

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

_____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

ЖАНРОВІ МОДЕЛІ ІНТЕРВ'Ю В РОБОТІ СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІСТІВ:
УКРАЇНСЬКИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Виконавець: Ципнятов Даніїл Владиславович _____

Керівник: д-р філол. наук, проф. _____

Шульгіна Валентина Іванівна _____

Нормоконтролер : канд. пед. наук, доц. _____

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ПРЕСІ.....	8
1.1. Система жанрів у журналістиці україно–зарубіжного досвіду.....	15
1.2. Інтерв'ю як жанр журналістики.....	20
1.3. Видові особливості інтерв'ю	26
1.4. Інтерв'ю як об'єкт правових відносин	35
Висновки до розділу 1	38
РОЗДІЛ 2. МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРВ'Ю.....	40
2.1. Правила формулювання запитань в інтерв'ю.....	40
2.2. Комунікативні стратегії інтерв'ю.....	44
2.3. Інтерв'ю як засіб виявлення мовної особистості.....	55
Висновки до розділу 2	61
РОЗДІЛ 3. ЖАНРОВА МОДЕЛЬ ІНТЕРВ'Ю З ПИСЬМЕННИКОМ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СЬОГОДЕННЯ.....	62
3.1. Методика аналізу жанрової моделі інтерв'ю з письменником....	62
3.2. Особливості інтерв'ю з письменником в газеті «Дзеркало тижня».....	63
3.3. Жанрова специфіка інтерв'ю на «Радіо Свобода».....	69
Висновки до розділу 3	76
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	84

ВСТУП

Одним із лідерів інформаційних жанрів є інтерв'ю – бесіда, вибудована за певним планом через безпосередній контакт інтерв'юера з респондентом з обов'язковою фіксацією відповідей.

Теоретична база дослідження. Сучасні проблеми функціонування інтерв'ю, його місце та роль у загальній системі жанрів досліджують В. Здоровега, О. Чекмишев, М. Василенко, І. Михайлин, М. Кім, О. Тертичний, М. Лукіна, З. Вайшенберг, Б. Пфейфер, В. Ворошилов та багато інших.

В. Здоровега виділив такі різновиди цього жанру: інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-анкета, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю-зарисовка, прес-конференція, інтерв'ю-нарис. М. Кім до вищезгаданих додає такі різновиди: інформаційне та аналітичне, індивідуальне та колективне, а також інтерв'ю-повідомлення, портретне інтерв'ю та інтерв'ю-відповідь. О. Грабельников виокремлює інтерв'ю-думку, а М. Василенко – ще й гумористичне інтерв'ю. Такий поділ одного жанру передбачає різні стилі подачі матеріалу, які залежать від призначення матеріалу: оперативно-інформаційні (прес-конференція, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-повідомлення та інші), інформаційно-розважальні (інтерв'ю-зарисовка, портретне інтерв'ю), пізнавально-аналітичні (інтерв'ю-звіт, аналітичне інтерв'ю); та від кількості учасників інтерв'ю: монолог, діалог, полілог [7, 65].

Український учений О. Чекмишев визначає інтерв'ю як жанр новинної журналістики, різновидами якого є інтерв'ю думки, інтерв'ю з очевидцями та свідками, інтерв'ю-конфронтація, інтерв'ю-прес-конференція, власне інтерв'ю з ключовою особою, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-бесіда (інтерв'ю-полілог), інтерв'ю-бесіда за круглим столом, інтерв'ю-переказ.

Інший представник українського журналістикознавства М. Василенко називає інтерв'ю інформаційним жанром, а серед форм – колективне інтерв'ю (круглий стіл, прес-конференція), інтерв'ю-монолог (як вид – офіційне протокольне), інтерв'ю-звіт, портретне інтерв'ю (інтерв'ю-замальовка), гумористичне інтерв'ю.

Французька школа журналістики відносить цей жанр до інформаційних і вирізняє інтерв'ю-опис, інтерв'ю-анекдот, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-сповідь, документальне інтерв'ю. З. Вайшенберг як виразник поглядів німецької школи журналістики вважає інтерв'ю окремим жанром поряд із новинними жанрами, формами подачі власної думки та формами подачі розважальної інформації.

Дослідники почали більше уваги приділяти не лише формі подачі інформації (запитання-відповідь), а й змістовому наповненню: глибині аналізу фактів, ролі журналіста й опитуваного, мовностилістичним засобам, художності, образності; – дедалі частіше соціологічні методи збору інформації не лише стають основою майбутнього матеріалу, але й визначають його жанровий різновид (наприклад, пресове опитування, інтерв'ю-анкета, фокусоване інтерв'ю) [11].

Велику увагу жанру інтерв'ю приділяє О. Голік. У своїй статті «Інтерв'ю в українській пресі ХХІ ст.» науковець розглянув новітні погляди на жанр, його види та трансформації, здійснив моніторинг сучасної української преси щодо кількісних і якісних аспектів використання інтерв'ю [11].

Дослідниця Б. Носова в статті «Комунікаційний слід минулого в контексті інтерв'ю А. Д. Ротфельда» описує зміни в розвитку жанру інтерв'ю, зокрема, такого його різновиду як книги-інтерв'ю. Нею проаналізовано системність побудови книг-інтерв'ю, різноманітність їх тематичного наповнення, а також визначено основні можливі напрямки модернізації жанру [26].

Предмет дослідження О. Логвиненко в її статті «Письменник як об'єкт інтерв'ю журналіста: психологічний аспект» – складники психології творчості письменника, які розкриваються саме в інтерв'ю. Велику увагу науковець

приділяє особливостям співпраці інтерв'юера та інтерв'ююваної особи, засобам налаштування й проведення відкритого, неформалізованого діалогу [20].

А. Станкевич-Шевченко у власній роботі «Комунікативні стратегії інтерв'ю» визначає основні стратегії і тактики поведінки комунікантів, вербальні та невербальні засоби їх реалізації, розглядає комунікативно-прагматичний аспект інтерв'ю [38].

Дослідниця О. Антонова у статті «Оригінальні жанрові форми інтерв'ю в письменницькій публіцистиці» визначила особливості реалізації комунікативної стратегії інтерв'юера в оригінальних жанрових модифікаціях інтерв'ю [1]. Запитання в українських ЗМІ є предметом дослідження у статті «Відповідність запитань рівневі освіченості та культури інтерв'юера» О. Бабенко. Автор досліджував запитання на основі аналізу декількох інтерв'ю, які були опубліковані у ЗМІ [4].

О. Морозова у статті «Методичні аспекти аналізу жанру інтерв'ю в наукових дослідженнях» розглянула методичні підходи до аналізування жанру інтерв'ю таких українських дослідників як О. Шевчук, В. Різун, А. Баранецька, В. Іванов, Н. Шумарова та інших [21]. Статтю А. Баранецька «Емоційний компонент у структурі інтерв'ю» присвятила дослідженню характерних особливостей творення емоційності в структурі тексту цього жанру [5].

Дослідниця Я. Ярмоленко у роботі «Універсальність інтерв'ю» розглянула цей жанр як спосіб збирання інформації та як самостійний журналістський жанр. Дослідила також особливості та структуру інтерв'ю [47].

Отже, вітчизняні науковці та сучасні дослідники в сфері журналістики осмислювали жанр інтерв'ю в багатьох аспектах: психологічному, емоційному, методичному тощо. В кожному з них вони розкривали інтерв'ю як жанр, описували його особливості, функції, структуру і т. ін.

Актуальність дослідження. Сучасне інтерв'ю стає багатограннішим, варіативнішим, воно постійно змінюється за формою та змістом. Трансформації жанрової системи журналістики призводять до того, що з'являються нові

модифікації жанрової моделі творів, у основу яких становлять запитання-відповіді. У цій ситуації дуже важливо здійснювати постійний моніторинг преси задля виявлення нових видів інтерв'ю, фіксування змін у його стилістиці, композиції та загалом у правилах представлення цього жанру на шпальтах ЗМІ.

Метою дослідження є систематизація наукових поглядів на жанр інтерв'ю і аналіз особливостей інтерв'ю в газеті «Дзеркало тижня».

Мета дослідження зумовила виконання таких **завдань**:

1. вивчити наукові джерела, присвячені сутності, ролі, структурі, класифікації інтерв'ю та узагальнити погляди вчених щодо особливостей цього жанру;

2. описати правила побудови сучасного інтерв'ю, а також методику проведення інтерв'ю журналістом і виправлення його редактором;

3. визначити особливості текстів інтерв'ю в газеті «Дзеркало тижня».

Об'єктом дослідження є інтерв'ю з письменником на матеріалах газети «Дзеркало тижня», радіостанції «Радіо Свобода» 2019-2021 рр.

Предмет дослідження – сучасна жанрова модель інтерв'ю з письменником, яка формується в межах ЗМІ різних видів.

Методи дослідження. Визначені в магістерській роботі мета й завдання обумовили вибір таких методів дослідження, як описовий, типологічний, порівняльний, редакторського аналізу тексту.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що здійснено системний аналіз одного з важливих, частотних, але малодосліджених різновидів інтерв'ю – інтерв'ю з письменником; виявлено сучасні підходи до розвитку цього жанру; порівняні підходи до роботи в жанрі інтерв'ю з письменником у межах різних медіа.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження в межах навчального процесу (при вивченні жанрової системи журналістики) студентів спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування» в практичній діяльності редакторів ЗМІ.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми неперервної освіти в інформаційному суспільстві» та науково-практичній інтернет-конференції «Психологічний і педагогічний дискус: наукові записки вчених».

Публікації.

– Ципнятов Д.В. Інтерв'ю як засіб комунікації. Актуальні проблеми неперервної освіти в інформаційному суспільстві: збірник матеріалів конференції / за заг. ред. проф. В. П. Сергієнка, В. М. Слабка. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. – 399 с.

– Ципнятов Д.В. Роль інтерв'ю в українському медіа просторі. Інтерв'ю як засіб комунікації. Актуальні проблеми неперервної освіти в інформаційному суспільстві: збірник матеріалів конференції / за заг. ред. проф. В. П. Сергієнка, В. М. Слабка. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2021. – 350 с.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (10 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (63 джерел). Загальний обсяг роботи становить 90 сторінки, основний зміст викладено на 81 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ПРЕСІ

1.1. Система жанрів у журналістиці україно–зарубіжного досвіду

Будь-який журналістський задум здобуває втілення у формі певного жанру. Щодня розкриваючи газету, читач зустрічається в ній не просто з текстами, а замітками, репортажами, статтями, нарисами, інтерв'ю, есе та іншими жанрами журналістики.

Жанри – це комунікативні канали для певного роду інформації. Неправильно пов'язувати жанр лише з формою журналістського твору, хоча б і такою, що склалася в глибинах історії й стабілізувалася в своїх структурних ознаках. Жанр – це певним чином окреслений зміст, що «відшукав» найбільш зручну форму для свого втілення. Жанр – це змістовно-формальна єдність.

Жанри – це великі групи текстів, які наділені спільними ознаками, а жанрологія – це наука про типологію текстів.

Слово «жанр» запозичене з французької, де вживається в двох значеннях: «рід» і «вид». Це створило певну плутанину в жанрологічній термінологічній системі, де утворилося відразу кілька понятійних рядів для позначення одних і тих самих явищ.

Унаслідок тривалого історичного розвитку в журналістиці утворилося три жанрові єдності: інформаційна, аналітична та публіцистична. Можна назвати їх журналістськими родами, бо рід – це не що інше, як група жанрів, об'єднаних спільними ознаками.

Першою такою єдністю є *парадигма інформаційних жанрів*, до яких належать замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю. Особливістю інформаційних жанрів є:

- 1) обрання за предмет новини, важливої суспільної події,
- 2) оперативне представлення її в достовірному повідомленні,

3) зредукованість коментарів, суб'єктивних оцінок, аналізу.

Замітка – найпростіший жанр оперативного газетного повідомлення. Його головні властивості: стислість у подачі новини, ощадливість тексту, який не повинен перевищувати 35-40 рядків, точність і зрозумілість його для масового читача. Замітку небезпідставно вважають найдавнішим жанром журналістики. Газети на ранньому етапі їх існування склалися як листки з розташованими на них стовпчиками новинарними повідомленнями. Лише потім, з розвитком журналістики і друкарських технологій, повноправне місце в пресі зайняла публіцистика. Первісно ж газета складалася виключно із заміток.

Автор замітки повинен бути особливо уважним у ставленні до кожного слова, яке мусить бути глибоко продумане, зважене. Буває так, що журналістові доводиться підраховувати не лише рядки, але й слова, а інколи й знаки у тексті своєї замітки. Необхідно розуміти, що факт завдяки мисленій інтерпретації перетворюється на жанр замітки; оцінку події містять не тільки наші судження про неї, але й слова, якими ми її описуємо. Це дуже легко помітити, зіставляючи замітки про одну й ту саму подію в різних газетах, особливо, якщо ці газети різної політичної спрямованості. Звідси важлива вимога до тексту: вживайте нейтральну лексику, обирайте з синонімічного ряду такі слова, які передають значення, а не містять емоційного забарвлення.

Текст замітки найкраще будувати за відомим законом перевернутої піраміди. Цей закон народився в середині XIX століття, коли для передачі стислих новинарних повідомлень журналісти почали використовувати телеграф. На самому початку телеграфної інформаційної революції зв'язок між кореспондентом і редакцією був нестійкий, електрична мережа часто розривалася. Часто траплялося так, що через неправильну побудову замітки до редакції надходив текст з другорядними деталями, а головна подія в ньому була відсутня. Редакція просто мусила викидати такі тексти в кошик. Тому дуже швидко в журналістиці була напрацьована стійка традиція – писати тексти за законом перекинутої піраміди. Цей закон проголошував: новинарне

повідомлення мусить композиційно подавати спочатку максимально конкретно саму новину, а потім супроводжувати її подробицями й деталями. Так народилося уявлення про тверду і м'яку замітки.

Головним внутрішньожанровим типом є «тверда» замітка. Правила із створення твердої замітки є дотримання стандарту п'ятокх «**W**», який передбачає подавати опис новини як відповіді на п'ять запитань, які англійською мовою починалися літерою «**w**»: «**what?**», «**who?**», «**where?**», «**when?**», «**why?**», що в перекладі означає «що?», «хто?», «де?», «коли?», «як?».

Сучасні практики додають до цих п'ятокх «**w**» ще два запитання: «чому?» і «навіщо?». Відповіді на них збагачують бачення події. Але в цілому стандарт п'ятокх «**w**» пройшов випробування часом. Після відповіді на ці запитання можна сміливо ставити крапку. Ваша замітка написана. Для молодого журналіста завжди виникає спокуса пожвавити жанр замітки якимись креативними побудовами. Його варто попередити: від цього краще заздалегідь відмовитися й свідомо залишитися в межах інформаційної сухості.

«М'яка» замітка передбачає, крім висвітлення п'ятокх новинарних питань, наявність у тексті супровідних подробиць, промовистих деталей, пожвавлення сухого інформаційного повідомлення образним рядом. У вигляді деталі може бути використана й цитата провідного учасника події. Щоб не вийти за межі жанру важливо не захопитися образами. Найкраще вибрати лише один з них, але красномовний, такий, що відображає сутність події. Важлива вимога: у замітці повинне бути відсутнє авторське «я».

Звіт – це інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно важливі питання. Таким заходом може бути сесія парламенту чи органу місцевого самоуправління, конференція трудового колективу, збори громадської організації, спортивні змагання, художні виставки. Звіт уже включає в себе елементи коментаря журналіста. Поруч з точним повідомленням про промови, репліки та інші виступи, у його тексті можуть міститися елементи аналізу, оцінки.

Репортаж – це жанр, який передбачає оперативну і яскраву розповідь про подію, ситуацію, явище. Репортаж – це розповідь очевидця або учасника події. Новина тут обростає суб'єктивними враженнями спостерігача та його співпереживаннями. Репортаж може бути коротким або значним за розміром. Різноманітність репортажів нашою думкою про те, що цей жанр мусить мати внутрішньожанрові різновиди, але вони ще недостатньо вивчені нашим журналістикознавством. Див. докладніше відповідну статтю в «Словнику

Друга жанрова група може бути названа аналітичним журналістським родом. До його числа належать такі жанри, як кореспонденція, стаття, рецензія і огляд. Родовими ознаками аналітичних жанрів є

- 1) встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об'єднання їх в логічний ряд;
- 2) узагальнення їх, зіставлення з іншими, встановлення зв'язку між ними;
- 3) оцінка ситуації і явища;
- 4) постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів;
- 5) висловлення пропозицій про своє бачення розв'язання проблеми.

Кореспонденція – жанр, у якому на обмеженому конкретному життєвому матеріалі розглядається певна тема, ставиться проблема та пропонується її розв'язання. Цей жанр хіба трохи молодший за жанр замітки. Його назва походить від латинського слова «correspondeo», що в перекладі українською мовою означає «повідомляю». Кореспонденціями первісно називалися повідомлені дописувачами новини з місць. А кореспондентами стали називати повідомлювачів новин. Зараз це слово використовується для найменування важливої рольової спеціалізації в журналістиці. Кореспондент – той, хто повідомляє новини. Внутрішньожанрова типологія кореспонденції включає в себе інформаційну, аналітичну й проблемну кореспонденцію.

Стаття – найважливіший аналітичний жанр журналістики, що на підставі розгляду та зіставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно й глибоко, з науковою точністю трактує, осмислює й теоретично узагальнює проблеми соціальної дійсності. Кореспонденція ще будується на фактах, стаття

– на аналізі проблем. Факти в ній відіграють ілюстративну, службову роль. Предметом статті є проблема. Звідси головним її внутрішньо-жанровим типом є проблемна стаття, хоча історія журналістики знає й такі її різновиди, як передова (директивна), пропагандистська, науково-популярна статті. Типологія статті у новітній журналістиці ще чекає на своїх дослідників.

Рецензія – жанр, у якому передбачається інтерпретація та оцінка сучасного художнього або наукового твору. Типологізується за видами мистецтва (літературна, театральна, художня, музична) та за глибиною осмислення явищ (анотаційна, аналітична, дискусійна, відкритий лист). Див. докладніше відповідну статтю в «Словнику молодого журналіста».

Огляд – жанр, метою якого є ознайомити читачів з перебігом подій за тривалий проміжок часу чи рядом однорідних подій чи фактів за стислий хронологічний період. Жанр огляду вимагає глибоких знань і вміння аналітично зіставляти факти. Від назви жанру походить ще одне найменування рольової спеціалізації в журналістиці – оглядач. Місія оглядача – розглядати події в часі, найкраще від зародження до завершення.

