

Басараб Д.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Гальчак С.Д.,

доктор історичних наук, професор,

*Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського*

ЖАНР ІНТЕРВ'Ю НА СТОРІНКАХ СУЧАСНИХ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ ЖУРНАЛУ «НОВОЕ ВРЕМЯ»)

Кожен наш день починається з запитань та відповідей на них. З цього складається комунікація, та незмінна функція журналістики, що відома нам ще здавна. Комунікація передбачає взаємний зв'язок двох суб'єктів, що ведуть бесіду. Це можуть бути різні види спілкування. Та один з них навіть виокремився в окремий жанр журналістики – інтерв'ю. Саме слово «інтерв'ю» запозичене з англійської мови і має значення «обмін думками, поглядами, фактами». Та потрібно пам'ятати, що факти, що маються на увазі, це не просто розпорядок дня людини, а цікаві факти з життя, події, враження.

Жанр інтерв'ю досліджувало багато науковців, наприклад, М. Кім, О. Чекмишев, М. Василенко, О. Кузнецова. Усі вони внесли свою лепту у розвиток інтерв'ювання. Науковець М. Кім аналізує внутрішні та зовнішні зв'язки всередині жанрової системи ЗМІ. Внутрішній зв'язок між різними жанрами журналістики визначається публіцистичним типом творчості, а зовнішній – тим, що кожен жанр журналістики відображає потреби сучасного життя з метою впливу на громадську думку [4]. І цей вислів досить гарно відноситься саме до інтерв'ювання. До того ж сам жанр має ще й подібний метод – інтерв'ювання, що широко використовується в різних жанрах журналістики. Сам метод полягає у ставленні запитань до свідка, гостя, особи, коментар якої потрібен для матеріалу. Цей метод застосовують, як один з допоміжних для телевізійних сюжетів, для розбавлення матеріалу в періодичних виданнях. Чи просто як самостійний метод в однойменному жанрі.

Цікавим є вислів дослідника І. Михайлина, що називає метод інтерв'ювання як один з найпопулярніших і практикованих методів [7]. Дослідниця М. Лукіна зазначає, що «інтерв'ю – це міжособистісне

вербальне спілкування для отримання інформації та виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» [6].

Та потрібно пам'ятати, що інтерв'ю це не лише обмін інформацією та «сухі розпитування» на одну тему. Найголовніше – це інформація про співбесідника, яка розкриває його з нової сторони, до того не відомої для інших.

В. Здоровега зазначає: «У журналістиці певне значення має не тільки зміст розмови, а й особистість співрозмовника, його неповторність, особливо тоді, коли автор збирається писати есе, нарис, політичний портрет, навіть статтю» [3].

Сам жанр потребує неабиякої підготовки з боку журналіста. Для початку треба підготувати базові інформаційні питання, які відомі як «метод перевернутої піраміди». На ньому часто робить акцент О. Тертичний: «Інтерв'ю должно прежде всего состоять из вопросов «Что?», «Где?», «Когда?». Если же интервьюер или собеседник начнут «разворачивать» ответы на вопросы: «Почему?», «Каким образом?», в результате может получиться аналитический материал» [8].

Та все ж інформаційне наповнення інтерв'ю це тільки фундамент, який тримає сам матеріал. Саме наповнення і містить такі аналітичні питання зі сфери життя співбесідника, його плани на майбутнє й запитання глобального характеру. Та перш за все, щоб почати розмову з людиною, потрібно її розуміти, а також знати про те, чим вона займається та «дихає». Особливо, коли береш інтерв'ю у людини, яка обізнана у якійсь окремій сфері. А для отримання, наприклад, нової інформації з сфери політики, економіки чи якоїсь іншої вузької спеціальності, потрібно мати уявлення про неї загалом.

Про це говорить В. Здоровега: «Особливо багато суперечливих думок висловлюється щодо обізнаності у спеціальних питаннях, тобто проблемах економіки, політики, науки, культури. Добре було б, щоб журналіст був ознайомлений з ними на рівні спеціаліста» [3]. Та можливості бути обізнаним у багатьох сферах життя майже неможливо. Тому єдине, що має знати журналіст – це поверхнєве бачення проблеми і розбиратися в питаннях, що ставить. Так, для кращого проведення інтерв'ю, слід дотримуватись декількох правил, які допоможуть заручитись підтримкою співбесідника, розкрити його потенціал.

