його рівень професіоналізму, але й впливають на кількісні показники його цільової аудиторії, а також на авторитет серед колег.

Таким чином, обидві ведучі в ході спілкування з героями своїх авторських програм демонструють високий рівень майстерності. Безумовно успішному інтерв'ю передують копійка робота, яка криється в ретельній підготовці. Герой має усвідомлювати, що його думка є цікавою та важливою не лише для нього самого, але й для тієї людини, яка призначила зустріч – журналіста. Тому, аби кожна програма-інтерв'ю була вдалою, цікавою і отримала відповідну реакцію, варто максимально серйозно підходити до її підготовки. Перш ніж домовлятися з людиною про зустріч для телерозмови, треба детально дослідити досвід свого респондента, якого збираєтесь запросити. Адже саме від ґрунтовної підготовки залежить подальший успіх та репутація журналіста-інтерв'юєра на професійній ниві.

Добре що у період війни з'являються такі окремі телевізійні та інтернет-програми на кшталт тих, які ми дослідили в нашій науковій роботі. Вони дають змогу глядачам черпати не лише новинну інформацію та дізнаватися останні події сьогодення, але й спостерігати за життям відомих осіб, які підтримують український народ та Збройні сили України.

До таких людей відносяться герої проаналізованих нами випусків інтерв'ю: М. Діанов, С. Притула, О. Поворознюк, Б. Кротевич та багато інших публічних та маловідомих осіб, які своїми шляхетними діями допомагають наблизити нашу перемогу. Образи таких людей позитивно впливають на

ментальну свідомість українців. Саме тому медійникам слід дотримуватися у випусках своїх програм різножанровості та тематичного напрямку телевізійного контенту із задіянням всіх можливих цифрових платформ. Такий підхід є важливим зі сторони аудіовізуального ЗМІ, оскільки люди по-різному сприймають інформацію.

Ще однією проблемою в сучасному медійному просторі ми вважаємо – лайку ведучих в ході прямого етеру чи його запису. Дивує те, що навіть передачі записаного формату цілеспрямовано залишають лайливу лексику, не вирізаючи та не «запікуючи» її як того вимагають етичні стандарти. На нашу думку, вживання нелітературних висловів, лайки і подібного є недопустимим, навіть якщо він або вона намагаються назвати речі своїми іменами. Це напряму пов'язано з впливом телебачення й інтернету на свідомість та підсвідомість людини, а також з впливом на культуру споживача та формування його світосприйняття в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєва. К. Інтерв'ю як об'єкт співавторства. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1517> (дата звернення: 05.07.2022).
2. Бахурська Р. Інтерв'ю як телевізійний жанр: мовностилістичні засоби. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 224-231.
3. Білоус Р. Контент телевізійного інтерв'ю Наталії Влащенко (ЗІК) і Яніни Соколової (5 канал): порівняльний аспект. *Теле- та радіожурналістика*. 2019. Вип. 18. С. 218-224.
4. Бойд Е. Технології виробництва ефірних новин /пер. з англ. Колот О. Київ : ТОВ Київська типографія, 2007. 429 с.
5. Вальтер Л.. Вступ до практичної журналістики : навчальний посібник / пер. Климченко В., Баканов А. ; за загал. ред. Іванова В. та Коль А. Київ : Академія Української Преси, 2005. 229 с.
6. Ваніна О. Значення голосу і манери говорити для теле- і радіожурналістів. *Теле- та радіожурналістика*. 2002. Вип. 4. С. 155-158.
7. Вартанов Г. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять / за ред. проф. Чічановського А. Київ : Грамота, 2005. 64 с.
8. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
9. Ганич Д., Олійник І. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа 1985 360 с.
10. Гетьманець М., Михайлин І. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 384 с.
11. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>.
12. Голубєв В. Універсальна журналістика : навчальний посібник. Рівне : Друк Волині, 2016. 152 с.