Третя жанрова група – публіцистичний журналістський рід. До нього належать такі жанри, як замальовка, нарис, есей, фейлетон, памфлет. У журналістикознавстві прийнято досі вживати для назви цієї групи творів термін «художньо-публіцистичні жанри». Родовими ознаками публіцистичних жанрів є:

- 1) вихід на перший план вражень автора від розглянутих фактів, його оцінки їх;
- 2) домінантне значення суб'єктивних міркувань, авторської думки;
- 3) організаційна роль образного ряду, у якому пріоритетне значення набуває образ автора-публіциста, поданий з ліричною прямолінійністю як «я»;
- 4) проведення певної філософської (ідеологічної, моральної) концепції, яка має самодостатнє значення і використовує різні типи аргументів, включно з фактичними.

Замальовка – найбільш компактний жанр художньої публіцистики, у якому висловлені враження автора від події, поєднані інформаційність і образність, ескіз з натури. Часто замальовка розповідає про незначну одиничну подію, наділяючи її визначною семантикою, підносячи (звичайно ж, суб'єктивно) її значення.

Нарис – центральний жанр публіцистики, що передбачає оперативний відгук на суспільно важливу подію, розкриття образу цікавої особи, створення портрету колективу, розповідь про побут, звичаї й людей певного регіону своєї й чужої країни. Цей жанр дав назву одній з рольових спеціалізацій у журналістиці: автори нарисів тут називаються «нарисовці». Внутрішньожанрова типологія нарису включає в себе портретний, проблемний, подорожній, науково-популярний та інші його зразки.

Предметом нарису може бути будь-який факт чи явище реальної дійсності, узятий як проблема, у площині своєї суспільної, моральної, загальнолюдської значимості. Арматурою нарису є авторська думка, доведення певної концепції взятої до вивчення проблеми, пропонування шляхів її розв'язання.

Особливість нарису – широке використання в ньому елементів художнього мислення: створення портретів героїв (причому не лише зовнішніх, але й психологічних), зображення їх у дії, за допомогою розгорнутої мовної характеристики, використання вимислу й домислу, зображення пейзажів, інтер'єрів та екстер'єрів, наведення красномовних деталей і подробиць. Автор створює сюжет, розбудовує публіцистичний конфлікт, вдається до психологічного аналізу. Усе, що може наблизити героїв до читача, запліднити його авторським баченням подій і проблем, активно використовує нарисовець.

Есе – жанр, у якому вільно, не обов'язково вичерпно, але виразно індивідуально трактується певна подія, явище, проблема чи тема, а публіцистична суб'єктивність сягає апогею.

Фейлетон – сатиричний жанр публіцистики, що виявляє комічну сутність негативних фактів і явищ дійсності. Головним засобом фейлетоніста є

художній образ. Автор обов'язково повинен створити образ негативного явища, події, героя, в осмисленні яких виявити дві найважливіші особливості: показати їх соціальну шкідливість, з одного боку, і розкрити їх комічну сутність, з другого боку.

Памфлет – сатиричний жанр публіцистики різко викривального характеру, у якому сатира переростає в сарказм, цілковите заперечення предмета відображення. Для памфлету характерні такі риси, як злободенність, документалізм, обрання для викриття значного суспільного явища (важливої соціальної події, видатного державного або громадського діяча).

Описані жанри належать до числа найважливіших, так, кілька об'єднаних новинарних заміток, що відстежують події в часі, можуть складати хроніку. У межах портретного нарису деякі журналісти виконують твори під назвою «силует», що є дальшим поглибленням внутрішньожанрової типології і передбачає не просто створення портрета героя, а портрета контурного, однобічного, спрямованого не на всебічне розкриття характеру, а на поглиблене висвітлення його окремих сторін. Відповідь опонентів називається «реплікою». Цей список можна продовжувати.

Існують і авторські жанри. Наприклад, Максим Рильський створив свій жанр «вечірніх розмов», а Остап Вишня «усмішок».

Отже, у практичній роботі журналіста та редактора важливе значення має його орієнтація як у загальних жанрологічних проблемах, так і знання вимог і особливостей того чи іншого жанру. Це дозволить йому досягти максимальної реалізації свого творчого потенціалу.

Ставлячись з повагою до надбань багатьох поколінь своїх попередників, журналіст і редактор повинен прагнути не тільки якомога ефективніше використати наявний арсенал жанрових засобів, але й продовжити безперервний пошук нових підходів до вирішення творчих завдань.

1.2. Інтерв'ю як жанр журналістики

Важливе місце в журналістиці займає інтерв'ю. За допомогою інтерв'ю фіксуються висловлення певних осіб щодо тих чи інших тем, а також інформація про самих осіб. Популярність цього жанру зростає, хоча різні медіа використовують інтерв'ю по-різному і з різним ступенем інтенсивності.

Визначення жанру інтерв'ю. Термін «інтерв'ю» в науці й журналістській практиці прийнято вживати у двох значеннях:

1. метод збирання (в журналістиці, соціології, психології) або поширення (у Public relations) інформації;
2. поширений у всіх видах ЗМІ журналістський жанр інформаційної групи.

Г. Назаренко зазначає, що інтерв'ю (у першому значенні терміна) є головним методом, завдяки якому журналіст отримує факти, і сутність цього методу полягає в здобутті новин і повідомлень завдяки усному спілкуванню суб'єкта (кореспондента) з об'єктом (політичним діячем, науковцем, спортсменом, артистом тощо) [Назаренко, 29].

Цей метод, як вважають дослідники, надає близько 80% інформації, яка потрібна журналісту [Баранецька, 244]. Тому з певним перебільшенням можна сказати, що праця журналіста є вічним інтерв'ю, а сам журналіст має бути хорошим комунікатором [Баранецька, 239], адже його діяльність складається з розмов із різними людьми й описування (або викладу) почутого. До проблем творчості, майстерності журналіста входить не лише безпосереднє створення тексту, але й мистецтво збирати потрібний матеріал для нього, тобто мистецтво спілкування. Те, як журналіст передасть почуту інформацію, вкаже на його професійну компетентність та створить імідж [Жанрові модифікації, 21-22].

І. Михайлин у своєму підручнику «Основи журналістики» пише, що інтерв'ю (але вже у другому значенні терміна) є таким журналістським жанром, який представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста. Він є одним із найпоширеніших серед великоформатних інформаційних жанрів як у пресі, так і в аудіовізуальних ЗМІ та Інтернеті.

Зміцнення інформаційної основи ЗМІ та посилення діалогічності є позитивною загальною тенденцією сучасної журналістики, яку відзначають журналістикознавці. Інтерв'ю тут відіграє чи не найпершу роль, ставши домінуючим жанром на сторінках преси, в ефірі та Інтернеті, набуваючи при цьому форм розгорненого діалогу з аудиторією [10, 13].

Існує безліч визначень інтерв'ю, кожне з яких лише частково відображає багатогранність та інваріантність цього інформаційного жанру. Так, французькі фахівці вважають, що інтерв'ю – це «журналістська ініціатива, яка передбачає розпитування відомої особи чи анонімною особи, щоб виявити інформацію, пояснення, позицію, які мають сенс тільки в тому випадку, коли їх повідомила саме ця людина, щоб передати потім зібрану інформацію чітко визначеній аудиторії у формі запитань-відповідей» [22, 12]. За словами Ю. Третьяка, жанр інтерв'ю вирізняється тим, що реалізує водночас і міжособистісне контактне спілкування співбесідників (інтерв'юера та респондента), і опосередковану дистантну розмову з масовим адресатом [Третьяк, 339].

Більш стисло визначає жанр інтерв'ю німецький дослідник З. Вайшенберг: «За допомогою інтерв'ю фіксуються висловлювання певних осіб щодо тих чи інших тем, а також інформація про самих осіб» [2, 64].

Академічно та більш розлого про жанр інтерв'ю висловлюється О. Чекмишев: «Інтерв'ю – це інформаційний жанр, який покликаний передати позицію, погляд, ставлення, оцінку, коментар ключової особи з приводу події, ситуації, проблеми. Обсяг та хронометраж інтерв'ю, як правило, визначаються форматом періодичного друкованого видання». Важливо, що на додаток до цього визначення, автор дефініції уточнює оригінальний термін «ключова особа», вважаючи, що це та людина, яка найбільш компетентна у події чи факті, що трапився. Інтерв'ю становить собою журналістську ініціативу, що передбачає розпитати таку ключову особу, аби отримати від неї позицію, погляд, ставлення, оцінку, коментар чи іншу інформацію і передати це аудиторії у максимально адекватній формі. За О. Чекмишевим розрізняють такі різновиди інтерв'ю: інтерв'ю думки, інтерв'ю з очевидцями та свідками,

інтерв'ю-конфронтацію, інтерв'ю-прес-кофференцію, власне інтерв'ю з ключовою особою, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-бесіду (інтерв'ю-полілог), інтерв'ю-бесіду за круглим столом, інтерв'ю-переказ [Чекмишев, 112].

Інтерв'ю передбачає оперативний відгук на певні вагомі події, порушення актуальних тем, оцінку явищ, подій, фактів із суспільного й особистого життя тощо. Воно має широку класифікацію залежно від засобу масової інформації, характеру, особливостей спілкування, тематичної спрямованості та ін. Тому виділяють такі види інтерв'ю: інформаційне, портретне, проблемне, протокольне, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю-анкету, інтерв'ю-сповідь, критичне, гумористичне, сатиричне, теле-, радіоінтерв'ю тощо [Словник журналіста, 43].

За словами А. Станкевич-Шевченко, «будь-який тип інтерв'ю розкриває респондента як особистість (політика, економіста, адміністратора, митця, спортсмена) через його ставлення до подій, явищ, інших людей. Інтерв'ю можна оцінити й з емоційно-психологічного боку: позитивна чи негативна в ньому інформація, дружній чи конфронтаційний характер має розмова, чи впевнений у собі співрозмовник, наскільки відкрита й чесна його позиція тощо» [Станкевич-Шевченко, 140].

Сутність і мета інтерв'ю. Основне завдання інтерв'юера – отримати і повідомити читачу нові, раніше невідомі факти про важливу подію; проаналізувати подію, що вже трапилася; ознайомити з точкою зору офіційних представників, джерел; поради, які можливості є у індивіда чи суспільства в цілому для досягнення певної мети.

Специфіка інтерв'ю як жанру полягає в тому, що факт, подія, явище, їх суспільно-політичне значення розкриваються через повідомлення, думку компетентного співбесідника, який володіє інформацією. Отримання її від очевидця через пряму мову створює відчуття достовірності.

Розділяють три способи впливу інтерв'ю на читача:

1. Повідомляються такі знання про невідомі елементи дійсності, завдяки яким людина змінює своє ставлення до неї.

2. Повідомляється нова інформація про вже відомі речі, суттєві для їх глибинного розуміння, усвідомлення.

3. Нова інформація не повідомляється, а змінюється лише спосіб донесення її до читача.

Структура інтерв'ю. Головним структурним елементом інтерв'ю є заголовок. Практика номінації респондента в заголовку є звичною для сучасних ЗМІ. Вона має кілька типових проявів. Наприклад, подання імені респондента, а після двокрапки – цитата з інтерв'ю. Ця цитата може бути декларуванням позиції, афоризмом, міркуванням, порадою.

Ще один важливий структурний компонент інтерв'ю – зачин. Він може подаватися у вигляді підзаголовка, врізу, авторського вступу (передмови).

Перед основним текстом може подаватися також інформація про респондента (біографічна довідка, висловлювання про нього інших відомих людей).

Важливим компонентом архітекtonіки сучасного інтерв'ю є винесені поза текст цікаві висловлювання (цитати) респондента. Вони оформлюються іншими шрифтами, за допомогою відступів чи увиразнюються в будь-який інший спосіб.

Великі за обсягом інтерв'ю для полегшення сприймання поділяються на кілька частин.

Окремими блоками можуть подаватися інформаційні довідки (творчі. Фахові. Статистичні) – залежно від теми інтерв'ю та особи респондента.

Вчені виділяють різні типи діалогічних єдностей, наприклад, питання-відповідь, питання-контрпитання, спонукання-запитання, спонукання-оповідання, оповідання-спонукання і так далі.

Від розміщення питань і зв'язку між ними безпосередньо залежить композиція інтерв'ю. Виділяються інтерв'ю з вільною композицією та інтерв'ю, композиція яких імпровізована бесіда.

Інтерв'ю з вільною композицією відрізняється тим, що питання в ньому можна переставляти, так як вони єдині лише своєю широкою тематикою, зміна місця питань не впливає на перебіг розмови.

Композиція імпровізованого інтерв'ю є абсолютно інший тип відносин питань та відповідей, при якому «питання породжується попередньою відповіддю співрозмовника, внаслідок чого перестановка питань у відповідь єдностей неможлива». Хід такої розмови непередбачуваний або прогнозується лише в загальних рисах, роль журналіста зводиться до того, щоб не дати співрозмовнику піти від теми, що цікавить.

На практиці частіше зустрічається тип композиції інтерв'ю, що представляє щось середнє між перерахованими вище типами. Зазвичай інтерв'юер має приблизний план заготовлених питань, до яких по ходу бесіди додаються питання з проханням проілюструвати, пояснити факт і тому подібне (типу «А чи не покажете на конкретному прикладі?»). При цьому вихідні, основні питання, «коротко позначаючи теми наступних за ними відрізків тексту – відповідей, роблять змістовну структуру тексту і композицію його прозорими, легко доступними для огляду («Ось тема тексту, зараз піде мова про таку деталі, зараз про наступну»). Текст такого інтерв'ю часто ділиться на глави, що полегшує його сприйняття, включаються авторські коментарі і так далі.

Розглянемо типи питань журналіста, що зустрічаються в інтерв'ю. Це можуть бути:

- 1) закриті (що формують структуру відповіді) і відкриті (менш структуровані) питання;
- 2) питання про факти (інформаційні), про думки, бажання і так далі;
- 3) за функціями питання поділяються на контрольні (кілька формулювань одного питання), уточнюючі (питання «в досилаючи»), зондуючі (виявляють емоційний стан співрозмовника);
- 4) функціонально-психологічно питання можуть бути дзеркальними (в них повторюється відповідь чи ключове слово відповіді співрозмовника),

непрямі (через з'ясування думки колег з'ясовується особиста думка того, у кого беруть інтерв'ю), естафетних (для переходу від теми до теми, підтримки розмови), питання-мости (типу «А зараз поговоримо про ...»).

Далеко не завжди в ході інтерв'ю журналіст користується тільки питаннями. Часто це репліки, які підтримують контакт, або, навпаки, перебивається монолог співрозмовника для уточнення фактів, повернення до теми і так далі. Існує кілька способів зв'язку реплік, які використовуються в інтерв'ю:

- 1) вторгнення в чужу мову (розрив мовної тканини);
- 2) використання модальних слів;
- 3) розрив мови (перебивка);
- 4) повтори і питання-перезапити;
- 5) графічно відображається спосіб або форма вимови співрозмовника, його мовна манера;
- 6) продовження недовомовленості.

1.3. Видові особливості інтерв'ю

Вчені виокремлюють велику кількість видів і підвидів жанру інтерв'ю. Їхнє бачення різновидів цього жанру залежать від обраних критеріїв класифікації. Опишемо їх послідовно.

За характером підготовки і проведення інтерв'ю теж поділяють на три види:

– *стандартизоване* (формалізоване) інтерв'ю, в якому формулювання запитань та їхня послідовність визначаються заздалегідь. У даному випадку спілкування інтерв'юера й досліджуваного суворо регламентоване детально розробленим запитальником та інструкцією, призначеною для інтерв'юера. Він зобов'язаний точно дотримуватися формулювання запитань та їхньої послідовності. В такому інтерв'ю звичайно переважають закриті запитання. Опитуваний повинен уважно вислухати запитання і вибрати найбільш прийнятний для нього варіант відповіді з набору, заздалегідь продуманого

інтерв'юером. Тут вплив інтерв'юера на якість даних може бути зведений до мінімуму. Надійність отриманої інформації залежить, першою чергою, від сумлінності й пунктуальності інтерв'юера;

– *напівстандартизоване* (сфокусоване) інтерв'ю, в якому є всі необхідні та можливі запитання. Цей вид відрізняється від попереднього наявністю як закритих, так і відкритих запитань;

– *нестандартизоване* інтерв'ю, де інтерв'юер керується лише загальним планом опитування, формулює запитання відповідно до конкретної ситуації. Методика такого інтерв'ю характеризується певною гнучкістю, варіюється в широких межах. Інтерв'юер має право сам формулювати запитання та змінювати їхній порядок відповідно до конкретної ситуації.

Вибір виду інтерв'ю залежить від рівня дослідження проблеми, повноти її вивчення, мети дослідження. Кожному із зазначених видів інтерв'ю властиві свої переваги та недоліки.

Переваги стандартизованого інтерв'ю: більша порівняльність отриманих даних; найбільша надійність; помилки у формулюванні запитань зведені до мінімуму; з успіхом може використовуватися навіть інтерв'юером невисокої кваліфікації. Недоліки такого інтерв'ю: можливість помилок внаслідок неоднозначного розуміння різними людьми тих чи інших слів у запитаннях; дещо «формальний» характер опитування.

Переваги нестандартного інтерв'ю: можливість стандартизації змісту запитань; найбільша обгрунтованість, оскільки за формою наближається до звичайної бесіди; гнучкість дає змогу пристосовувати його до тієї чи іншої конкретної ситуації; можливість отримання більш глибокої інформації. Головний недолік такого інтерв'ю полягає у тому, що часом важко зіставити отримані дані внаслідок варіацій або навіть помилок у формулюванні запитань та їхній послідовності.

Типи інтерв'ю бувають різними, *залежно від мети, яку ставить перед собою жерналіст:*

а) журналіст, який ставить запитання, цікавиться винятково інформацією стосовно якогось факту

б) він хоче познайомитися з особою, з її мисленням, способом поведінки

в) він також має інтерес до способу аргументації співрозмовника і до перебігу діалогу.

Залежно від інформаційної мети ми розрізняємо три типи журналістського інтерв'ю:

1. *Інтерв'ю як інструмент пошуку і збирання інформації*
2. *Власне інтерв'ю*
3. *Репортажне інтерв'ю*

Залежно від ЗМІ, для якого готується інтерв'ю розрізняють: інтерв'ю в друкованих та електронних ЗМІ, інтерв'ю на радіо і телебаченні. Прабатьком всіх типів інтерв'ю є, звичайно, газетне. Радіоі телеінтерв'ю виникли в результаті розвитку техніки. Близько десятиліття тому до типів інтерв'ю приєдналося інтерв'ю в електронних ЗМІ, однак, як виявилось, це скоріше підвид газетного інтерв'ю, тому доцільно розглядати їх разом, протиставляючи інтерв'ю на радіо і телебаченні.

У цілому всі три види одного жанру схожі, проте між ними є істотна різниця: радіо і телевізійне інтерв'ю вельми наочні, і телеглядач і радіослухач стає якимось третім учасником, хоча в процесі інтерв'ю особистої участі не приймає.