Так, дослідниця М. Лукіна пропонує свою методику проведення інтерв'ю. Вона умовно виділяє три етапи бесіди із респондентом та описує кожен окремий етап. Перший етап – це прамбула інтерв'ю (її

також називають на спортивний манер – «розминкою»). Виконує стратегічну задачу встановлення контакту між журналістом і співрозмовником, взаємного пошуку «спільної мови». На початку розмови треба максимально усунути всі можливі бар'єри спілкування, проте «розминка» не повинна бути затягнутою. Слід уважно спостерігати за співрозмовником і при появі знаків нетерпіння або поспіху переходити безпосередньо до теми інтерв'ю [6].

Так, для кожного етапу слід виділити окремі питання, що будуть логічно переходити з одного в інше. Найкращим буде задавати спочатку питання загального характеру, вони можуть не ввійти в матеріал та матимуть базовий характер. В кінці краще ставити питання, які насправді цікавлять, особливо якщо є сумнів, що людина, може «вислизнути» від питання, або взагалі на нього не відповісти.

Інший дослідник Л. Гвоздьов у своїй праці «Техніка інтерв'ю» наводить наступний алгоритм дій журналіста при підготовці та проведенні інтерв'ю: «Перш ніж домовлятися про зустріч, намагайтеся якомога більше дізнатися про потенційного співрозмовника. Поговоріть з колегами, пошукайте інформацію в Інтернеті, якщо з вашим героєм вже є різноманітні інтерв'ю – обов'язково ознайомтеся з ними, щоб знати рівень відповідей та уникнути повторюваних запитань. Якщо у доступі є відео-інтерв'ю, то це дасть вам змогу відчути атмосферу під час бесіди та ретельно підготуватись» [2].

Журналіст М. Ганопольський зазначає, що «немаловажно, в якій студії проводиться інтерв'ю и в чем одет собеседник и журналист так же само как и сами вопросы, которые он сам задает» [1]. На його думку, атмосфера, в якій проводиться інтерв'ю, це один з найважливіших аспектів, і саме журналіст має про це подбати, бо якщо щось піде не так, то «все каміння посиплеться» на нього, бо саме його прізвищем підписано матеріал.

Так, гарні інтерв'ю можуть розміщуватись будь-де, та найпопулярнішим майданчиком є саме телевізор та інтернет ресурси як-от, наприклад, Youtube. Тут можна зустріти велику кількість журналістів або блогерів, що практикуються в інтерв'юванні. Та не треба забувати, що інтерв'ю ще й друкуються, і найсвіжіша інформація з'являється саме в друкованих ЗМІ. Тому навіть практикуючий журналіст спершу шукатиме старі інтерв'ю потрібної йому відомої людини, задля виключення повторів.

Багато телевізійних каналів публікують на сайтах набрані інтерв'ю, що розшифровані з відео, наприклад, «112 Україна», «Hromadske», «Прямий»

та інші. Часто можна зустріти надруковані інтерв'ю з відомими людьми у глянцевих журналах «Viva» або «Pink». Та нас цікавлять саме новинні сайти, де є інтерв'ю з думкою експертів. Так як майже кожне друковане видання вже має свій відповідник в інтернеті. До того ж, розміщені в інтернеті матеріали мають безліч переваг. Як-от, фотографії гостя, детальну інформацію про нього та навіть відповідні лінки, за допомогою яких легко орієнтуватися на сайті. А найголовніше, що інтернет-версії видань виходять частіше за друковані, вони дешевші в обслуговуванні та й текст швидше набрати в інтернеті, ніж випускати повний тираж газети. Та головне, для того, щоб взяти інтерв'ю у наш час, не треба зустрічатися в реальному житті, достатньо поспілкуватися за допомогою повідомлень з офіційної сторінки особи або зустрітися онлайн, у скайпі або іншій мережі, що дозволяє бачити і чути співрозмовника. Це досить відома практика як за кодоном, так і в нашій країні. Особливо часто цією практикою журналісти користувалися під час карантину.