13. Григораш Д. Журналістика у термінах і виразах. Львів : Вища школа, 1974. 296 с.
14. Журналістика: словник-довідник / за ред. Михайлина І. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.
15. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-ге вид., переробл. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
16. Каппон Р. Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний поради́к / пер. з англ. Андрія Іщенка. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 158 с.
17. Касьяненко С. Інтерв'ю як метод і як жанр. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403> (дата звернення: 06.07.2022).
18. Костюк В. Інтерв'ю на сторінках мережевих видань. *Держава та регіони*. Сер. : Соціальні комунікації. 2015. № 3. С. 49-53.
19. Лукина М. Технология интервью : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2003. 192 с.
20. Максименко Г. Виховання психофізичного апарату ведучого програм телебачення. *Мистецтвознавство України*. 2008. Вип. 9. С. 188-196.
21. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Термінологічний словник основних понять і виразів : телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. Запоріжжя : Дике поле, 2006. Т 2. 348 с.
22. Мащенко І. Міфи і реалії телерадіоефіру : підручник. Київ : Знання, 2005. 256 с.
23. Мірошніченко П., Пшепировська С. Воєнний конфлікт у телевізійному сюжеті: відповідність виробничим стандартам журналістики. *Молодий вчений*. 2015. № 12(3). С. 45-48.
24. Москаленко А. Теорія журналістики : підручник. Київ : Експрес-об'ява, 1998. 336 с.
25. Назаренко Г. Інформаційні жанри журналістики : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2010. 32 с.

26. Недопитанський М. Жанрові новації сучасного українського телебачення. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403> (дата звернення: 10.08.2022).
27. Офіційний сайт каналу 1+1 media. URL: <https://1plus1.ua/>.
28. Почепцов Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
29. Рогова Т. Інноваційні технології під час викладання курсів з телевізійної журналістики: реалії впровадження. *Держава і регіони. Сер. : Соціальні комунікації*. 2017. № 4. С. 177-181.
30. Руденко О. Типологія телевізійного інтерв'ю як складової частини масової комунікації. *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Сер. : Лінгвістичні науки*. 2010. № 10. С. 71-77.
31. Сарбі Ю., Лазарева А. Техніка інтерв'ю : посібник / адаптація та пер. з фр. ; Інститут масової інформації, Центр підготовки й вдосконалення журналістів. Київ : ПП "Еліс", 2000. 120 с.
32. Сахарова О. Жанр інтерв'ю як спосіб вияву мовної особливості. *Стиль і текст*. 2012. Вип. 13. С. 116-121.
33. Сербенська О. Мова засобів масової інформації і пропаганди як виразник культури соціальної сфери. *Українська мова і сучасність*. Київ : НМК ВО, 1991. С. 181-183.
34. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Філологія. Соціальні комунікації*. 2012. Вип. 27. С. 180-184.
35. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. 224 с.
36. Словник української мови : в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980. URL: <http://sum.in.ua>. (дата звернення: 10.08.2022).

37. Снурнікова О. Основи тележурналістики : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. 63 с.
38. Тернова А. Технологічні прийоми операторської майстерності при підготовці якісного аудіовізуального. *Молодий вчений*. 2014. № 1(03). С. 245-249.
39. Тернова А., Захарс Т. Телевиробництво : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 150 с.
40. Технологія інтерв'ю : правила Саватські. *Елітаріум. Центр додаткової освіти*. URL : http://www.elitarium.ru/tekhnologija_intervju_pravila_savatski/ (дата звернення: 01.10.18).
41. Томан І. Мистецтво говорити : посібник / пер. з чес. Володимира Романця. Київ : Політвидав України, 1986. 221 с.
42. Третьак Ю. Стратегії і тактики легітимації комунікативно-дискурсивних ролей респондента в жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. 2014. Вип. 33. С. 213-220.
43. Халер М. Інтерв'ю : навчальний посібник / за загал. ред. Іванова В. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. 404 с.
44. Чабаненко М. Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя : «Просвіта», 2013. 112 с.
45. Шкальова А., Семен Н. Особливості ведення інтерв'ю у програмах «Рандеву» з Яніною Соколовою на «5 каналі». URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21689/14_0.pdf.
46. Alysen B. *The Electronic Reporter: broadcast journalism in Australia*. Sydney : UNSW Press, 2012. 305 p.
47. Alysen B. *The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia*. Sydney : UNSW Press, 2002. 243 p.