Газетне інтерв'ю, або, точніше, інтерв'ю в друкованих та електронних ЗМІ (газет, журналів, інформаційних сайтів), відрізняється суб'єктивністю подачі матеріалу. Тут журналіст може опустити питання і відповіді, які він вважає менш важливими для досягнення наміченої мети, і більш повно і яскраво викласти інші. Він може поміняти порядок питань, якщо це необхідно. І в цьому випадку інтерв'ю, що вийшло на сторінках газети – це зовсім не точна копія розмови, що проходив між інтерв'юером і інтерв'юйованим.

Нарешті, важливою особливістю інтерв'ю в друкованих ЗМІ є необхідність його візування. Це особливо впливає саме з опосередкованого характеру інтерв'ю в друкованих та електронних ЗМІ.

За кількістю учасників розмови та характером діалогу розрізняють такі види інтерв'ю:

Інтерв'ю-монолог являє собою актуальне запитання на злободенну суспільно-значущу тему та відповідь фахівця. Такий жанр часто публікується у рубриці типу «Консультації», «Коментар фахівця». Необхідність даної форми викликана метою надати матеріалу динамічності, зацікавити читача. Часто редакція газети чи журналу сама пропонує автору подати матеріал своєї статті у вигляді питань та відповідей «для кращого її сприйняття», видаючи цей матеріал за інтерв'ю. Іноді опублікований матеріал супроводжується фразою: «На питання нашого кореспондента відповідає такий-то». Це – типове «лже-інтерв'ю». Відповідно і визнання співавторства у цьому випадку є суперечливим.⁵

Бесіда. Сучасна журналістика все ширше використовує і жанр бесіди. Це такий різновид інтерв'ю, у якому журналіст не обмежується короткими запитаннями, а сперечається з співрозмовника, коментує його відповіді і висловлює свою оцінку події.

Бесіда за «круглим столом». Її призначення – оголосити думки вчених, фахівців з тієї чи іншої проблеми.

Прес-конференція – групове, масове інтерв'ю, проводиться з метою інформування працівників про будь-які важливі події, кампаніях та їх проблеми, а також можливе рішення. Кореспонденти заздалегідь передають особам, з якими належить вести прес-конференцію в письмовій формі. У ході розмови задаються і усні запитання. Матеріали прес-конференції, як правило, публікуються в періодичній пресі у формі звітів.

«Пряма лінія» Тут газети завчасно оголошують тему розмови, сповіщають, хто буде відповідати на питання, повідомляють номери телефонів «Прямої лінії».

Інтерв'ю-анкета або *інтерв'ю-опитування*. Хоча тут і практикуються «класичні» інтерв'ю із заздалегідь підготовленими питаннями, та частим явищем є спонтанні інтерв'ю: на вулиці, на місці подій із очевидцями. Тут, безумовно, наявна творчість однією людини – журналіста, а співавторства немає. Однак, мали місце ряд прецедентів з приводу анкетування на вулицях, в ході вирішення яких приналежність опитування до певного жанру журналістики породжувала полярні позиції фахівців.

Гостра полеміка з приводу визнання соцопитування різновидом інтерв'ю, а отже співавторством розгорнулась на шпальтах газети «Факти». Приводом став судовий позов киянина С., що став учасником вуличного опитування кореспондента «Фактів» Тетяни Нетудихати з приводу трагічних подій 11 вересня у США. Газета без згоди інтерв'юйованого переклала його відповідь на російську мову, якою виходить видання і цим, на думку позивача порушила його авторські права. Інтерв'юйований звернувся до суду, вимагаючи солідної моральної компенсації. Коментуючи ситуацію адвокат Наталя Петрова висловила точку зору, що соцопитування, консультації спеціалістів та іншу суспільно значуща інформація слід відносити до категорії перс-інформації, яка згідно законодавства не підпадає під охорону авторським правом.⁶

Хоча це твердження є досить суперечливим, однак це свідчить про можливість двозначного трактування окремих новел закону, цьому сприяє, зокрема, відсутність визначення терміну «інтерв'ю» та офіційного віднесення опитування до цього жанру. На рівні нормативних актів визначення цьому терміну надається лише постановою Центральної Виборчої Комісії від 18 червня 1999 року, згідно якої інтерв'ю – це « відповіді суб'єктів проведення передвиборчої агітації на питання, поставлені журналістами.» Загалом, розглядаючи тлумачення терміну «інтерв'ю» в доктрині права, законодавстві та тлумачних словниках, можна простежити позицію педалізації саме елемента творчості. Всі ж інші жанри журналістики чітко не визначені авторським правом та регулюються законами про інформацію, ЗМІ, телебачення та

радіомовлення, згідно яких результат соціопитувань є задокументованими або оприлюдненими відомостями, а не результатом творчості.

Інтерактивне інтерв'ю. Прикладом новонародженого жанру може слугувати ряд публікацій в жіночому журналі «Cosmopolitan Україна». Суть інтерактивного інтерв'ю полягала у спілкуванні із випадковою людиною за допомогою мобільного телефону шляхом обміну sms-повідомленнями (текстовими повідомленнями). Розмови стосувалися різноманітних проблем та відповіді, як не дивно були доволі зваженими.

Ще один приклад – інтерв'ю з читацьким листом в руках. Воно будується на основі питань, викладених у листах реципієнтів і відповідей на них осіб, що представляють експертне середовище.

Іншим різновидом інтерактивного інтерв'ю можна вважати матеріал, запитання у якому належать читачам газети або навіть перехожим на вулицях. Журналіст пропонує їм сформулювати питання, які вони б хотіли задати, наприклад Олександрю Пономарьову або Григорію Суркісу. А далі інтерв'юєр просто виконує технічну роботу-передає питання особі, якій вони були призначені та отримуючи відповіді публікує їх. Працюючи над такими інтерв'ю слід бути особливо уважними та знайти стилістичні можливості у подачі матеріалу за для дотримання прав на авторство всіх авторів питань.

Слід виходити з того, що особа, яка дає інтерв'ю, повідомляє щось нове, оригінальне, що її матеріал, внесений в інтерв'ю, являє собою результат творчої діяльності. З іншого боку, варто враховувати, що і журналіст, виявляє творчість при постановці питань, визначенні напрямку бесіди. Відразу ж зазначимо, що творчість журналіста продовжується і після завершення бесіди та полягає в наданні матеріалу оригінальної форми твору: у газетах і журналах – це внесення змін, що виходять за межі звичайного редагування; на радіо й на телебаченні – це монтаж чи додаткове включення в матеріал бесіди тих чи інших питань, різні доповнення, коментарі. З огляду на це, можемо констатувати, що творча праця співавторів передбачає зацікавленість у

створенні продукту обох сторін, сприяння у здійсненні цього процесу. Однак існують випадки, коли співрозмовник не хоче сприяти створенню оригінального інтерв'ю. Як наслідок, журналіст на заздалегідь підготовлені та зважені запитання отримує відповіді типу «так – ні». Навряд чи таку ситуацію можна назвати зацікавленістю обох сторін, і отже співавторством.

За рівнем інтегрованості в інші жанри журналістики виділяють:

Інтерв'ю-повідомлення – короткий діалог із приводу якоїсь події.

Інтерв'ю-міркування. У жанровому різновиді інтерв'ю-міркуванні до інформаційних завдань додаються аналітичні, викладається не лише подія, але й роздуми особи з її приводу, вивчається за допомогою співрозмовника певна проблема. Таким чином, цей тип інтерв'ю переступає межу аналітичних жанрів.

Інтерв'ю-думка – це розгорнутий коментар до факту, події, проблеми.

Інтерв'ю з «гірчинкою» – це сатиричне інтерв'ю.

Інтерв'ю – замальовка та *інтерв'ю –нарис* часто межують із так званими «літературними записами», коли відома особистість надиктовує свої спогади, думки, розуміння, повідомляє певні факти, а письменник, журналіст викладає цей матеріал як єдиний текст, додаючи цьому матеріалу оригінальну форму та діалоги із цією людиною.

Отже, якщо врахувати, що багато інтерв'ю мають на меті розкрити людину як особистість, створити її професійний портрет, висвітлити проблеми, можна прогнозувати, що з часом інтерв'ю все більше виявлятиме свою синтетичну природу, а його типологія включатиме в себе інформаційний, проблемний та портретний його жанрові різновиди.

1.4. Основні етапи підготовки та проведення інтерв'ю

У науковій і виробничій літературі описані й систематизовані уявлення про те, як саме має журналіст готуватися до проведення інтерв'ю.

1. Вибір співрозмовника

Очевидно: перший крок під час підготовки – це вибір співрозмовника: хто підходить для моєї теми?

Звичайно, якщо йдеться про інтерв'ю, яке присвячене особі. Скажімо, до міста приїхав відомий диригент, то таке запитання не виникає: сама особа є темою. В такому разі зусилля спрямовані на те, аби домовитися про проведення інтерв'ю.

У випадку діячів шоу-бізнесу це, здебільшого, не є проблемою. Складніше з відомими особистостями, які є радше сором'язливими, і з надзвичайно популярними зірками, дні яких розписані погодинно і агенти яких спочатку домовляються з великими мас-медіа із значним охопленням, а лише потім – з регіональним та місцевим медіа. Тому журналіст такого медіа має часто-густо розрекламувати його, вказати на значення цієї газети чи радіо для задоволення потреби аудиторії в інформації і донести ці відомості до відома знаменитості, її агента чи пресс-аташе.

Але якщо ще необхідно знайти особу, то обирати слід ту, яка володіє компетентністю в сенсі цікавої ролі, яка до того ж є красномовною і самобутньою.

Не є цікавим для інтерв'ю консультант чи експерт, який вагається, постійно підстраховує себе, підкреслює відносність висловлювань. Тому підготовка розпочинається зі з'ясування рис характеру та особливостей відповідної особи (наприклад, завдяки опитуванню третіх осіб).

Якщо йдеться про основну дійову особу чи про представників інтересів, то інколи слід натиснути, аби відповідна особа не ухилялася. Інколи може допомогти зауваження, що це допоможе її справі, якщо вона висловить свою точку зору. Інколи можна згадати, що інтерв'ю вже погоджено з представником іншої сторони (наприклад, з представником квартировинаймачів у суперечці з домовласником чи навпаки, з самим домовласником або з головою правління фірми-конкурента).

Якщо журналіст має справу з відомими особистостями нашої епохи, які зазвичай дуже зайняті, то він часто-густо змушений просто-таки боротися за зустріч, торгуватися за тривалість інтерв'ю. Слід застосовувати усі засоби та

смикати за усі мотузки: домовлятися з керівником пресс-служби, просити про допомогу впливову особу чи спільного знайомого.

Крім того, відповідній особі можна показати, що відмова від інтерв'ю може бути їй не на користь.

2. Планування інтерв'ю

Зовнішні рамки часто впливають на інтерв'ю ще більш радикально, ніж тема інтерв'ю. Тому про ці рамкові умови не слід забувати, за можливості керувати ними.

Планування інтерв'ю – це початкова статія інтерв'ю. Під початковою стадією інтерв'ю розуміється попередня домовленість по телефону, якщо вона має місце, перші хвилини безпосереднього контакту. Початкова стадія має велике значення для всієї бесіди, оскільки в ній закладаються основи подальших взаємовідносин всіх учасників. Керувати інтерв'ю на цій стадії значить створити у інтерв'ююваного таке уявлення про ситуацію інтерв'ю, яке допомагало б досягти плідної взаємодії. Для цього необхідно:

Створення образу інтерв'юера.

Перш за все співрозмовник сприймає зовнішній вигляд журналіста, його манеру триматися, говорити. Перше враження носить орієнтовний характер і пов'язано зі здатністю людини прогнозувати події і готуватиметься до них. Інтерв'юер зобов'язаний і правильно прочитати співрозмовника і створити умови для того, щоб правильно, без спотворень бути прочитаним співрозмовником. А компоненти, з яких складається образ сприйманого людини, такі: поведінка, міміка, вигляд, вираз обличчя. Роль цих компонентів зростає, коли контакт учасників не короткий (прес-інтерв'ю), а бесіда тривала, заснована на особистих взаєминах учасників її.

Так само цікаво те, що не можна вирішити питання про одяг, зовнішній вигляд, манеру триматися інтерв'юера-журналіста, не вирішивши спочатку більш загального і принципового питання: чи повинен журналіст вести себе в ситуації інтерв'ю природно, тобто як йому властиво у звичній обстановці, або він повинен грати в залежності від того. Як уявляє собі характер

співрозмовника, його ставлення до журналістам, його позицію в майбутньому обговорення інтерв'ю. На цей рахунок існують різні думки, ось одне з них: Ось ви бачите перед собою підфарбовану даму в брючному костюмі, – говорила одна журналістка, – у вухах у мене великі серьгі. Коли я поїхала в колгосп писати про передову доярку, думаєте я їх зняла? Нічого подібного, і штани з собою взяла, і сигарети. А якщо я в Арктиці не фарбую вії, то тільки тому, що погода не дозволяє.

З цього випливає, що є журналісти які в будь-якій ситуації залишаються самими собою. Але є й такі, які вважають, що репортер має бути актором.

Психічні властивості журналістів настільки дуже різні – один може володіти більшою артистичністю, здатністю перетворення, це для нього і є природна поведінка, іншому воно не властиво. Кожен журналіст має право обирати ті прийоми, які йому близькі. Проте усвідомлення того, що зовнішні риси і манери інтерв'юера впливають на сприйняття співрозмовника, на що створюються в його уяві образ журналіста, необхідно інтерв'юеру незалежно від того, чи прихильник він природної поведінки або акторської.

Створення уявлення про цілі та завдання інтерв'ю

Людину, до якого прийшов кореспондент, насамперед цікавить мета і причина бесіди, по якій в якості інтерв'юваного обраний саме він. Завдання журналіста – визначити їх таким чином, щоб викликати бажання співпрацювати з інтерв'юером. Для цього він повинен уявити собі мотиви, за якими людина погоджується брати участь у бесіді. Вони можуть бути різні, причому їх може бути одночасно декілька. Іноді це бажання викликати певні дії: виправити, змінити, когось покарати. Так само таким мотивом може виступати бажання популярності інтерв'ю. Сильним мотивом, що спонукає людину взяти участь у розмові, є потреба в спілкуванні: людині потрібно висловитися і інтерв'ю надає йому таку можливість і уважного співрозмовника в особі журналіста. Так само можуть вступати в інтерв'ю і під впливом прийнятих норм: правил ввічливості, гостинності, поваги до чужої праці. У залежності від того, як журналіст на підставі попередньої підготовки, власного

досвіду і спостережень при безпосередньому контакті визначить мотиви, керівні співрозмовником, він повинен будувати вступну частину і перші питання бесіди, висуваючи то один, то інший аргументи, з тим, щоб посилити одні мотиви і послабити інші.

Іноді, щоб домогтися згоди на інтерв'ю, репортери вдаються до авторитету свого видання як офіційного органа і підкреслювати, що діє не як приватна особа. Неприпустимим є такий прийом, коли журналіст, домагаючись згоди на інтерв'ю, принижує образ журналіста в очах співрозмовника, викликає жалість до себе. Цей прийом поганий тим, що така бесіда не може бути ні довірчою, ні відвертою, ні глибокою. У цілому самим спонукальним мотивом для співрозмовника є серйозність намірів журналіста.

Створення уявлення про роль інтерв'ююваного.

Далеко не кожен співрозмовник має досвід інтерв'ююваного, але навіть якщо йому необхідно знати, у чому будуть полягати його обов'язки на цей раз. Журналіст повинен відразу пояснити опонентові, що буде потрібно від нього в цій ролі: дати уявлення про тривалість інтерв'ю, про необхідного ступеня компетентності в питаннях, які мають бути обговорені і так далі. Перші питання інтерв'ю несуть важливу навантаження. Відносини ще тільки встановлюються, інтерв'ююваний ще не увійшов у роль, він сповнений занепокоєння, що вона (бесіда) виявиться йому не під силу або змусить його втратити час дарма. Питання повинні бути такими, щоб він міг відповісти на них без праці, відчувати, що може успішно впоратися із завданням

Домовленість про тривалість інтерв'ю

Для друкованих медіа діє таке правило: за десять хвилин журналіст може поставити максимум п'ять запитань. Якщо його співрозмовник любить поговорити, то часу журналістові вистачить лише на три запитання. Скажімо, журналіст, готуючись до інтерв'ю, занотував вісім важливих запитань, три чи чотири додаткові чи роз'яснювальні запитання виникнуть після відповідей. Аби виконати свою програму по запитанням, журналіст мусить мати в своєму розпорядженні майже півгодини.

Такий розмір часу не залежить від того, скільки місця потім відводитиметься для публікації. Інтерв'ю слід опрацьовувати тим ретельніше та тим більш ущільнювати його, чим менше місця під нього віддано. І тут діє правило, за яким можна надрукувати максимум половину того, що сказав співрозмовник. Завжди варто оставити більше запитань, аніж в результаті буде надруковано.

Якщо тривалість інтерв'ю занадто коротка, то здебільшого це має своїм наслідком поверхневе розпитування про різні аспекти. Журналіст боїться, що не встигне дійти до важливих моментів, а відтак закидає співрозмовника запитаннями. Обоє перебувають у стресовій ситуації – а тому і діалог розвивається неприродно і стрибкоподібно. Диний можливий вихід, якщо часу дуже мало (найнижча межа: 10 хвилин), має такий вигляд: поставити три чи чотири запитання стосовно одного аспекту, керуючись гаслом «Краще вглиб, аніж вшир».

Для радіо діє наступне правило: аби організувати якомога більш компактне інтерв'ю стосовно якоїсь теми, слід запланувати так звану розминку, яка передуватиме самому інтерв'ю і протягом якої із співрозмовником можна побалакати про щось, він має розслабитись, а журналіст – побачити йогом овну поведінку. Співрозмовник радше замкнений і небагатослівний, нечітко висловлюється чи любить поговорити? Залежно від своїх спостережень журналіст обере специфічну форму інтерв'ювання – за умови, що він відвів достатньо часу на інтерв'ю.

Можливо, все інтерв'ю і не буде придатним до публікації. Незважаючи на попередню розмову, співрозмовник повторюватиметься, тобто даватиме на два різні запитання однакову відповідь, окрім того, відповідаючи ще на якесь запитання, він почне розповідь про свою улюблену тему. Тому опублікують або частину інтерв'ю, або журналіст повторюватиме запитання доти, доки не отримує вичерпну відповідь – а це також забирає час.

Якщо йдеться про інтерв'ю в прямому ефірі, то журналіст має бути впевнений, що він впродовж, скажімо, 180 секунд, матиме змогу поставити 4

запитання і почути 4 відповіді. Це вдається тоді, коли він чітко проінструктував співрозмовника під час попередньої бесіди, тобто на неї теж слід відводити достатньо часу.

Загалом діє таке правило – якщо часу замало, то гарних інтерв'ю здебільшого не буває.