Відомий усім журнал «Новое время» використовує метод інтерв'ю майже в кожному своєму матеріалі. Так, журнал має декілька окремих рубрик: «Неделя», яка містить головні події, що сталися на поточному тижні. «Вопрос недели» – така собі топ-новина, що хвилює всю країну. Та рубрики, що мають найбільшу кількість інтерв'ю – це «Люди», «Мнения», «Страна». Тут можна зустріти як самостійні інтерв'ю, так окремі коментарі. До того ж, інформація подана не за принципом «питання-відповідь», а подана від першої особи. Це досить цікавий підхід, оскільки читач ніби зближається з інтерв'юйованим, який у цей час виступає як автор матеріалу.

Тут ми маємо багато експертних думок «з перших вуст», як-от, міністра закордонних справ Дмитра Кулеби, або інтерв'ю з Сергієм Жаданом. Зазвичай кожне інтерв'ю присвячене якійсь окремій темі, тому часто відомі люди коментують події, які сталися крізь призму себе ж. До того ж, матеріали «Нового времени» є досить популярними, бо саме на цій платформі публікуються найсвіжіші інтерв'ю з відомими громадськими діячами, політиками, економістами, діячами культури.

Звернемо увагу на побудову інтерв'ю на конкретному прикладі. Так, візьмемо нашуміле інтерв'ю з экс-прем'єр-міністром Олексієм Гончаруком – «Немає людини, яку сліпо слухає Зеленський». Екс-прем'єр Олексій Гончарук дав НВ перше після відставки інтерв'ю». Так, спочатку ми маємо резонансну новину. А саме – відставка прем'єра Гончарука. Далі невеликий вступ, трохи відомостей про особу, її життя, чим займалась до посади. Далі

декілька фактів щодо самої відставки, та й загалом у цьому дусі проходить все інтерв'ю. Питання стосувались здебільшого внутрішніх сфер роботи, а також звинувачення про неефективну боротьбу з пандемією коронавірусу та стосунки з самим президентом. Також О. Гончарук обмовився декількома важливими фразами, давши характеристику Володимира Зеленського, Арсена Авакова, Андрія Єрмака. Оскільки інтерв'ю розібрали на фрази, то це означає, матеріал вийшов резонансним і журналіст плідно над ним попрацював.

Отже, жанр інтерв'ю один з найрозповсюдженіших жанрів журналістики. Популярність цього жанру пояснюється легким викладом інформації і «живою розмовою». До того ж, людям завжди цікаво дізнатися щось нове про свого улюбленого співака, письменника, актора, громадського діяча і т.п.. Це піднімає рейтинг не тільки людини, а й цілого видання, тому на такі інтерв'ю є шалений попит. До того ж, для інтерв'ю не потрібна велика база знань та аналітичних досліджень, яких так бояться молоді журналісти. Головне – це мати гарні, живі репліки, які залишається тільки скомпонувати, та на основі суджень зробити висновок.

Список використаних джерел:

1. Ганапольский М.Ю. Кисло-сладкая журналистика / М.Ю. Ганапольский. – Москва: АСТ, 2009. – 335 с.
2. Гвоздев Л.З. Техника интервью : учеб. пособ. / Л.З. Гвоздев. – Москва : Гендальф, 1999. – 9 с.
3. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / В.Й. Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Кім М.Н. Жанри сучасної журналістики / М.Н. Кім. – СПб: Вид-во Михайлова В.А., 2004. – 355 с.
5. Лаврик О.В. Основи журналістики : навч.-метод. посіб. / О.В. Лаврик. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – 73 с.
6. Лукина М.М. Технология интервью : учеб. пособ. для вузов / М.М. Лукина. – 2-е изд., доп. – Москва: Аспект Пресс, 2008 – 356 с.
7. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підручник / І.Л. Михайлин. – К.: ЦУЛ, 2003. – 284 с.
8. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособ. / А.А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
9. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики / О.В. Чекмишев. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2004. – 129 с.