48. Killenberg G., Anderson R. Before the Story. Interviewing and Communication Skills for Journalists. New York : St. Martin's Press, 1989. 224 p.
49. Metzler K. Creative Interviewing: the writer's guide to gathering information by asking questions. 2nd Edition. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1989. 96 p.
50. Rich C. Writing and Reporting News: a Coaching Method. Boston, MA : Wadsworth, 2010. 535 p.

ДОДАТОК А

НАУКОВА ПУБЛІКАЦІЯ

Яременко А. О. інтерв'ю як особливий жанр медійної комунікації під час війни. Open Ukrainian Citation Index (OUCI) : зб праць II Міжнародній науково-практичній конференції «Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку», 25–26 листопада 2022 р., м. Одеса. URL : <http://catalog.lina-pres.eu>

Яременко А.О.
магістерка факультету журналістики
Запорізького національного університету

ІНТЕРВ'Ю ЯК ОСОБЛИВИЙ ЖАНР МЕДІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

На сьогодні жанр інтерв'ю є одним із найпопулярніших та найзатребуваніших не лише серед аудиторії, але й серед самих представників засобів масової комунікації. Війна росії в Україні внесла свої «корективи» в телевізійний контент, наповнення ефірної сітки українських мовників. Традиційно, у новинах журналісти застосовували коментарі в тих випадках, коли потрібна була думка експерта, очевидця, учасника події. Наразі, оперативний коментар про ситуації у різних регіонах України є чи основним компонентом ефірного наповнення загальнонаціонального марафону «Єдині новини», який ведуть спільно провідні медіагрупи Starlight Media, 1+1 media, Суспільне Мовлення, Inter Media Group та телеканал «Рада». Особливо це було актуальним на початку повномасштабного вторгнення росіян в Україну.

Водночас, інтерв'ю є одним з найкращих методів збирання інформації, завдяки якому журналіст може наповнити свій матеріал додатковими даними та зробити його більш інформативним, структурованим та з дотриманням журналістських стандартів – балансу думок, оперативності, достовірності тощо.

Моніторинг контенту марафону «Єдині новини» дозволяє нам стверджувати, що інтерв'ю стало переважаючим жанром ефіру, оскільки «міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації й виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» [1, с. 13] стало єдиним можливим способом оперативності під час повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Наразі у ефірній сітці марафону з'явилися і спеціальні тематичні проекти, програми розважального формату, ранкові програми, розмовні студії з ведучими, а також окремі програми-інтерв'ю. Зауважимо, що в такий надскладний для всієї країни час, подібні матеріали набувають особливого сенсу та значення. Інтерв'ю відіграє вагомий роль у виконанні соціально спрямованих завдань. І тут на перше місце виходить не власне оперативність інформації, а її тематика, соціальна значимість та актуальність, глибина порушеного питання і розкриття теми. В цьому сенсі велика відповідальність покладається на фаховість ведучих програм-інтерв'ю (постановка запитань, тримання темпо-ритму програми, взаємозв'язок з інтерв'ююваним, атмосфера бесіди тощо).

Для цього дослідження ми обрали двох відомих українських телеведучих: Яніну Соколову та Наталію Мосейчук.

Яніна Соколова – українська журналістка, громадська діячка та блогерка. Як ведуча портретного інтерв'ю, вона розпочала свою професійну діяльність в 2015 р., із заснування авторської програми «Рандеву» на 5 каналі. Саме один із низки випусків цієї програми ми й проаналізуємо.