3. Формулювання запитань

Питання інтерв'юера класифікують за багатьма критеріями.

За метою дослідження виокремлюють:

процедурні (сприяють встановленню і підтриманню контакту з інтерв'юером);

тематичні (інформаційні), відповідями на які розкривають тему.

За змістом розрізняють:

питання, що виявляють фактичну інформацію про соціальне становище респондента і події його минулого життя;

питання, які допомагають з'ясувати суб'єктивні думки, мотиви поведінки, життєві позиції, ставлення до себе та інших;

питання, що уточнюють інтенсивність думок, стосунків, емоційних реакцій.

Питання можуть передбачати короткі, нерозгорнуті і розгорнуті, поширені відповіді, що виражають думки і позиції респондентів.

За формою відповідей питання поділяють на:

закриті, що спонукають респондента зробити свій вибір із пропонованих варіантів відповідей;

відкриті, на які опитуваний формулює власну відповідь.

Запитання для інтерв'ю мають відповідати таким вимогам:

логічна однозначність, тобто відсутність автономних частин, що потребують різних відповідей;

уникнення маловідомих, іншомовних слів, спеціальних термінів тощо;

уникнення запитань, які неможливо запам'ятати, через що респондент відповідає тільки на частину або взагалі відмовляється від відповіді;

формування конкретних питань, оскільки це забезпечує вірогідність отриманої інформації. Загальна інформація передбачає нехтування окремими ситуаціями;

включення в обговорення (за необхідності) уявленої ситуації, що стосується досліджуваного. До цього вдаються за потреби одержати відомості дискусійного характеру або не цілком прийнятні для публічного висловлення респондентом;

на початок інтерв'ю не виносять складні, нецікаві або інтимні питання. Зацікавлення ними досліджуваного може забезпечити подальше інтерв'ювання;

створення передмови у разі недостатньої компетентності досліджуваного щодо предмета, про який ідеться;

коректність пропонованих відповідей. Питання не повинні принижувати гідність досліджуваного;

психологічна послідовність питань. Іноді інтерв'юери відступають від логічного порядку питань, щоб уникнути впливу відповідей попередніх чи з метою запобігання втомі опитуваного.

4. **Комунікативний етап.** Процес спілкування з респондентом, як правило, має таку структуру:

- 1) вступ (встановлення контакту);
- 2) основна частина (спілкування);
- 3) завершення (зняття напруги, висловлення подяки за участь у інтерв'ю).

Створення комфортної атмосфери спілкування не передбачає панібратських відносин, оскільки це може ускладнити керування діалогом. Недоцільним буде і менторський тон.

Інтерв'юер повинен демонструвати зацікавленість у відповідях, позитивно реагувати на його жарти, висловлювати за необхідності співчуття, поважати небажання відповідати на питання, навіть якщо вони пов'язані з важливою інформацією. Повернення до цих питань в іншому формулюванні можливе на подальших етапах опитування.

Природність інтерв'ювання залежить від уміння інтерв'юера здійснювати його вільно, не вдаючись до записів. Не слід допускати тривалі паузи, оскільки респондент може спробувати перехопити ініціативу, перетворити інтерв'ю на бесіду.

Якщо обговорювана проблема має особливу емоційну значущість для опитуваного, його монолог може тривати невизначену кількість часу. Недоцільно різко переривати його, намагатися перейти до наступного питання або демонструвати відчуження і байдужість. Збереження атмосфери взаємодовіри і зацікавленості більше сприятиме успіху інтерв'ю, ніж згаяний час. Значну шкоду дослідженню завдають нетактовність, авторитарність інтерв'юера.

Відносини, що склалися на початку бесіди, в ході її розвиваються, змінюються і багато в чому залежать від уміння інтерв'юера направити розмову. Для успішного проведення бесіди журналісту дуже важливо навчитися слухати свого співрозмовника. Вміти слухати – це означає приймати все, що розповідають, не перебиваючи і не задаючи питань. Часом треба і направити розмову – журналісту не байдуже який він отримає матеріал, а час, як правило, обмежено. Управління ходом бесіди – складна справа, що вимагає великого досвіду, знань, такту. Керувати бесідою потрібно обережно, направляючи її в потрібну сторону. Якщо співрозмовник відповідає не в тому плані, як хотілося б журналісту, можна перефразувати основне питання і тим самим налагодити фокус відповідей. Коли співрозмовник відповідає загальними словами, не наводячи конкретних фактів, прикладів, не висловлює особистої точки зору, журналіст так само повинен втрутитися, оскільки такі висловлювання не несуть в собі інформації інтерв'ю. Тому найголовніше – питання повинні бути побудовані таким чином, щоб не викликати банальних відповідей. А щоб уникнути цього потрібно те саме знання предмета і загальна підготовка, про яку говорилося вище, але крім того знімання до співрозмовника, інтерес до нього, його міркувань, його емоціям, відкриттів, які не заплановано проявляються в інтерв'ю.

5. Аналітичний етап опрацювання тексту інтерв'ю. На аналітичному етапі інтерв'ювання здійснюють оброблення та інтерпретацію, аналіз зібраної інформації.

1.4. Інтерв'ю як об'єкт правових відносин

Законом «Про авторське право та суміжні права» інтерв'ю визнано твором, що створений у співавторстві. Відтак згідно статті 13, пункту 3 «співавторами інтерв'ю є особа, що взяла інтерв'ю та особа, що дала інтерв'ю».

Співавторство. Суперечка щодо правомірності визнання співавторами усіх учасників інтерв'ю триває серед фахівців не один рік. Зокрема, на думку головного юриста Австралійської ради по авторському праву, С. Брідж, «трактування інтерв'ю як твору, що створений у співавторстві навряд чи можливе, оскільки лише журналіст – інтерв'юер виступає як особа, що має намір створити твір, що охороняється авторським правом» [Афанасьєва]. Натомість професор Л. Глухівський, що був ініціатором трактування в українському законодавстві інтерв'ю саме як об'єкта співавторства, наголошує, що «впровадження у Закон «Про авторське право і суміжні права» норму про законність опублікування запису інтерв'ю лише за згодою осіб, які дають інтерв'ю, законодавець має на меті посилити захищеність цієї категорії осіб, перешкодити несанкціонованому редагуванню, спотворенню, модифікації, зміні форми інтерв'ю» [Афанасьєва].

Іншу аргументацію надає В. Чертков. Він вважає, що творчість інтев'юєра-журналіста полягає передусім у підборі та формулюванні питань. Особі ж, яка дає інтерв'ю належить форма та зміст відповідей, тобто самого матеріалу. Так загальними зусиллями створюється особливий вид твору – інтерв'ю, що містить у собі питання та відповіді, як нероздільні складові компоненти, які саме у своїй єдності повинні впливати на читача.

Творчість журналіста-інтерв'юєра полягає передусім у підборі та формулюванні питань. Своїми питаннями він підказує теми, яких бажано торкнутися в розмові, він «направляє» бесіду, реагує на висловлення

співрозмовника, не даючи діалогу вийти за межі, передбачені задумом. Натомість особі, що дає інтерв'ю належить зміст та форма відповідей, тобто самого матеріалу. Відповідно, розробляючи закон, укладачі виходили з того, що творчий внесок у процес створення інтерв'ю усіх його учасників є приблизно рівноцінним. Однак багато видів цього жанру зумовлюють різний характер створення матеріалу і часто зводять участь одного з співавторів до мінімуму. Цей факт породжує багато суперечок щодо правомірності визнання того чи іншого учасника інтерв'ю співавтором.

Узгодження змісту інтерв'ю. Іншим каменем спотикання на шляху реалізації Закону є пункт, згідно якого для опублікування запису інтерв'ю необхідна згода людини, що його дала.⁸ Тобто сигнальний примірник матеріалу у періодичній пресі повинен надаватися для підпису людині, що дала це інтерв'ю. Але це правило не поширюється на аудіо та відео-матеріали. Таке фактичне обмеження прав співавтора, яким є особа, що дала інтерв'ю має під собою вагомні аргументи. Адже на практиці отримання дозволу співавтора аудіо, відео-матеріалу зазвичай є нереальним через оперативність подачі інформації. Випуски новин, наприклад, виходять в ефір декілька разів на день, не говорячи вже про термінові спеціальні випуски та репортажі. Від ексклюзивності та швидкості подачі матеріалу залежить популярність каналу, а отже і заробіток журналіста. Підготовка цієї інформації відбувається дуже оперативно, а тому в журналіста фактично немає можливості попередньо продемонструвати змонтований сюжет співавтору для отримання його згоди. У випадку, коли репортаж йде у прямому ефірі – все зрозуміло: журналіст не зможе перекрутити слова інтерв'юйованого, а отже і претензій з боку останнього не повинно виникати. Інша річ – змонтований сюжет. Переміщення та вилучення декількох фраз може спричинити невірне тлумачення слів особи, що дала інтерв'ю, а отже дати привід для судових позовів та конфліктів.

Гонорар. Досить делікатним та понині невирішеним є питання гонорару за інтерв'ю. Внесені новою редакцією Закону «Про авторське право та суміжні права» зміни, відповідно до яких «винагорода за використання твору належить

співавторам у рівних частках» викликали бурхливу реакцію представників засобів масової інформації. Відтепер, згода інтерв'юйованого на публікацію матеріалу або його відмова від своєї частки гонорару має бути зафіксована в угоді. Для засобів масової інформації дозволяється укладання усних угод, однак на практиці а ні письмових, а ні усних договорів між сторонами фактично не існує. Зазвичай, особа, що дає інтерв'ю, – це людина відома, що домоглася певного суспільного становища. Тому інтерв'ю для неї – це зайва слава, пошана, реклама, можливість висловити особисту думку. За таких умов, вимагати свій законний гонорар інтерв'юйований вважає некоректним. Журналіст, у свою чергу, теж не збирається ділитися частиною прибутку. Існує практика, коли, наприклад, відомий виконавець у рамках рекламної кампанії свого нового альбому або гастрольного туру сам платить журналісту за створення інтерв'ю певної тематики. Однак найчастіше журналісти у пошуках нових матеріалів та, відповідно, заробітку буквально атакують відомих політиків, артистів, спортсменів тощо. Останні за таку «вимушену співпрацю» не отримують ні копійки. Як правило для відомої людини із стабільним прибутком боротьба за законний гонорар є не принциповим завданням та поганою рекламою. Але якщо співавтор зважиться на цей крок його також чекає ряд труднощів.

До суду в Україні такі справи не доходили, однак аналіз поодиноких конфліктів дає підстави говорити про те, що відвоювати свій законний гонорар справа не з легких. Найтипівішими відмовками редакцій є:

- ви попередньо не домовлялися з журналістом про гонорар;
- такі виплати в нас не практикуються;
- надайте письмовий варіант інтерв'ю (Такого варіанта у особи, що давала інтерв'ю зазвичай не має. Журналіст забирає матеріали для опрацювання і співавтор не має жодного доказу того, що ця зустріч дійсно відбулась.);
- гонорар виплачений журналісту, вирішуйте питання з ним.

Останній пункт спричиняє також ряд непорозумінь. Якщо працівник позаштатний та йому виплачена певна сума у якості гонорару за інтерв'ю – це спрощує справу. Однак дуже важко визначити суму гонорару за конкретний матеріал, якщо журналіст належить до штату редакції та, відповідно, отримує щомісячну зарплату, не залежну від кількості написаних статей за місяць.

Отже, всі зазначені факти говорять про недосконалість формулювань та непродуманість механізмів реалізації положень Закону, що на практиці дає можливість двозначного трактування окремих визначень та понять, а також унеможлиблює забезпечення належного рівня охорони авторських прав у відповідності із встановленим законодавством.

Висновки до розділу 1

Отже, ми дійшли висноку, що жанр – це певним чином окреслений зміст, що «відшукав» найбільш зручну форму для свого втілення. Жанр – це змістовно-формальна єдність. Жанри – це великі групи текстів, які наділені спільними ознаками, а жанрологія – це наука про типологію текстів.

Головним внутрішньожанровим типом є «тверда» замітка. Правила із створення твердої замітки є дотримання стандарту п'ятох «W», який передбачає подавати опис новини як відповіді на п'ять запитань, які англійською мовою починалися літерою «w»: «what?», «who?», «where?», «when?», «why?», що в перекладі означає «що?», «хто?», «де?», «коли?», «як?».

Природність інтерв'ювання залежить від уміння інтерв'юера здійснювати його вільно, не вдаючись до записів.

Однак найчастіше журналісти у пошуках нових матеріалів та, відповідно, заробітку буквально атакують відомих політиків, артистів, спортсменів тощо. Останні за таку «вимушену співпрацю» не отримують ні копійки. Як правило для відомої людини із стабільним прибутком боротьба за законний гонорар є не принциповим завданням та поганою рекламою. Але якщо співавтор зважиться на цей крок його також чекає ряд труднощів. Аналіз поодиноких конфліктів дає підстави говорити про те, що відвоювати свій законний гонорар справа не з

легких. Отже, всі зазначені факти говорять про недосконалість формулювань та непродуманість механізмів реалізації положень Закону, що на практиці дає можливість двозначного трактування окремих визначень та понять, а також унеможлиблює забезпечення належного рівня охорони авторських прав у відповідності із встановленим законодавством.

РОЗДІЛ 2

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРВ'Ю

2.1. Правила формулювання запитань в інтерв'ю

Запитання – це своєрідний ключ до успіху інтерв'ю. Зрозуміло, що воно має бути змістовним і нестандартним. А в сучасній журналістській практиці помітним стає ще одна особливість – моделювання запитання на очах самої аудиторії. Тобто заздалегідь продумане запитання журналіст формулює ніби дозовано: спочатку дається якась несуттєва, на перший погляд, теза; далі вона ускладнюється іншими аспектами. У результаті аудиторія підсвідомо відчуває свою причетність до народження запитання, співпереживає інтерв'ю, почувуючись співучасником процесу спілкування.

Проілюструємо це епізодом з інтерв'ю в прямому ефірі одного з провідних вітчизняних телеканалів «1+1» за участю экс-державного секретаря США М. Олбрайт. Відомо, що вести інтерв'ю з такими особистостями нелегко, бо протокольні й дипломатичні рамки зобов'язують їх відповідати здебільшого статично. У таких випадках від журналіста вимагається особлива винахідливість, вміння побудувати запитання нестандартно. І ось після традиційної «розминки» журналіст запитує гостю: «Пані Олбрайт, у вас така симпатична прикраса – брошка у формі метелика. Очевидно, ви любите все літнє?..» «Насправді, – відповіла поважна гостя, – я надаю перевагу прикрасам у вигляді різноманітних зміїв, але іракський диктатор С. Хусейн якось заявив: подивіться, яка ця Олбрайт зміюка, у неї навіть прикраси – змії. Відтоді мушу уникати улюблених брошок-зміїв». Така напівжартівлива відповідь, безумовно, надала спілкуванню непротокольного характеру. Журналіст «елегантно» вийшов на комплекс важливих питань про відносини між США й ісламським світом. До того ж обговоренню специфічної міжнародної проблематики було надано особистісного забарвлення, що сприяло доступності інформації.

Запитання скидалося на експромт, адже тільки посвячені в перипетії міжнародної політики фахівці знають, що М. Олбрайт використовувала свої жіночі прикраси, як своєрідні символи-сигнали для партнерів з переговорів. Отже, журналіст успішно скористався деякими таємницями дипломатичної кухні.

У сучасній практиці інтерв'ю особливо цінуються запитання з певним підтекстом, що надають спілкуванню неабиякої інтриги. Питання з підтекстом здатне заскочити співбесідника зненацька; отже, відповідь може бути збагачена ексклюзивною й несподіваною інформацією. Як це сталося в одному телеінтерв'ю на «Новому телеканалі» з відомим поетом і державним діячем І. Драчем. Журналіст запитав його: «Ви якось писали – 5 років займаюся політикою і став дурнішим в 5 разів. Чому ж досі в парламенті?» Підтекст тут настільки виразний, що вже сам по собі характеризує співбесідника під певним кутом зору. Навіть якщо відповіді й не буде («без коментарів»), підтекст запитання дає можливість аудиторії скласти враження про героя, про його слабкі чи сильні особистісні ознаки.

Від змісту запитання залежить атмосфера спілкування. Невипадково «король інтерв'ю», провідний коментатор американської телекомпанії CNN, Ларі Кінг радить починати розмову легко, а закінчувати рішуче. Простеживши за розмовними колізіями ряду інтерв'ю метра (вітчизняна преса час від часу передруковує стенограми його телерозмов з відомими людьми), пересвідчуєшся у вмінні журналіста відразу викликати співрозмовника на довіру. На початку невимушена атмосфера спілкування досягається простими і начебто другорядними запитаннями. (Так, інтерв'ю з голлівудською «зіркою» Шерон Стоун починалося з компліменту: «Шерон, перед тим як «мучитиму» вас своїми запитаннями, дозвольте висловити своє захоплення – маєте фантастичний вигляд!») Поступово ведучий ток-шоу ускладнює запитання, вдаючись навіть до провокативності. Несподіваний контраст у запитаннях, як правило, призводить до несподіваних зізнань співрозмовників Ларі Кінга.

Деякі згодом щиро зізнаються, що зовсім не передбачали ділитися таємним у телеефірі й не можуть збагнути, як те сталося.

Ларі Кінг славиться також умінням висвітлити певні непривабливі (замасковані) ознаки характеру чи діяльності співрозмовника. Таке вміння відчув на собі, зокрема, російський президент В. Путін. У вересні 2000 року під час офіційного візиту до США він був запрошений у знамениту студію CNN. Слід зазначити, що напередодні у Баранцевому морі загинув підводний човен «Курськ», і світова громадськість співчувала жертвам катастрофи. Тож Ларі Кінг не міг не запитати у гостя про трагедію. Але це сталося не відразу. Спочатку були запитання про се, про те. І раптом виникло: «А що ж сталося з човном?». «Він потонув...» Така скромна відповідь сколихнула західну пресу. Оглядачі оцінили її як вельми цинічну. На їхню думку, відповідь-репліка засвідчила підсвідоме ставлення російського президента до трагедії. В. Путіна звинувачували в байдужості до горя співвітчизників. Йому дорікали за неувагу до рідних загиблих моряків-підводників: «навіть не перервав відпустки, щоб утішити згорьованих родичів». Кремлівським іміджмейкерам довелося планувати окрему піарівську стратегію з «відмивання» образу російського президента. А Ларі Кінг ще раз підтвердив своє неофіційне звання – «Мухамед Алі американської журналістики». Бо, як і славетний боксер, володіє майстерністю завдавати несподіваного «удару», відсилаючи суперника в нокаут [1].

І все ж найпоширенішою «хворобою» інтерв'ю є статичність запитань. Очевидно, вона походить від творчої лінкуватості журналіста, відсутності в нього творчого запалу. Часто вживане «які ваші плани на майбутнє?» є надто абстрактним і пасивним, щоб розкрити сутність героя, зацікавити ним аудиторію. А ось запитання до відомого хірурга-кардіолога Катерини Амосової (доньки відомого академіка Миколи Амосова) на кшталт «чи зустрічали ви людину з правостороннім серцем?» [2] програмує висвітлення і фахової специфіки діяльності співрозмовниці, і особливостей кардіологічної проблеми взагалі. Таке запитання також конкретизує зацікавлення аудиторії й

дисциплінує співбесідника. Отже, вдало знайдений варіант питання допомагає вирішити основні завдання інтерв'ю.

Найважче уникнути статичності під час спілкування з політиками. Тут журналістів, як правило, ніби гіпнотизує політичний контекст. Через його призму часто продукуються банальність та кон'юнктурщина. Однак якщо сприймати політика та його діяльність ще й в особистісному ракурсі, то запитальна інтонація набуває людянішого забарвлення, стає жвавішою і доступнішою.

Буває, завдяки публічному досвіду політик легко уникає «незручного» запитання. Тоді не зайвим буде повторити його, але у трохи видозміненому вигляді. Якщо і це не допомагає, то, вдаючись до зображувальних засобів (виокремлення паузи, відповідних жестів, погляду героя тощо) чи ремарок, варто засвідчити перед аудиторією лукавість поведінки співбесідника. Тим самим інтерв'ю збагатиться інтригуючою «родзинкою».

Узагалі, проблема запитальної провокативності стає для сучасного інтерв'ю дедалі актуальнішою. У журналістському середовищі нерідко виникають диспути: чи коректно ставити «незручне» запитання? Однак інформаційна практика (особливо масових і комерційних ЗМІ) однозначно стоїть на боці провокативності, бо лише солодкими чи прісними запитаннями журналістові важко зацікавити аудиторію своїм інтерв'ю. Проблему провокативності можна пом'якшити насамперед завдяки стилістичним вкрапленням у запитання на зразок: «Даруйте, але мушу запитати про неприємне...», «Можливо, це некоректно, але дозвольте запитати...» Тут доцільні натяки, використання асоціацій, іронії тощо.

Стилістика журналістського запитання має бути неодмінно виразною. Задовгі та ще й насичені авторськими фрагментами питання ускладнюють його сприйняття, відтак програмується розпливчата відповідь. Щоб спрямувати співрозмовника на конкретику, журналіст, як правило, вдається до запитальних сполучників: як, чому, навіщо... Однак той же Ларі Кінг свідомо уникає цього на користь розповідної інтонації, щоб співрозмовник почувався

ніби рівноправним учасником розмови. Натомість «король інтерв'ю» використовує методи комунікативної психології, впливаючи на свого візаві енергетикою погляду, жестами, елементами ретельно продуманого інтер'єру студії тощо.

У підсумку зазначимо, що інтерв'ю – лідер серед жанрів сучасної журналістики. Врешті-решт метод інтерв'ювання є основою так званої діалогічної журналістики (ток-шоу, «круглий стіл») та й усього процесу збору інформації журналістом. Ефективність інтерв'ю залежить від змісту запитання. Наскільки воно буде насиченим, промовистим і виразним, настільки й вагомою буде відповідь. Інтерв'ю – динамічний, універсальний і демократичний жанр. Інформація, подана у його форматі, сприймається легко. Тому цей жанр вартий уваги як дослідників, так і журналістів.

2.2. Комунікативні стратегії інтерв'ю

Журналістський твір будь-якого жанру – це комунікативно-психологічне явище, складний акт мовної комунікації. Це переконливо засвідчено у загальнотеоретичних працях М. Феллера, В. Різуна, К. Серажим та ін. У мовознавчій терміносистемі з'явилося багато словосполучень з «комунікативним ядром». Текст – це одиниця комунікативного акту, комунікативна подія, він має комунікативну спрямованість (ціленастанову), значущість, комунікативну структуру, що впливає з комунікативної мети (задуму, мотиву, смислу, ітенції/наміру), включає комунікативні стратегії і тактики.

У загальному підході до розуміння структури публіцистичного тексту комунікативна стратегія «полягає у такому розгортанні тези (основної думки), за допомогою якого не лише можна якнайкраще розкрити зміст, а й вплинути на ситуацію» [5, 106]. Вибір загального композиційного типу, прийомів подачі фактів, їхнє висвітлення, загальна тональність твору – усе це пов'язано з комунікативною спрямованістю тексту. «Комунікативна стратегія, – зазначає

К. Серажим, – зумовлюється цільовою настановою й відображається у плані або в тезах підготовленого мовленнєвого твору» [5, 106].

Комунікативна стратегія залежить і від жанру журналістського тексту, домінування в ньому раціонально-логічних чи емоційно-риторичних типів структур, а отже, окреслення певних композиційно-стилістичних параметрів. Комунікативні стратегії особливо активно проявляються в діалогічному мовленні, а серед журналістських жанрів – в інтерв'ю – «як специфічному типу вербальних інтеракцій». «Вирізняється воно тим, – наголошує Ю.Третяк, – що реалізується водночас і як міжособистісне контактне спілкування співбесідників (інтерв'юера та респондента), і як опосередковане дистантне спілкування з масовим адресатом» [4, 339]. Комунікативно-прагматичний аспект інтерв'ю (а ширше – діалогічного мовлення) досліджували Н.А. Заїгіна, Т.І. Попова, Г.В. Ейгер, І.С. Шевченко, А.А. Романов та ін. [1]. Ю.Ю. Третяк досліджує дискурсивні стратегії інтерв'юера в особливому публіцистичному жанрі – інтерв'ю-презентації. Зокрема науковець виділяє глобальну стратегію, яка підпорядковує всю композиційну побудову інтерв'ю; реалізують цю глобальну стратегію допоміжні стратегії, що залежать від різноманітних чинників (теми, учасників та ін.), а допоміжні стратегії втілюються у цілій низці мовленнєво-поведінкових тактик. Отже, комунікативною стратегією інтерв'ю вважаємо «впорядковану спрямованість мовних ресурсів на виконання немовного завдання спілкування в мовленнєвій події [4, 370], тобто когнітивний план спілкування, за допомогою якого реалізується комунікативне завдання. Засобами реалізації стратегій є тактичні ходи як «комплекс прийомів когнітивного, семантичного, риторичного, прагматичного планів».

Мета нашої статті – виявити особливості комунікативних стратегій сучасного інтерв'ю як інваріантної одиниці, узагальнити форми їхньої реалізації як вербальні складові комунікативного процесу. Матеріал для дослідження – близько 100 газетно-журнальних інтерв'ю останніх років.

Будь-який текст, а тим більше журналістський, – це «слово для справи» (вислів В. Різуна). Його основна стратегія – вплив, причому вплив на масового

адресата, «невизначену множину». Специфіка подання інформації і творення тексту в інтерв'ю – мінімум два учасники. Інтерв'ю – це трибуна для двох. Головним інформатором у процесі спілкування є респондент, але головним стратегом, від кого залежить якість, повнота і ступінь інформативності матеріалу, – інтерв'юер.

Основна початкова стратегія – репрезентація інтерв'ю, привернення уваги читача. Вона реалізується на рівні видання і автора матеріалу вербальними і невербальними засобами. Передусім інформативно-пошукову функцію виконують постійні рубрики (Діалоги; Діалоги про вічне; Інтерв'ю «Поступу»; Десь на дивані; Пряма мова; Зустрічі; Інтерв'ю; Актуальне інтерв'ю; Ексклюзив та ін.), початкові типові мовні структури (Розмова з ...), заголовок-номінація респондента (Лесь Танюк:» Сперечаються не за мову, а за Україну!»(П. 2005. 18 січ.). Привертають увагу фото (чи фоторяд) респондента, виділені графічно актуальні вислови з бесіди, додаткові семіотичні способи організації тексту (колір, шрифт, малюнок тощо).

Головним структурно-композиційним елементом, що проковує зацікавлення до інтерв'ю, на нашу думку, є неординарний заголовок (не менш важливим компонентом матеріалу є також фотографія). Практика номінації респондента у заголовку – одна із продуктивних сучасних форм самого заголовка у газетних матеріалах. Усе ж стратегія привернення уваги не реалізується самим лише власним ім'ям. Темовидільну роль відіграє саме права частина заголовка. Вона має декілька типових виявів. Наприклад, декларування власної позиції: Святослав Вакарчук: «Я не хочу виходити на політичні барикади – мене туди штовхає життя»; Сергій Ківалов: «Я не хотів би навіть теоретично розглядати можливість визнання виборів нелігітимними»(Дз. тиж. 2004. 23 жовт.); Тарас Петриненко: «Я не хочу бути символом!» (Екс. 2005. 4-6 лют.); Ірина Меркушина: «Я симпатизую тим людям, які працюють» (П.2005.2 лют.); Юрій Луценко: «Я буду цивільним міністром – без регалій, лампасів і усяких брязкалець» (Екс.2005.8-9 лют.); декларування емоційного стану, почуттів: Віталій Кличко: «Я не боюся ані Вільямса, ані Льюїса» (П.2004.21-28

жовт.); Дмитро Павличко: «Я не почуваюся героєм»(Екс.2004.5-7 листоп.); Регімантас Адомайтіс: «У житті я зовсім не такий» (Екс.2005.13-20 січ.); Ігор Шурма: «Після виборів відчув полегшення» (П.2005.9 лют.); Олег Тягнибок: «Не шкодую абсолютно ні про що» (Львів.газ.2005.9лют.); декларування твердження – філософської думки, поради, афористичного вислову тощо: Розмова з Юрієм Іваночком і Зеновією Івасівкою..»Бережеш своє здоров'я – бережеш гроші» (Львів.газ.2004.28 жовт.); Микола Гриценко: «Якби українці частіше підтримували людей, своїх по духу, – вони давно були б найщасливішою нацією» (День.2005.13 січ.); Олесь Ульяненко: «Ми живемо в суцільній тіні...»(ПіК.1999.1-7 лип.); Геннадій Москаль: «Той хто хоче потрапити в Європу, не може оминати Україну» (Львів.газ.2005.9 лют.); Диригент Роман Ревакович: «У культурі мусить бути більше консонансу» (П.2004.2 листоп.); Єжи Гоффман: «Кіно – дуже дорога забавка»; Інна Богословська «Нам слід навчитися слухати» (П.2005.28 лют.); Мирослав Попович: «Національна держава – це нормальний спосіб існування нації» (ПіК. 2000.18-24 лют.); Олег Рудницький: «Корупція, як і проституція, – вічна» (П.2005.7 лют.); Олександр Ткаченко: «Суспільне телебачення – історичний виклик вітчизняній журналістиці» (День.2005. 4 лют.); емоційно-експресивні речення: Станіслав Ніколаєнко:»Вчитися будемо по-новому» (Екс.2005.17-24 лют.); Антоній Радомський: «Українці, об'єднуйтеся!»(Львів.газ.2005.25 лют.); Оксана Забужко: «Жінки перемагають!» (Екс.2005.3-10 лют). Привернення уваги в політичному інтерв'ю часто відбувається за рахунок поєднання у заголовку двох номінацій – власних назв політиків, наприклад: Віктор Пинзеник: «Прем'єра вибере Ющенко» (П.2005.11 січ.); Володимир Зубанов: «Янукович підвів багатьох» (П.2005.3-9 лют.); Юрій Каравацький: «Я готовий свідчити проти Медведчука» (П.2005.2 берез.); Станіслав Ніколаєнко: «Ми не підтримаємо Януковича» (П.2004.2 листоп.); особливо, якщо при цьому є елемент гумору: Юлія Тимошенко: «Янукович нагадує мені повітряну кулю, яка швидко здувається» (П.2005.18-19 січ); Ірина Хакамада: «Через Тимошенко треба було б пересадити пів-Росії» (2005. 10-16 лют.). Однаково притягальну

функцію виконує звичайний вислів респондента, який несе цікаву інформацію, наприклад: Донатас Боніоніс: «Богдан Ступка – мій давній друг» (Екс.2005.27 січ.3 лют.); Євгенія Кононенко: «Африка вражає літературними талантами» (П.2004.27 жовт.); Вадим Павленко: «В Іраку я перший раз у житті заплакав» (Екс.2005.13-20 січ.); або, навпаки, несподівані за змістом речення, розгадка яких міститься у самому тексті, наприклад: Михайло Сендак: «У державі панує анархія» (Львів.газ.2004.28 жовт.); Сергій Ковальов: «Ми всі вирости з однієї шинелі – сталінської...» (Екс.2004.7-14 жовт.); Всеволод Нестайко: «Я народився між сторінками книжки» (Екс.2005.20-27 січ.); Іван Марчук: «Мені завжди бракувало гарної жінки поруч» (2005.18-19 січ.); Вадим Мулерман: «Серце моє належить не Росії, а Україні»; Роман Віктюк: «Ми б зустрілися на моїй зірці, зірці Романа Віктюка» (Екс.2005.1-2 лют.); Ярослав Грицак: «Не хочу виглядати фаховим ідіотом» (П.2005.13 – 19 січ.); Василь Вовкун: «Мої постановки, як квіти кактуса» (П.2005.8 лют.); Юрій Покальчук: «Насправді час вертикальний» (ПіК. 1999.3-9 верес.). Частіше останній тип заголовків властивий інтерв'ю із творчими особистостями.

Стратегічно важливим компонентом усього тексту інтерв'ю є зачин. Він може мати характер підзаголовків, текстових вірзок, авторського вступу (передмови). У деяких виданнях жанр інтерв'ю має стале оформлення. Наприклад, у «Львівській газеті» воно має такий вигляд: інформація, з ким ведеться розмова, його посада, вислів-цитата, вірзка, вступ, власне бесіда. Як-от: Розмова із Глебом Павловським, керівником фонду ефективної політики (Москва, Росія). «Я не бажаю пані Тимошенко опинитися в ситуації пана Жванії» (Львів.газ.2005.4 лют.); Розмова з Романом Безсмертним, віце-прем'єр-міністром, керівником Ради «Народного Союзу Наша Україна». «Коли бачу, як службовці підстрибують від переляку, тоді починаю розуміти, що є віце-прем'єром» (Львів.газ.2005.10 берез.). В газеті «Експрес» інтерв'ю анонсує невелика інформація, що стоїть над заголовком, наприклад: Патріарх УПЦ КП Філарет переклав Біблію українською мовою. «З греко-католиками нас об'єднує дуже багато». (Екс.2004.28 жовт.-4 листоп.); Відомий український співак

презентував альбом «помаранчевих» пісень. Олег Скрипка: »Ми повертаємось до того, з чого починали» (Екс.2005.1-2 берез.). Такі додаткові компоненти стимулюють інтерес до інтерв'ю. Стратегії зацікавлення читача служать і винесені поза текст, виділені іншим шрифтом окремі інтригуючі вислови респондента (2-3), але це можуть собі дозволити ті журналісти, хто має розкіш розгорнути інтерв'ю на цілу сторінку. Дослідження цих своєрідних врізок (не завжди вдалих) може засвідчити певні закономірності, але це не є предметом нашого розгляду. Великі за обсягом інтерв'ю для легшого сприйняття розподіляють на декілька частин, даючи їм підзаголовки. Окремими блоками можуть іти інформаційні довідки (автобіографічні, творчі, фахові, статистичні) залежно від теми інтерв'ю і передусім – особи респондента. Тактичним ходом можна вважати однакові запитання, які у кожному інтерв'ю ставлять до іншого респондента. Творчі особистості відповідають по-різному, і саме зіставлення їхніх думок викликає інтерес у читача. Наприклад, певний час в інтерв'ю з письменниками у «ПіКу» ставилися запитання: «На яке запитання має відповідь...?», «На яке запитання не має відповіді...?». Однаковим у кінці було питання: «Ваше бачення майбутнього», «Прогноз на futurum», «Ваше бачення перспектив» тощо. Метою зацікавити зумовлені підзаголовки такого типу: Художник Іван Марчук розповів «Експресові» про кохання, еміграцію і відпочинок (Екс.2005.18-19 січ.).

Ключові теми інтерв'ю, мотивація наміру, комунікативна мета, характер самого інтерв'ю – всебічне ознайомлення з творчою людиною, її діяльністю, виявлення особистого ставлення до чогось чи партійної позиції, реакція на подію, пояснення причини, бачення майбутнього, виявлення концепції діяльності – усе це автор інтерв'ю намагається вмістити у текстовій репозиції. Ось можливі підсумкові конструкції таких вступів: Про це і не тільки – в інтерв'ю...; ... люб'язно погодився прокоментувати своє бачення проблеми...; ... про тенденції в перекладі, концепцію вишколу перекладачів розповіла...; Про це ми побалакали з ...; Про навчання, сьогоднішню виставку та співпрацю наша розмова з...; Про це ми поговоримо з філософом і письменницею...; Про те, що

відбувається за кулісами... в ексклюзивному інтерв'ю...; Кореспондент вирішив розпитати про це однокурсника...; У цьому переконалась наша кореспондентка; Розповісти про своє бачення цієї гри спеціально для «Поступу» погодився...; Про особливості української корупції та боротьбу з хабарництвом розповідає...; Позицію останнього щодо ключових питань створення в Україні системи суспільного мовлення ми й пропонуємо сьогодні вашій увазі; Про це та інше запитав начальника...; Своїм баченням цієї проблеми поділився...; Як вдалося цього досягти – в інтерв'ю з ...; Про подробиці цього та плани на новій посаді – в розмові з...; Про нововведення ми розмовляли з ... та ін.

Важливими параметрами інтерв'ю як комунікативної одиниці є мета спілкування, учасники спілкування і тема спілкування. Мета спілкування, як ми зазначили, може бути сформульована уже в зачині до інтерв'ю. Стратегії і тактики мовленнєвої поведінки інтерв'юера залежать від характеру особи-респондента (статусу, посади, соціальних характеристик, особистісних якостей тощо), від теми спілкування, що так чи інакше уособлює цей респондент. Усі згадані параметри взаємопов'язані між собою.

Основна вимога до журналіста, який бере інтерв'ю, – високий ступінь готовності до нього, що передбачає знання достатньої інформації про особу, подію, накреслення ключових елементів бесіди, чітке визначення теми і адресата. Це сприяє вдалому добору запитань, веденню розмови у правильномк руслі, ефективності структури, вибору досконалих тактичних ходів. Деколи бесіда відбувається між двома особами одного фаху (письменниками, лікарями, спортсменами), однак один із них виконує роль журналіста. Загалом завдання інтерв'юера: максимально сприяти самовираженню респондента-особистості; максимально стимулювати розмірковування респондента-експерта (знавця, ключової фігури, зацікавленої особи, учасника тощо); максимально залучити читача до ситуації-обговорення, «створити ефект присутності читача при бесіді». Цьому підпорядковані такі стратегії (користуємося уже відомими формулюваннями): стратегія представлення і формування уявлення про особистість; стратегія виявлення позиції (ставлення, компетенції, оцінки тощо);

стратегія включення читача в бесіду. У зв'язку з цим автор-інтерв'юер так моделює свою мовленнєву поведінку, щоб певною мірою передбачити мовленнєву поведінку респондента, тобто передбачити характер інформації; обсяг інформації, емоційно-оцінну напругу, обумовити наступні ходи та ін. Важливим є й формат інтерв'ю, широко – чи вузькотематичний аспект обговорення, стиль текстового продуцента.