На «Рандеву» [2] з Яніною Соколовою завітав український військовослужбовець, старший сержант 36-тої окремої бригади морської піхоти Збройних сил України, оборонець

Маріуполя, учасник російсько-української війни – Михайло Діанов. Історія цього захисника досить інтенсивно вирувала в Інтернеті, соціальних мережах, тому громадськості вже були відомі окремі факти з життя військовослужбовця. Широкому загалу Михайло став відомим завдяки публікаціям світлин захисників, що чинили запеклий опір з «Азовсталі». Їх оприлюднив у мережі один із бійців окремого загону спеціального призначення – полку «Азов».

В ході спілкування з нещодавно звільненим із полону, ведуча продемонструвала свою поінформованість та професіоналізм, що допомогло їй повною мірою отримати довіру героя та всебічно розкрити його особистісні особливості для глядача. Варто відзначити, під час інтерв'ю журналістка не акцентувала увагу на фізіологічних чи інших проблемах військового, навпаки, вона запитувала гостя не лише про його період перебування в полоні, але й про звичайні буденні речі, які він переживав до цього переламного, для кожного українця, моменту.

З цієї публічної бесіди нам вдалося дізнатися, що в мирному житті Михайло був дипломованим музикантом, який вправно (окрім піаніно) володіє бас гітарою. Окрім того, Яніна коректно поцікавилася про особисте життя свого респондента, на що так само отримала розгорнуту і відверту розповідь. Ми добре пам'ятаємо інші епізоди цієї програми, коли вона вміло ставила каверзні запитання та домінувала над респондентом. Інколи їй навіть властиво було переймати на себе емоційний стан героя програми. Та хоч вона й має освіту акторки, все ж невербальні ознаки часто-густо видають її прихильність чи неприязнь до інтерв'юваного. Звичайно вона може намагатися поводитися стримано та більш-менш об'єктивно, однак для глядача це приховати не вдається.

Беручи до уваги її зовнішність як складову іміджу, можна сказати наступне: симпатична приваблива жінка, зазвичай в ділових костюмах чи сукнях. Такий образ має більшість ведучих, тож нічого екстраординарного про її образ не скажеш. Варто відзначити, що Яніна Соколова завжди добре підготовлена до розмови зі своїм гостем. Інколи вона може мати при собі невеличкі нотатки, що дає змогу поставити гостю додаткове запитання чи озвучити певний факт без зайвих спотворень та викривлень.

Ще однією особливістю роботи Яніни в кадрі є абсолютна відсутність певних бар'єрів між нею та респондентом. Більшість своїх інтерв'ю вона проводить в ресторанах, сидячи за барною стійкою, віч-на-віч зі своїм гостем. Можливо саме цей аспект є ключовим та впливає на вдалість чергового випуску програми «Рандеву» та інших подібних її програм. Проте, в роботі Яніни як ведучої бувають недоліки. Зрідка трапляються випадки, коли хід програми-інтерв'ю ставав просто приятельською бесідою, а не змістовною розмовою з респондентом на камеру, й глядачі не отримували змістовної інформації про гостя через якісь натяки, напівфрази, гумор та завуальовані репліки. В цьому випадку варто пам'ятати, що журналістові не треба думати «тупе те чи інше питання, чи ні. ...Оскільки те, що на перший погляд може здаватися банальним та зрозумілим, для глядача стане справжнім відкриттям. Обмірковуючи матеріал, журналіст завжди мусить ставити себе на місце аудиторії» [3, с. 75]. Такі випадки поодинокі, проте вони трапляються.