Розкриття особистості відбувається експліцитними чи імпліцитними засобами і залежить від ступеня обізнаності з нею читачів. Найперше це роблять у зачині. Текст зачину «активізує в свідомості читача модель сприйняття особистості респондента, задає ракурс її (особистості) розгляду, стимулюючи тим самим інтерес читацької аудиторії»(6). Часто, окрім фактуальної інформації, цей абзац містить і суб'єктивно-модальну інформацію, яка настроює читача на певну емоційну хвилю. Наведемо приклади: Не буду співати дифірамби після інтерв'ю зі згаданим талановитим співрозмовником, натомість процитую те, що про нього пишуть на Заході... В царині української історії одним із найблисучіших науковців є Ярослав Грицак (П.2005.13-19 січ.); Він – один із найпопулярніших молодих гравців «Що? Де? Коли?». А команда, яку очолює Олесь Мухін, нині одна з найтитулованіших»(Екс.2005.13-20 січ.); Здається все життя відомої львівської біатлоністки Ірини Меркушиної підпорядковується одному принципу: «Прорвемось» (П.2005.2 лют.); Співак і композитор Тарас Петриненко не належить до числа тих, кого розкручують в ефірах, але від цього його авторитет у суспільстві не меншає (Екс.2005.4-6 лют.); До Юлії Тимошенко в Україні ставлення неоднозначне. Її люблять і ненавидять, панічно бояться і вважають кумиром (Екс.2005.18-19 січ.); На центральні телеканали Олег Тягнибок потрапляє не часто, але майже завжди це супроводжує скандал (Львів.газ.2005.9 лют.); Нинішній гість «Газети» – не яскравий політик і не акула великого бізнесу. Але за те, що він зробив, заслуговує значно більшого, ніж просто грошей та високого статусу. Рей Араліні – американець італійського походження, йому 40 років (Львів.газ.2005.10 лют.) та ін. Автор інтерв'ю дає влучні характеристики сам

(вживає оцінні означення, перифрази) або використовує цитату респондента для його самооцінки: «Неканонічний», «розкольник», «заборонений у служінні» (Патріарх УПЦ КП Філарет); новоспечений опозиціонер (Ігор Шурма); блискучий режисер (Єжи Гоффман); несподіваний розкольник, ключова постать штабу Януковича (Валерій Коновалюк); російська Юлія Тимошенко, демократка, революціонерка, красуня, політик ХХІ століття (Ірина Хакамада); оптиміст, донжуан, але не Казанова, мрійник (художник Тарас Беняк); педант, патріот, денді, егоцентрист, божевільно щирий, співак, композитор, танцюрист, режисер, актор, звукорежисер і ді-джей (Олег Скрипка); «Не знаю, як в Україні, та таких людей, як я, в Росії немає,» – без натяку на зарозумілість сказав нашому кореспондентові Анатолій Карпов (Екс.2005.3-10 лют.); Про себе говорить, що він – людина віруюча й ніколи не грішив. Відповіді Лозинського часто нагадують відповіді мера, так само самовпевнено він оцінює здобутки міської влади (Львів.газ.2005.21 лют.).

Будь-який тип інтерв'ю розкриває респондента як особистість (політика, економіста, адміністратора, митця, спортсмена) через його ставлення до подій, явищ, інших людей. Інтерв'ю можна оцінити і з емоційно-психологічного боку: позитивна чи негативна в ньому інформація, дружній чи конфротаційний характер має розмова, чи впевнений у собі співрозмовник, наскільки відкрита й чесна його позиція тощо. Але якщо формування уявлення про особистість є основною стратегією цього інтерв'ю, то запитання до респондента повинні максимально сприяти виявленню такої інформації. Ця інформація може бути втілена у відповідях на прямі запитання, що стосуються діяльності, біографії, сімейного стану, особистих якостей, інтересів тощо, та у відповідях на запитання, які прямо не стосуються респондента, але є достатніми аргументами для того, щоб читачі сформуvalи свою думку про нього. Порівняймо: Ви поміркований?; Чим займаєте свій час?; Розкажіть про сім'ю?; Не маєте бажання стати генералом?; Чи не шкодуєте, що віддали «без бою» крісло міністра?; Важко бути людиною-символом?; Скільки ви отримуєте? та: Як би ви оцінили рівень суперників?; Як ви оцінюєте еліту?; Зараз багато всіляких

рейтингів, людей року, віку та вічності... Як ви ставитеся до цього?; Люди змінилися, чи не здається вам?; Кажуть, шоу-бізнес побудований на брехні... Як ви ставитеся до цього?; Як ви думаєте, яке покоління підрастає в таких умовах? Зовсім інший характер запитань в інтерв'ю, яке розкриває нам особистість через подію. Наприклад, в інтерв'ю з фортепіанною зіркою Етеллою Чуприк після її участі в концерті, присвяченому інаугурації Президента (П.2005.3-9 лют.): Як відбувалися київські репетиції? Як ви дали раду з текстом? Що відчували перед концертом? Який там був інструмент? Бачили обличчя в залі? Маєте сатисфакцію від того виконання? та ін. Звичні запитання усе ж дали змогу розкрити читачеві характер непересічної людини-митця (Коли граю, я щаслива, бо можу без слів молитися до Бога).

Стратегія стимулювання розмірковувань реалізується в інтерв'ю з людьми, які мають у своєму активі багато інформації, – добре, високо, чітко, безпосередньо проінформованими (наприклад, політиками, ученими, письменниками). У такому разі інтерв'юер частіше використовує мотивовані запитання, які мають обов'язково опору-передісторію, засвідчують певною мірою обізнаність у темі та ерудицію самого журналіста, або іноді – лише натяк на запитання, що є своєрідним інтелектуальним стимулом. Наприклад: На мою думку, національний етнос – перший рівень для художника, його коріння. А потім треба зростати далі – до неба (День.2005. 11 берез.); Мирослав Маринович якось сказав, що Ви давно вийшли «за межі галицької провінційності». Чи не тому Вам (як історика передусім) нерідко закидають комплекси національної неповноцінності «рутенського походження» (ви ж бо галичанин), національного самоїдства... (П.2005.13-19 січ.). Вигідною тактикою є мотивація й відповіді: у запитанні є альтернатива, цілий ряд для вибору варіанта відповіді, свідоме заперечення. Наприклад: Вже маємо десятиліття. Чимало, щоб будувати майбуття... але загальне враження, що нічого не відбувається (ПіК.2000.11-17 лют); Є два варіанти, чому це зробили: або ви когось із них дуже насолити... або вас просто використали, аби напакостити... Ви до якого схиляєтесь? (Львів.газ.2005.9 лют.); Чого бракує красному

письменству на перетині тисячоліть: читача, видавця, продавця чи яскравої індивідуальності? (ПіК.2000. 14-20 січ.); Багато польських режисерів працюють за кордоном. Це пов'язано саме з космополітизмом кіно чи це якась духовна, а може – матеріальна потреба? (Львів. газ. 2004. 28 жовт.). У запитаннях журналістів часто є «вербальні прагматичні маркери», «значущі компоненти авторської стратегії побудови» [3, с.235], роль яких виконують стратегічно важливі за семантикою дієслова, наприклад: Чим можна пояснити...?; Як ви прокоментуєте...?; Як так сталося...?; Чи можна пояснити...?; Чи бачите вихід...?; Чи можна сподіватися...?; Як би ви проаналізували...?; Як ви вважаєте/гадаєте...?; Як ви оцінюєте...?; Чим ви керувалися...?; Що ви думаєте про...? та багато ін.

З великою обережністю треба говорити про застосування в жанрі інтерв'ю маніпулятивних стратегій і тактик, які навіть на рівні міжособистісного спілкування можуть зашкодити розбудові інтерв'ю. Не йде мова про вплив на масову аудиторію [2, с.143-150]. Маніпуляція може здійснюватися вербальними і невербальними засобами, зосереджуватися у структурних елементах, негативно оцінній лексиці, провокативних запитаннях, красномовних мовчазних запитаннях (?!), наполегливо тенденційних повторах, підступних наївно-простих запитаннях, аналогіях і натяках та ін. За винятком запитань, невдало сформульованих (Проблема в журналістах?; Як відзначатиме річницю акції «Україна без Кучми?»), не зовсім пов'язаних із темою (Що скаже Богові Валерій Шевчук?), нетактовних (Скільки ви отримуєте? А прем'єр-міністр?; Чи дошкуляли травми?; Неважко так жити: ви тут, а ваші – у США?; А гроші за це не пропонувала?), матеріалізованого у тексті чи структурі інтерв'ю маніпулятивного наміру ми не виявили. Очевидно, ці стратегії можуть бути наявні у різних за сферою впливу, політичними платформами виданнях, які борються за вплив на масову свідомість.

Стратегія включення читача в бесіду досягається створенням ефекту присутності читача при розмові. Це відбувається за допомогою вживання публіцистичного «ми», динаміки розмови (простих запитань «Як?», «Чому?»),

«Де?), залучення читачів до формулювання запитань (Наших читачів цікавить...; Читачі хочуть дізнатися...), інтимізації спілкування (докладного опису ситуації мовлення, емоційного стану респондента, його таємниць, побуту тощо: Бачу у вас на столі ноутбук; Ви живете через поріг із сином і навіть кіт один на дві сім'ї...; Надворі весна, пора кохання. Серце ваше вільне для кохання?; Чого ви більше боїтеся?, реплік в дужках: Усміхається; Сміється; Здивовано та ін.).

Зауважимо, що на Інтернет-сторінках одночасно можна знайти «Правила спілкування в інтерв'ю», які визначають стратегію поведінки респондента і дають йому відповідь на запитання «Що очікують від вас ЗМІ?». Знання цих «золотих правил» корисне для обох сторін.

Отже, глобальна стратегія жанру (інформація, вплив), допоміжні стратегії із розгалуженими тактиками – це не лише технічний бік інтерв'ю. Вміння реалізувати їх вербальними та невербальними засобами забезпечить якість жанру та досягнення «інформаційного комфорту» (вислів Н.Ф. Непійводи) для читачів. Тому подальше докладне дослідження цих стратегій – потреба часу.

2.3. Інтерв'ю як засіб виявлення мовної особистості

Людина, яка говорить, є, безперечно, центральною постаттю в багатовимірній стихії комунікації. Характер, спрямування, специфіка мовлення особистостей моделюють напрям комунікації та мовленнєвий жанр. Їм питання про мовну особистість порушується в різних ракурсах, у висвітленні життя мови в різноманітних дискурсах [1]. Мовна особистість, згідно з концепцією Ю. Караулова, розглядається як сукупність здібностей та характеристик людини, що зумовлює створення нею мовленнєвих текстів. Мовні особистості різняться між собою ступенем мовної структурної складності, глибиною, точністю відображення реальності, цільовою спрямованістю [2]. З розвитком психолінгвістики та лінгвістичної персонології поняття «мовна особистість» детальніше кваліфікується, яка співвідноситься із ключовими теоретичними поняттями про мову та мовну діяльність [3; 8]. Проте

питання щодо презентації мовної особистості в різних дискурсах залишається відкритим, недостатньо вивченим. Її стаття присвячена проблемі вияву мовної особистості респондента в жанрі інтерв'ю. Завданням невеликої розвідки є аналіз різновидів поверхневих синтаксичних структур та інших мовних одиниць, що презентують певні риси респондента, зокрема його соціальні характеристики. Важливим чинником є дискурсивна залежність мовленнєвого спілкування. Згідно з концепцією В. Карасика [5], найхарактернішими формами мовного буття людини є особистісно-орієнтований та статусно-орієнтований дискурси. Міжособистісне спілкування реалізується, відповідно, в особистісно-орієнтованому дискурсі, професійне – у статусно-орієнтованому, а різні види побутового спілкування можуть бути представлені як проміжні ланки, що поєднують вищезазначені дискурси. Її складнішим і дискусійним питанням вивчення мовної особистості є визначення переважних психологічних та соціальних рис, що й зумовлює адекватну мовну поведінку у межах певних жанрів і дискурсів. Беручи до уваги значущість вікового чи гендерного чинників, висловимо припущення, що пріоритетним виступає все ж таки професійний, статусний критерій особистості. Її особистісно-орієнтовані дискурси віддзеркалюють таке мовленнєве середовище, де найповніше може проявити себе мовна особистість. Статусно-орієнтований дискурс, що має переважно інституційний характер, моделюється у межах встановлених правил, конвенцій, не цілковито відображає особистісні риси комунікантів. Її проте певні соціально та професійно значущі доміанти переважають у процесі вибору мовленнєвої поведінки, актуалізації певних мовних засобів. Формально інтерв'ю тяжіє до статусно-орієнтованого дискурсу, спрямованого на регулювання офіційних відносин, у яких особистість, як правило, не розкривається повною мірою. Її проте унікальна здатність мовлення презентувати людину, що говорить, зумовлює можливість вияву соціально-психологічних рис мовців навіть в інституційному спілкуванні. Її інтерв'ю посідає особливе місце серед публіцистичних жанрів, виступає як специфічний тип вербальної інтеракції. У ньому поєднується міжособистісне контактне

спілкування співрозмовників – журналіста (кореспондента, інтерв'юера) та респондента – з опосередкованим, дистантним спілкуванням з масовим адресатом. Традиційне розуміння інтерв'ю представляє цей жанр публіцистики як такий, що складається з бесіди журналіста з однією чи кількома особами. У журналістському тлумаченні інтерв'ю поділяються на інформаційні та аналітичні [6, 55]. Б. Стрельцов пропонує розмежовувати інтерв'ю-бесіди (діалоги), інтерв'ю-розповіді (монологи), колективні інтерв'ю, а також інтерв'ю з читачькими листами [7, 51–57]. Словотвірна модель слова містить префікс *inter* (у значенні взаємодія, взаємоспрямованості) та корінь *view* (погляд, думка). Відповідно семантика слова відображає насамперед обмін думками, поглядами в процесі діалогової взаємодії. Лінгвістичний погляд на зміст цього публіцистичного жанру акцентує увагу на аналітичній природі інтерв'ю. Безперечно, належність тексту до певного різновиду визначається змістом питання, обговорюваного в інтерв'ю, а також формою та стилем цього обговорення. Її основні характеристики учасників інтерв'ю можуть бути різними. Журналіст, як правило, бере інтерв'ю не спонтанно, а заздалегідь готується до нього, визначає тему, мету, конкретні завдання, обмірковує стратегію і тактику його проведення. У процесі роботи інтерв'юер найчастіше виступає комунікативним автором, який фактично формує жанр, а респондент – комунікативним адресатом, який висвітлює певні питання, пов'язані, як правило, зі своєю професійною діяльністю. Ілюструємо сказане на прикладі аналізу «статусної» та публіцистичної форми діалогу, комунікативного жанру інтерв'ю, які були представлені у часописі «К», що видавався до середини 2005 р. Серед респондентів були представники різних соціальних груп: державні діячі, політики, науковці, лікарі, режисери тощо. Її родження мовлення (тексту) мовними особистостями обмежувалося вимогами жанру: питаннями журналістів, форматом журналу, різноманітними конвенціями, притаманними статусно-орієнтованому дискурсу. Індивідуальна характеристика мовлення на лексичному рівні не може бути розкрита, оскільки тематичне обмеження зумовлює вибір лексем, але пріоритети у виборі поверхневих синтаксичних

структур виступають важливим компонентом у розкритті мовної особистості. Найпоказовішими мовними засобами вважаємо тип синтаксичної конструкції, зокрема вибір предикатної рамки, а також модальні (вставні) компоненти.

Іднією з рис людей, котрі обіймають високі посади, досить часто буває безапеляційність суджень, упливовість. Ці характеристики проявляються й у виборі пріоритетних конструкцій – моделюванні складнопідрядних з'ясувальних речень, в яких інформативна частина представлена у підрядному реченні, а головна неодмінно виражається координацією суб'єкта «я» з ментальними предикатами: «я думаю», «я переконаний (а)» тощо. я не фахівець у цих питаннях, але припускаю, що це не зовсім правда. я виходжу з того, що ціни на бензиновому ринку не встановлюються ні Україною, ні досією.. тому я не став би стверджувати, що в такий спосіб хтось грає ззовні. я думаю... (Інтерв'ю з першим заступником глави МЗС Володимиром Єльченком // К. – 2004. – № 22. – С. 15.) У межах одного абзаца (п'яти речень) чотири рази повторюється трактування проблеми з позиції власного судження (я думаю, я не став би стверджувати...). Предикат активної дії вживається у пасиві, містить заперечення, координується зі суб'єктом – абстрактним іменником (ціни не встановлюються; питання не порушувалося) аналогічний характер структурування фрази притаманний банкіру В. Юткіну: – я не думаю, що ми станемо свідками експансії капіталу. але не думаю, що поява в Україні ВòБ може когось насторожувати... (К. – 2004. – № 6. – С. 18.) Інтерпретація такого способу представлення реальності теж може бути різною: крім усвідомлення своєї позиції як центральної, прочитується також і почуття відповідальності.

Предикатна рамка, що домінує у мовленні політиків, представлена переважно поєднанням суб'єкта (назви особи чи соціально-політичного поняття) з предикатами модального значення, а також динамічних і статичних семантичних груп у кон'юнктиві, в майбутньому часі: – хітка ідеологія має бути закладена в основу партії... – на наступному етапі треба буде створювати центристську партію... – але депутати групи можуть профінансувати «Центр» своїми силами (Інтерв'ю з політиком Д. Корновою // К. – 2004. – № 20.). – я

пропонував, щоб документ про реалізацію політичної реформи називався б протоколом домовленостей. (інтерв'ю з першим заступником голови Комітету з питань європейської інтеграції і Зарубінським // К. – 2004. – № 7. – С. 14.)

їоширеними є також і предикати активної дії поряд із модальними: – ...я і ілександр Мороз як співавтори законопроекту 3207, належимо до числа тих депутатів, котрі прагнуть цими змінами до Конституції почати реальну політичну реформу... автори альтернативних законопроектів намагаються зберегти і за нових умов важелі впливу на країну... Саме прагнення до збереження влади рухає локомотив змін до Конституції. (інтерв'ю з депутатом В. Мусіякою // К. – 2004. – № 1. – С. 12–13.)

їредставлення дійсності в інтерпретації політиків відбувається переважно в ірреальній модальності. ібговорювані питання залишаються тільки темою для дебатів, а не приводом для конструктивних рішень. Зосередженість творчої особистості на власному внутрішньому світі зумовлює також вибір суб'єктно-предикатної рамки речення. У мовленні Балаяна переважають предикати фізичного, психічного, емоційного стану або в пасиві, або із суб'єктом «я»: – Мене завжди приваблювали паралельні світи, таємниці, містика. Ми придумали, що наші герої володіють чимось таким, до чого ми, зрячі, менш здатні... Мені стало дуже погано . – Коли моя мама вмерла, ...я це відчув на величезній відстані...Коли я приїхав на похорон... я вірю в такі речі, і тому у фільмі торкаюсь цієї теми. (інтерв'ю з дідом Балаяном // К. – 2004. – № 18. – С. 39.)

Характер оповіді д. Балаяна надзвичайно показовий: завдяки простим реченням (односкладним, переважно номінативним), які змінюють одне одного (вони яскраві, сюжетні та образні), відтворюється картина швидкозмінюваних кадрів

– Усі, хто був знайомий з їараджановим, люблять розповідати про це. я ж розповім інше. їро останню зустріч, яка не відбулася... Дев'яностий рік, я у їаризі. Коли вилітав з Вірменії, мені дали телефон лікарні в їаризі, де він, смертельно хворий, перебував на лікуванні. Дзвоню, на тому кінці відповідають: «Він спить». – «як спить?» – «Він з учорашнього дня спить». – «Добре, я подзвоню завтра». Дзвоню наступного дня: «Він спить». Два дні

дзвоню: «Він спить». Йовно, йому робили уколи, щоб він не відчував болю. Іа четвертий день кажуть: «Ми вилітаємо в Єреван. Йому зробили укол, щоб можна було його везти»... (К. – 2004. – № 18. – С. 40.) Вставні конструкції, які активізують увагу співрозмовника, теж реалізують особистісні риси. Іаприклад, в інтерв'ю з президентом ісламського культурного центру в Києві аміром Валеевим практично кожний мовленнєвий хід супроводжується вставним словом «розумієте»: «Ѓрозумієте, я не хочу скиглити, нам українська держава і так допомагає...»; «Ѓрозумієте, хоч би там як, а це наша країна...» (К. – 2004. – № 15.). Іостійне апелювання до співрозмовника підсвідомо має на меті виконання просвітницької, повчальної функції. Синтаксичний аналіз мовлення лікаря, з іншого боку, підтверджує значущість професійного мислення і мовлення. Висвітлюючи питання захворювань органів дихання, респондент моделює поверхневі структури з предикатами активної дії, характеризуючи хвороби: – Від чого буває абструктивний бронхіт? – Він розвивається поступово, його передумовами є, зокрема, запиленість приміщення, наприклад, на лакофарбових та деревообробних підприємствах... – Бронхіальну астму Ви теж лікуєте? – Ми беремо бронхіальну астму, тільки якщо мається на увазі її бактеріальна природа... В осінньо-зимовий період пневмонія трапляється значно частіше, ніж у літній. Загострюються всі хронічні процеси – і розвиваються гострі. (К. – 2003. – № 3. – С. 25.) Іпис „положення справ» здійснюється через екзистенційні, посесивні предикати, предикати кваліфікації: – ...етіологічним чинником усіх запальних процесів є стрептокок, пневмококи, стафілококи, синьогнійна паличка... Відомо, що в тілі кожної людини присутня певна кількість мікробів, тим паче в легенях, бо вони є своєрідним фільтром для організму. але ослаблення імунної сили організму, той же грип, куріння, наркоманія, те ж переохолодження – це все може бути причинами виникнення бактеріального запального процесу. Зазвичай пневмонія при грипі – це приєднання бактеріального компонента... (К. – 2003. – № 3. – С. 25.) Іаким чином, будь-який різновид спілкування може слугувати адекватною формою реалізації певних особистісних характеристик. У кожному дискурсі та

комуникативному жанрі мовленнєва поведінка обирається людиною, виходячи з її ментальних, світоглядних настанов. Іє є винятком і статусно-орієнтована комунікація, де в межах ustalених правил, універсальних та доволі обмежених вимог до форми кожний співрозмовник проявляє ті особистісні риси, що реалізуються у виборі поверхневої синтаксичної структури. Іоказовими критеріями характеристики мовної особистості виявлено вибір суб'єктно-предикатної рамки висловлення, модальних компонентів.

Висновки до розділу 2

Отже, можна зазначити, що інтерв'ю – лідер серед жанрів сучасної журналістики. Врешті-решт метод інтерв'ювання є основою так званої діалогічної журналістики (ток-шоу, «круглий стіл») та й усього процесу збору інформації журналістом. Ефективність інтерв'ю залежить від змісту запитання. Наскільки воно буде насиченим, промовистим і виразним, настільки й вагомою буде відповідь. Інтерв'ю – динамічний, універсальний і демократичний жанр. Інформація, подана у його форматі, сприймається легко. Тому цей жанр вартий уваги як дослідників, так і журналістів.

Глобальна стратегія жанру (інформація, вплив), допоміжні стратегії із розгалуженими тактиками – це не лише технічний бік інтерв'ю. Вміння реалізувати їх вербальними та невербальними засобами забезпечить якість жанру та досягнення «інформаційного комфорту» (вислів Н.Ф. Непійводи) для читачів. Тому подальше докладне дослідження цих стратегій – потреба часу.

РОЗДІЛ 3

ЖАНРОВА МОДЕЛЬ ІНТЕРВ'Ю З ПИСЬМЕННИКОМ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СЬОГОДЕННЯ

3.1. Методика аналізу жанрової моделі інтерв'ю з письменником

Методичні аспекти опису і характеристики жанрової моделі інтерв'ю детально розглянуті в праці Олени Логвиненко «Письменник як об'єкт інтерв'ю журналіста: психологічний аспект». Запропоновану науковцем схему аналізу ми і застосуємо в нашому дослідженні.

Першочергово увагу вченого має привертати *зміст розмови* журналіста і письменника. Найчастіше розкриваються такі тематичні напрямки:

1) «журналісти фіксують увагу співрозмовників здебільшого на суспільнополітичних, філософських, культурологічних, морально-етичних проблемах, як-от: письменник і час, митець і влада, свобода творчості, еволюція свідомості й громадянський вибір, справжність та її імітація тощо» [Логвиненко, 11];

2) «значно рідше звертаються до психоемоційного світу творця, психологічних нюансів його творчості, навіть у такому жанровому різновиді, як портретне (іміджеве) інтерв'ю, де має виявитись особистість» [Логвиненко, 11].

Рівень розкриття теми – не менш важливий критерій. Тут маємо на увазі такі аспекти, як повнота, системність, логічність, цілісність діалогу. Незавершеність теми, порушеної журналістом, призводить до зменшення впливу на реципієнта.

Наступний аспект, на який потрібно звернути увагу – *оригінальність запитань*: «що креативнішим виявить себе журналіст як учасник діалогу, що якнайдалі відійде від банальних запитань і суджень, то більш творчо розкриється його співрозмовник» [Логвиненко, 11]. Шаблонність і типовість запитань – поширена і прикра помилка.

Журналіст зобов'язаний вивчити життя і творчість письменника, проаналізувати всю інформацію про нього, поцікавитися його попередніми інтерв'ю, вивчити його смаки, уподобання, звички, стиль. Це дозволить знайти і сформулювати ті запитання, відповіді на які допоможуть розкрити самотність творчої особистості. Це також позитивно налаштує інтерв'ювану особу на продуктивну і цікаву розмову і стимулюватиме таким чином до розкриття цікавих деталей, сенсаційних подробиць.

Після того, як знайдені важливі, актуальні запитання, потрібно продумати їхню послідовність, тобто аналізуємо «стратегію» запитань і приблизну **композицію** усього інтерв'ю. Структурування також передбачає велику роль заголовка і цитат, які виоремлюються, виділяються і тексти й повинні виконати свою функцію рекламування інтерв'ю.

Не менш важливий аспект – уміння журналіста **розкрити письменника в психоемоційному творчому вимірі** та створити таким чином його яскравий публіцистичний портрет. О. Логвиненко переконана, що сьогодні журналісти вкрай рідко занурюються в творчу лабораторію письменника і так само рідко використовують психоаналітичні підходи до розкриття творчої особистості.

Авторитет інтерв'юваної особи. Цікавим і резонансним може бути тільки інтерв'ю, яке журналіст бере в письменника відомого, такого, що користується повагою в суспільстві.

Отже, при аналізі інтерв'ю з письменниками ми будемо притримуватися такого алгоритму: 1) авторитетність письменника; 2) зміст розмови; 3) рівень розкриття теми – повнота, цілісність, завершеність; 4) композиція та архітектоніка; 5) оригінальність, коректність, новинність, актуальність запитань; 6) якість створеного журналістом портрету письменника.

3.2. Особливості інтерв'ю з письменником в газеті «Дзеркало тижня»

Інтерв'ю в газеті «Дзеркало тижня» займає приблизно половину сторінки, містить від п'яти до шести тисяч знаків, практично завжди супроводжується фотографією самого респондента чи об'єкта, про якого йде мова. У питаннях

журналіста переважають конкретні запитання, які зводяться до традиційних трьох аспектів інформаційного повідомлення: *що? де? коли?* із додатковим аспектом запитанням *яким чином?*. Через вже звичний брак мовної і загальної культури як журналіста, так і респондента інтерв'ю виходить сухувато-стриманим. Зазвичай інтерв'юери газети «Дзеркало тижня» прагнуть не висловлювати власної думки, оскільки це, як правило, не належить до їхньої компетенції, та й жорстка регламентація часу і розміру, відведеного під матеріал на газетній сторінці, цьому не сприяє.

Текст інтерв'ю характеризується особливою графічною сегментацією, яка передбачає виділення заголовків, вступної частини, реплік інтерв'юера й респондента, іноді післямови та цитати – як окремого заголовка. Важливим невербальним компонентом тексту-інтерв'ю є варіювання шрифту. Використання різних видів шрифту в оформленні текстів-інтерв'ю спрямоване на забезпечення оптимальних умов для найефективнішої передачі та сприйняття повідомлення. Засоби іконічної мови (фото, рисовані портрети, шаржі) є носіями інформативної, аргументативної та атрактивної функцій.

Журналістам доводиться ставити запитання в різних ситуаціях, які залежать від найрізноманітніших, іноді і непередбачених обставин. Але частіше інтерв'ю проводяться в заздалегідь визначених місцях і в сформованих вже традиційних форматах (прес-конференції, вихід до представників преси, брифінги). Це диктується або самим ньюсмейкером, або інформаційною службою, яка є свого роду посередником у передачі інформації споживачу.

Зазвичай інтерв'ю в газеті «Дзеркало тижня» застосовується для збору даних, доповнення, уточнення, розширення та контролю даних, отриманих іншими методами. За даним спостереженням можна зазначити, що журналісти (інтерв'юери) повністю виконують своє завдання, а саме вони отримують і повідомляють читачеві нові факти про важливі події, що вже трапились, ознайомлюють з точкою зору офіційних представників, джерел.

Незважаючи на велику різноманітність видів інтерв'ю, його «структурно – композиційні риси залишаються досить стабільними: зачин – основна частина

– кінцівка «Вступне і заключне слово журналіста – це їхнє художнє оформлення тексту, і вираз інтонаційної завершеності або початку бесіди, і оцінка того, що відбувається. В одних випадках зачин і кінцівка виражаються репліками журналіста, тобто графічно вони не вибиваються з тексту інтерв'ю. Інший варіант – зачин і кінцівка являють собою монолог автора, не виділений, як репліка, або існує так зване «врізання», яке коротко інформує про героя інтерв'ю.

На сторінках газети «Дзеркало тижня» часто з'являються матеріали, що поєднують риси жанру інтерв'ю та нарису, репортажу, статті; тут репліки перемежуються авторським текстом-коментарем, міркуванням, ілюстрацією.

Композиція інтерв'ю в газеті «Дзеркало тижня» залежить від розміщення питань і зв'язку між ними. Існує два основних типи композиції – вільна, при якій порядок питань довільний, і композиція імпровізованого інтерв'ю, в якому питання не можна поміняти місцями, оскільки вони впливають одна з іншою. В інтерв'ю представлений широкий спектр питань, реплік, різних типів зв'язків реплік між собою. Все це в сукупності визначає вигляд інтерв'ю.

В газеті «Дзеркало тижня» ознаки стандартності інтерв'ю проявляються в правильному формулюванні запитань та в їх заздалегідь визначеній послідовності. Інтерв'юери найчастіше дотримуються закритих запитань. Надійність отриманої інформації залежить від сумлінності й пунктуальності інтерв'юера.

Проаналізуємо тепер опубліковане в «Дзеркалі тижня» інтерв'ю *«Сергій Жадан: "Яке суспільство, така й політика"»* (06 вересня 2019; інтерв'юер – Альона Руденко; https://zn.ua/ukr/ART/sergiy-zhadan-yake-suspilstvo-taka-y-politika-322807_.html [Руденко]).

Авторитетність письменника в суспільстві. Журналіст бере інтерв'ю в письменника, відомого широкому загалу читачів як в Україні, так і за кордоном. «Сергію, у вас доволі високий рівень довіри серед українців, особливо молоді» [Руденко], – зазначається в самому тексті

інтерв'ю. Тобто як інтерв'юер, так і інтерв'юйована особа переконані, що публікація їхнього діалогу буде резонансною, більше того – позитивно сприйнята широкими колами читацької аудиторії. Крім того, це означає, що з письменником можна обговорити не лише питання, які стосуються творчості, а й гострі, значущі, актуальні політичні, соціальні проблеми. До його думок будуть прислухатися.

Зміст розмови і рівень розкриття теми. Аналізоване інтерв'ю має заголовок («Сергій Жадан: "Яке суспільство, така й політика"») і підзаголовок («Сергій Жадан – письменник, музикант, волонтер і непересічна особистість»). Виходячи з цього, читачі розуміють, що акценти будуть зроблені на обговоренні політичних тем, а також інтерв'юер спробує змалювати багатогранний, цілісний публіцистичний портрет письменника, зробить акцент на різнобічності його особистості. Останнє, до речі, відкрито декларовано в тексті інтерв'ю: «Хотілося б звернутися до вашої людської іпостасі» [Руденко].

Насправді ж інтерв'ю не виконує ні перше, ні друге завдання. Щоб розібратися, чому саме так сталося, подамо перелік запитань і визначимо основні тематичні напрямки.

Тематичний напрямок	Запитання журналіста Ремарки журналіста
<i>Психологія творчості</i>	«...щоб пізнати Сергія Жадана, треба навчитися читати між рядків. І не дивуватися, коли десь посеред плетива слів раптом побачиш червону мітку, яка є якнайкращим прикладом нерозгаданого й до сьогодні феномену геніальності» [Руденко].
<i>Популяризація читання</i>	«Сергію, у рамках проекту "Схід читає" ви відвідали 15 населених пунктів. Розкажіть про ваші враження від візиту?» [Руденко]. «Які конкретні кроки треба зробити, щоб у бібліотеках знову вирувало життя, підвищився рівень довіри відвідувачів?» [Руденко].
<i>Літературний процес в Україні і за кордоном</i>	«Які особливості притаманні сучасному літературному процесу? Охарактеризуйте, будь ласка, і позитивні, і негативні риси» [Руденко]. «З якого періоду ви почали помічати, що з'явилося більше позитивних рис у літературі?» [Руденко]. «Стосовно літературного процесу за кордоном, на чому акцентують увагу іноземні поети й прозаїки. Можливо, назвете щось, що найбільше вражає вас у їхній творчості?» [Руденко]. «Чи можете, враховуючи ваш досвід, позначити тенденції літератури майбутнього?» [Руденко].

<i>Літературні уподобання письменника</i>	«Ви якось писали: "Чим кращі книги ти читав, тим гірше спиш". А після якої книжки ви довго не могли заснути?» [Руденко]. «"Золота п'ятірка" книжок, які ви порадили б читачам?» [Руденко].
<i>Волонтерство</i>	«Поговорімо про ваш фонд, Фонд Сергія Жадана. Наскільки мені відомо, він зареєстрований 2017 року. Знаю, що в рамках діяльності фонду є різнопланові вектори допомоги освітня, культурна, медична сфера. Коли зрозуміли, що варто займатися волонтерством?» [Руденко]. «Який момент був найбільш зворушливим? Як люди проявляють свою вдячність?» [Руденко].
<i>Політика</i>	«Сергію, у вас доволі високий рівень довіри серед українців, особливо молоді. Чи не виникало бажання податися в політику? Мені здається, це стало трендом серед митців?» [Руденко].
<i>Музика в житті письменника і музичні проекти</i>	«2017-го було 10 років вашому гурту "Жадан і собаки", а 2018-го створено новий гурт "Лінія Маннергейма". В одному інтерв'ю ви сказали, що не вважаєте себе музикантом. Чому так недооцінюєте свої музичні здібності?» [Руденко].
<i>Гуманістичний, філософський наратив</i>	«Хотілося б звернутися до вашої людської іпостасі. Скажіть, будь ласка, що, на ваш погляд, дозволяє вижити людині в цьому деструктивному світі, серед буденності?» [Руденко]. «Чого не можна втрачати людині за будь-яких обставин?» [Руденко]. «У збірці "Господь симпатизує аутсайдерам" ви писали: "Життя тобі дістанеться рівно стільки, скільки ти зможеш зігріти власним подихом і долонями". Скажіть, будь ласка, що для вас означає така, здавалося б, проста категорія життя?» [Руденко].

Таким чином, ми бачимо, що політика тільки заявлена як головна тема інтерв'ю. Насправді ж їй присвячене тільки одне запитання, на яке була дана не найрозгорнутіша відповідь. 90 % твору присвячена більше творчим питанням і громадянській активності письменника.

Створити повний і завершений портрет письменника журналістові, на наш погляд, не вдалося вповні, оскільки інтерв'ю побудоване як перескакування з однієї теми на іншу. Жодну з них не вдалося розкрити глибоко і всебічно. Крім того, особистість письменника, його «я» відтінені значною кількістю суспільно важливих лейтмотивів.

Композиція та архітектоніка. Композиційно інтерв'ю відзначається своєю фрагментарністю, «перескакуванням» з однієї теми на іншу, невиправданими повтореннями і поверненням до одних і тих самих тем. Так, наприклад, тематичний блок «Літературний процес в Україні і за кордоном»

переривався запитаннями з інших тематичних напрямів. Журналіст то відходив від означеної проблематики, то повертався до неї знову.

Архітектонічно інтерв'ю оформлено дуже скромно: воно доповнене тільки трьома жанровими світлинами, на яких письменник або сам, або в товаристві. На жаль, світлини не підписані, тому визначити, хто поряд із Сергієм, важко. Найяскравіші цитати в тексті не виділені. Відмінність між запитаннями і текстом підкреслені різними шрифтами.