Цікавим для дослідження є робота іншої української телеведучої – Наталії Мосейчук. Виваженість та компетентність зробили Наталю однією з найкращих ведучих на каналі «1+1». Вона досить впевнено тримається в кадрі, у такий спосіб демонструючи свою обізнаність в конкретній темі та готовність надати об'єктивну інформацію своїй глядацькій аудиторії. Програма-інтерв'ю «VIP з Наталією Мосейчук» – це переважно бесіди з політиками на теми, які турбують українців. Актуальними темами є окупація, війна, боротьба з пандемією. Для аналізу ми обрали її інтерв'ю з генеральним директором «Агрофірми П'ятихатської» – Олександром Поворознюком [4]. Вона вже не вперше проводить інтерв'ю з цим героєм, тож ми вирішили обрати те, яке відрізняється від інших і є дещо «неформатним». Для запису цієї співбесіди, ведуча особисто поїхала в гості до пана Олександра на Кіровоградщину. Особливим приводом став подарунок у вигляді танку для наших збройних сил. Ця програма значно відрізняється від студійної, оскільки журналістка та її респондент спілкувалися у

вільному форматі. Водночас інтерв'ю презентоване глядачу із низкою різнолокаційних зйомок: відеоряд-демонстрація реанімобіля, огляд ведучої танку на полігоні тощо. Про вільний формат спілкування свідчить те, що як герой, так і сама Наталія, дозволяли собі вживати ненормативну лексику. Беручи до уваги той факт, що матеріал не був прямоефірним, дозволимо собі зауважити, що варто було б «запікати» звук. Проте, напевно, авторка вирішила лишити як є, оскільки це повною мірою розкриває образ пана Поворознюка. Саме таким закарбувався його образ в пам'яті значної частини українців через низку його спічів, оприлюднених на різних платформах.

Повертаючись до образу та роботи в кадрі Наталії Мосейчук, хочеться додати, що вона вправно вміє керувати своїми рухами, «мовою тіла» та мімікою. Можна побачити як вона час від часу нахилиє голову праворуч, у такий спосіб проявляючи зацікавленість в словах респондента, та здобуваючи прихильність в очах глядацької аудиторії. Ведуча професійно керує своїми емоціями перед камерою, що суттєво впливає на стан телеглядачів. Упевнена в собі, сильна духом та стримана, саме таким є образ Наталії Мосейчук. Легка посмішка на вустах, невимушеність поведінки та бездоганна орієнтація в ході програми. Вона професійно зосереджує увагу глядача на найголовнішому та тримає її до кінця програми.

Таким чином, телевізійне інтерв'ю являє собою аудіовізуальний продукт, що виникає в момент спілкування журналіста з респондентом на актуальні для глядача теми, який виходить до етеру наживо або в форматі запису. Матеріали цього жанру займають провідне місце серед аудіовізуального продукту, автори подібних програм намагаються зробити свої програми несхожим на інші, адже глядачі можуть не лише чути спікера, але й наглядно бачити його реакцію на запитання, манеру поведінки в кадрі, тембральні й ритмічні коливання голосу тощо. Яніна Соколова та Наталія Мосейчук – обидві ведучі в ході спілкування з героєм програми демонструють свій професіоналізм та майстерність. І тут усвідомлюємо, що успішному інтерв'ю передують копійка робота, ретельна підготовка ведучої чи редакції в цілому, і саме від цього залежить задоволення чи ні попит глядацької аудиторії.

Список використаних джерел

1. Лукіна М. М. Технология интервью. Москва : Аспект Пресс, 2003. 192 с.
2. «Рандеву з Яніною Соколовою». URL: <http://surl.li/dogao> (дата звернення: 14.10.2022).
3. Alysen B. The Electronic Reporter: broadcast journalism in Australia. Sydney : UNSW Press, 2012. 305 p.
4. «VIP з Наталією Мосейчук». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mBMABALDMCE> (дата звернення: 10.10.2022).

ДОДАТОК Б

СЕРТИФІКАТ

Участі у науковому семінарі «Міжнародна мобільність і робота з іншомовною літературою в закордонних бібліотеках і базах даних» від гостьового дослідника центру Вайзера з дослідження Європи і Євразії університету Мічиган (США)



**Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я _____, студент(ка) _____ курсу,
форми навчання _____, факультету _____,
спеціальність _____, адреса електронної пошти _____,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
«_____»
відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що
визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких
ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є
ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям
академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою
інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____