Оригінальність і коректність запитань. В інтерв'ю домінують запитання з «підводкою». Журналіст пояснює певні факти, наводить попередні висловлювання інтерв'ююваного і тільки потім ставить запитання, наприклад: «Сергію, у рамках проєкту "Схід читає" ви відвідали 15 населених пунктів. Розкажіть про ваші враження від візиту?»; «Ви якось писали: "Чим кращі книги ти читав, тим гірше спиш". А після якої книжки ви довго не могли заснути?»; «Поговорімо про ваш фонд, Фонд Сергія Жадана. Наскільки мені відомо, він зареєстрований 2017 року. Знаю, що в рамках діяльності фонду є різнопланові вектори допомоги освітня, культурна, медична сфера. Коли зрозуміли, що варто займатися волонтерством?»; «2017-го було 10 років вашому гурту "Жадан і собаки", а 2018-го створено новий гурт "Лінія Маннергейма". В одному інтерв'ю ви сказали, що не вважаєте себе музикантом. Чому так недооцінюєте свої музичні здібності?» Ці запитання свідчать, що журналіст глибоко ознайомлений із творчістю і громадською діяльністю письменника. Також були опрацьовані попередні інтерв'ю С. Жадана.

Попри те, що в усіх рекомендаціях до інтерв'ю йдеться про те, що не можна ставити кілька запитань одночасно, журналістці не вдалося уникнути цієї прикрої помилки: «Які особливості притаманні сучасному літературному процесу? Охарактеризуйте, будь ласка, і позитивні, і негативні риси»; «Який момент був найбільш зворушливим? Як люди проявляють свою вдячність?»

Більшість поставлених запитань насправді оригінальні, коректні, чіткі.

Якість портрету письменника. У запропонованому інтерв'ю С. Жадан постає перед нами як письменник-митець зі своїми, планами, як популяризатор читання («У мене є невеличкий благодійний фонд, тож ми з нашим фондом підключилися до цієї ініціативи і зробили проект, який називається "Схід читає"), як людина скромна і небайдужа («Знаєте, ми це робимо не для того, щоб побачити прояви вдячності. Якби це було так, то виходило б якось нещиро. Люди потребують допомоги і ми допомагаємо»; «Не стояти осторонь, не замикатися на собі і це так чи інакше дає певний позитивний результат»); як людина професійна і самокритична в своїх досягненнях («я звик об'єктивно оцінювати, що вмю і чого не вмю. Намагаюся не втручатися у сферу, в якій, м'яко кажучи, я не компетентний»; «У мене немає ні музичного слуху, ні голосу, ні музичної освіти... Ясна річ, я співаю серцем»); як людина відкрита і щира («Відкритість допомагає. Вона допомагає тобі й тим, хто поруч із тобою, бо це спрощує багато речей і не заводить на якісь манівці й підводні течії. Якщо ти просто залишаєшся собою, робиш те, що тобі подобається, і не маєш за душею чогось такого, що тобі соромно показати, то які можуть бути в тебе проблеми»); як громадянин-волонтер («Я бачу, наскільки важливим є волонтерство в умовах збройного протистояння та війни, яка триває на нашій території уже п'ять років»).

3.3. Жанрова специфіка інтерв'ю на «Радіо Свобода»

У цій частині роботи проаналізуємо діалог Інни Кузнецової, головного редактора Київського бюро Радіо Свобода, з письменницею Оксаною Забужко. Матеріал був оприлюднений 20 лютого 2021 року в програмі «Суботнє інтерв'ю» під назвою ««Янукович украв клейноди Лесі Українки»: інтерв'ю Оксани Забужко».

Опублікований текстовий і ефірний варіанти збігаються майже повністю (другий – повніший). У своїх висновках будемо спиратися на обидва варіанти.

Авторитетність письменника в суспільстві. Оксана Забужко без перебільшення одна з найвідоміших сучасних українських письменниць. Це особливо підкреслюється на початку інтерв'ю в біографічній довідці (є в ефірному і відсутня в текстовому варіантах). У цій преамбулі, «візитівці» сказано: «Оксана Забужко – письменниця, літературознавець. Закінчила філософський факультет та аспірантуру з естетики Київського університету імені Шевченка. Кандидат філософських наук. Читала лекції у Гарвардському, Єльському, Колумбійському, Піттсбурзькому університетах. Оксана Забужко є однією з найпопулярніших письменниць в Україні. Її романи перекладені більш ніж двадцятьма мовами світу» [Кузнецова].

Зміст розмови і рівень розкриття теми. Аналізоване інтерв'ю фокусує увагу читачів одразу на двох особистостях – Лесі Українці та Оксані Забужко. Це твір, створений у співавторстві з письменницею, і він про письменницю. Але разом із тим розкриваються дві важливі, актуальні, резонансні теми – тема річниці Майдану 2013-14 рр. і тема 150 річниці з дня народження Лариси Петрівни Косач. Інні Кузнецовій вдалося розкрити і обидві теми, і створити непересічні портрети двох письменниць.

Заявка на розкриття двох тем і обґрунтування того, як і для чого їх можна поєднати: «Інна Кузнецова: День пам'яті героїв Майдану. І 25 лютого – 150 років з дня народження лицареси української літератури Лесі Українки чи Лариси Петрівни Косач. Я розмовляла з колегами перед ефіром. І вони мені сказали: як ти плануєш це об'єднувати? Я відповіла, що вони пов'язані, згадуючи в першу чергу те, що день інавгурації Януковича якраз припав на день народження Лесі Українки» [Кузнецова].

Тематичний напрямок	Запитання журналіста Ремарки журналіста
Обґрунтування поєднання двох лейтмотивів – Майдан і 150-річниця Лесі Українки	«Інна Кузнецова: День пам'яті героїв Майдану. І 25 лютого – 150 років з дня народження лицареси української літератури Лесі Українки чи Лариси Петрівни Косач. Я розмовляла з колегами перед ефіром. І вони мені сказали: як ти плануєш це об'єднувати? Я відповіла, що вони пов'язані, згадуючи в першу чергу те, що день інавгурації Януковича якраз припав на день народження Лесі Українки». [Кузнецова].

<p>Майдан (збереження України зародження громадянського суспільства)</p>	<p>«– Ви ніби як Кассандрою були в той час. Але, говорячи про події лютого 2014 для проекту «Майдан: усна історія», ви згадували про свої почуття, коли підстрелили друга, про світлі обличчя Небесної сотні. Що згадується зараз? І як змінюється розуміння того, що дав Майдан і ті події людям? Бо зараз багато хто, що називається, скиглить: а що нам дав Майдан? Але ж відродилося громадянське суспільство!» [Кузнецова].</p>
<p>Майдан (руйнівна сила російської пропаганди)</p>	<p>– «Слово, чому ти не твердая криця...». За часів нашого навчання в університеті на журфаці була велика стіннівка «Слово – зброя». Ці слова пригадуються мені у зв'язку з подіями Майдану. Чому? Тому що моя однокурсниця, на жаль, нині вже покійна, у той час жила на Луганщині. І коли з вікон нашого офісу, який був тоді на Хрещатику, чути було кожного дня «Плине кача...», то вона казала, що це придумано. І я тоді з нею сильно полаялася через це... Вона була під впливом російської пропаганди, для неї Кисельов був зразком журналістики. І тоді я їй казала: знаєш, слово таки зброя, тебе ранить саме ця зброя. Пропагандистське слово ранило далеко від Майдану». [Кузнецова].</p>
<p>Залученість Оксани Забужко до відзначення річниці Лесі</p>	<p>– «Ми згадали на початку про 140 років з дня народження Лесі Українки. Тепер 150. Зараз опікуються ювілеєм чималенько, хоча й пізно почали. Ви, здається, член оргкомітету?» [Кузнецова]. – «У будь-якому разі, залучені до цієї акції «150 імен». [Кузнецова]. – «Але те, що звернулися до Забужко, то це вже не так і погано». [Кузнецова].</p>
<p>Образ Лесі</p>	<p>– «Цей імідж в принципі був їй прищеплений, грубо кажучи, Іваном Франком, який сказав, що ця хвора дівчинка – мало не єдиний мужчина...» [Кузнецова]. – «До речі, наслідуючи Михайла Драгоманова, Лариса Косач і взяла псевдонім чи етнонім «Українець» – «Українка». [Кузнецова]. – «Я згадаю зараз листування, справу майже інтимну. Але оскільки це опубліковане листування, то...» [Кузнецова]. – «Зараз згадаємо один купюрований і один некупюрований лист. З листа Лесі Українки до Михайла Кривинюка. <i>«Пора стати на точку, що «братні народи» – просто сусіди, зв'язані, правда, одним ярмом, але, в ґрунті речі, зовсім не мають ідентичних інтересів, і через те їм краще виступати хоч поруч, але кожному на свою руку, не мішаючись до сусідської «внутрішньої політики».</i> Наскільки співзвучно сьогоднішньому дню?» [Кузнецова]. – «Обрусіння» там згадується». [Кузнецова]. – «Разом з «чужим Петербургом» згадаємо зараз лист до Михайла Павлика. Якраз ту його частину, яка була купюрована. <i>«Ні я, ні мій приятель не мали б нічого проти того, щоб перейти в австрійське горожанство. Готова хоч в абіссінське горожанство перейти, аби не бути російською підданою. Бо підданства того зовсім не вважаю ні за яку національну ознаку, скоріше – за національне нещастя».</i> В листах, які були опубліковані за радянських часів, цієї цитати не було». [Кузнецова].</p>

<p>Спотворення творчої спадщини радянською владою відродження пради сьогодні</p> <p><i>Лесі і</i></p>	<p>– «Я бачила тільки обкладинку 14-томника. Написано, що академічне повне видання». [Кузнецова].</p> <p>– «Там Леся була революціонерка, соціалістка» [Кузнецова].</p> <p>– «Літературна критика у пропаганді – це страшна річ!» [Кузнецова].</p> <p>– «Побачимо це свіже видання» [Кузнецова].</p> <p>– «Кажуть, що буде в інтернеті доступ в повному обсязі, а тираж невеличкий – 1,5 тисячі» [Кузнецова].</p> <p>– «Можливо, нас чують спонсори можливі...» [Кузнецова].</p>
<p>Гендерні наративи</p>	<p>– «Тема жіночого лідерства у Лесі. Фактично вона в якихось речах на пів століття випереджала своїх сучасниць, а в якихось навіть і на століття» [Кузнецова].</p> <p>– «Можна сказати, що вона була такою собі провісницею того, що зараз є. Бо багато лідерів-жінок зараз по світу» [Кузнецова].</p> <p>– «Якщо говорити про українське жіноче письменництво і вплив на нього Лесі Українки...» [Кузнецова].</p>
<p>Творчі плани О. Забужко</p>	<p>– «Раз прозвучало «Кассандра», запитаю вже про іншу «Кассандру», яка не пов'язана з Лесиною...» [Кузнецова].</p> <p>– «Так. Але трішечки інша все ж таки. «Сміх Кассандри» – це назва нового роману, який дійшов екватору вже чи ні?» [Кузнецова].</p> <p>– «Та актриса, яка готується грати Кассандру, вона перебуває на карантині?» [Кузнецова].</p> <p>– «Вони ще увійдуть, так? Ще 50% не написано» [Кузнецова].</p>
<p><i>(ремарка)</i></p>	<p>– «Пандемія ковідівська потрапляє?» [Кузнецова].</p>
<p>Поради з читання</p>	<p>– «Мої молоді колеги просили поради почитати щось не з літературної критики, не щось серйозне, типу «Апокрифу» чи вашої книжки про Лесю Українку, а щось легке, що можна було би почитати і в метро, до прикладу. Порада від Оксани Забужко» [Кузнецова].</p> <p>– «А далі, може, хтось прочитає листи, хоча би з тих, які ми сьогодні цитували» [Кузнецова].</p>
<p>Фінальні сентенції</p>	<p>– «І у рік 30-ліття Незалежності хотілося б ще сказати і «зброе моя, послужи воякам» [Кузнецова].</p> <p>– «Але ж ми <i>contra spem spero!</i>» [Кузнецова].</p>

Композиція та архітектоніка. Композиційно інтерв'ю абсолютно цілісне, завершене. Хоч у ньому розкриваються дві незалежні одна від одної теми – Майдан і ювілей Лесі Українки. Вони розкриті послідовно, зроблена спроба пов'язати їх між собою. Кожне наступне запитання покликане все глибше і глибше занурити читача в тему. Очевидно, що тут ми маємо справу з неформалізованим інтерв'ю-бесідою, в якому запитання не продумані заздалегідь, а задається лише напрямок розгортання думки, тональність розмови. Відтак ланцюжок запитань зумовлений логікою розгортання думки інтерв'юваної особи, а не інтенціями журналіста-інтерв'юера.

Архітектоніка інтерв'ю виразна. Текст заверстаний із шрифтовими виділеннями і складною системою форматування (відступів, інтерліньяжів), які відділяють запитання і репліки. Також є світлини, в яких журналіст і письменниця постають як люди, що надихаються бесідою одна з одною (про це свідчать жести, міміка). Є також два відео: в одному відтворюється безпосередньо весь запис інтерв'ю для ефіту Радіо Свобода, у другому відеорепортаж із читанням творів Шевченка на Майдані 2013 року. Останнє відео – своєрідна ілюстрація до тексту, де згадується про те, наскільки важливою була роль українських літературних класиків і, зокрема, Шевченка, під час Революції Гідності. Текст інтерв'ю також доповнений цитатами-врізками, в яких акцентовані найважливіші лейтмотиви інтерв'ю. Ці цитати не містять ознак маніпулювання увагою читача: виокремлені з контексту, вони означають рівно те, що і в ньому. Однак підібрані цитати таким чином, щоб продемонструвати яскравість стилю і особливості словоживання письменниці (Оксани Забужко), її вміння афористично і влучно висловитися з того чи іншого приводу.

Смислові акценти виділених цитат	Виділені цитати
<i>Значення Лесі Українки для України і світу</i>	«Лариса Петрівна – така пані в українській культурі, з котрою треба дуже і дуже на «ви» [Кузнецова]. «Європейська культура доходить до певних речей, які Лариса Косач заявила на початку ХХ століття. Це справді письменниця першої величини» [Кузнецова].
<i>Спотворення творчого спадку Лесі за радянських часів і намагання по-новому осмислити її і наш час</i>	«Радянська влада ревниво стежила за пасажами наших класиків, де ті могли обстоювати українську незалежність» [Кузнецова]. «За Сталіна 30 років не виходила Леся Українка і за незалежної України 30 років» [Кузнецова]. «Перше повне зібрання творів нарешті декомунізує нам Лесю Українку» [Кузнецова]. «Влада особливою освіченістю не відзначається. І Леся Українка їм не по зубах» [Кузнецова].
<i>Особисте ставлення Оксани Забужко до письменниці</i>	«Якби не було Лесі Українки, не було би мене» [Кузнецова].
<i>Значення Олени Пчілки і Михайла Драгоманова в українській історії</i>	«Пчілка ще в 1905 році їздила з делегацією від України з вимогою скасувати дію Емського указу» [Кузнецова]. «Олена Пчілка і її брат Михайло Драгоманов змінили долю України в ХІХ столітті» [Кузнецова]. «Драгоманов був висланий з Російської імперії. Перший

	політичний емігрант і амбасадор України за кордоном» [Кузнецова].
<i>До річниці Майдану</i>	«Майдан зірвав маску з цієї самої російської війни» [Кузнецова]. «Люди, які говорять, що їх Майдан розчарував... «Чемадан, вакзал, Расія, ребята!» [Кузнецова].
<i>Порада</i>	«Немає іншого способу пізнати письменника, окрім як його читати» [Кузнецова].

Оригінальність і коректність запитань. Як уже зазначалося вище, ми маємо справу з неформалізованим інтерв'ю-бесідою. Наслідком цього, природно, є те, що є надто короткі і надто довгі як запитання, так і відповіді, Низка запитань незрозумілі без контексту: інтерв'юерка реагує на почуте, підхоплює думку письменниці чи нашттовхує її на якісь інші міркування. Є репліки Інни Кузнецової, в яких вона не запитує, а просто вільно висловлює власні погляди на проблему, і в межах бесіди така рівноправність і взаємодопомога у розкритті теми цілком виправдані. Є низка запитань із розгорнутими «підводками», на початку яких журналіст подає якусь інформацію, ніби натякаючи співрозмовникові, в якому напрямку він би хотів, щоб розкривалася тема.

Наведемо кілька прикладів на підтвердження своєї думки.

Тип запитань	Приклади-цитати
<i>Надто коротка відповідь</i>	– «Ми згадали на початку про 140 років з дня народження Лесі Українки. Тепер 150. Зараз опікуються ювілеєм чималенько, хоча й пізно почали. Ви, здається, член оргкомітету? – Боже збав!» [Кузнецова].
<i>Надто короткі запитання</i>	– «Але коли при цьому «слово – зброя». – Так, безперечно. Тобто коли воно працює на рівні того, що називається Intelligence Service, це інтелектуальні ігри. Так. Тільки кров реальна. – На жаль» [Кузнецова].
<i>Запитання, незрозумілі без контексту</i>	«– Вони ще увійдуть, так? Ще 50% не написано» [Кузнецова]. «– Пандемія ковідівська потрапляє?» [Кузнецова].
<i>Запитання-підводки</i>	«– Зараз згадаємо один купюрований і один некупюрований лист. З листа Лесі Українки до Михайла Кривинюка. «Пора стати на точку, що «братні народи» – просто сусіди, зв'язані, правда, одним ярмом, але, в ґрунті речі, зовсім не мають ідентичних інтересів, і через те їм краще виступати хоч поруч, але кожному на свою руку, не

	<i>мішаючись до сусідської внутрішньої політики». Наскільки співзвучно сьгоднішньому дню?» [Кузнецова].</i>
<i>Тези замість запитань</i>	«– В листах, які були опубліковані за радянських часів, цієї цитати не було» [Кузнецова]. «– Там Леся була революціонерка, соціалістка» [Кузнецова].

Якість портрету письменника. У інтерв'ю Інни Кузнецової, яке, власне, є одночасно «інтерв'ю з письменником» і «інтерв'ю про письменника», журналістці дивовижно вдалося дуже вдало створити як портрет письменниці Лесі Українки, так і портрет Оксани Забужко.

«Класикиня» української літератури Лариса Петрівна Косач постає як сильна, інтелектуальна особистість, яка випередила свій час як у громадянських та патріотичних ініціативах, так і в питаннях естетики, поетики, тематики творів. Її творчість значним чином спотворювалася за радянських часів і має бути по-новому осмислена в незалежній Україні.

Образ Оксани Забужко складається в уяві читачів і глядачів у цілісний портрет завдяки таким засобам:

Риси, з яких складається портрет письменника	Цитата
Ерудиція (посилання на твори літератури та інші твори, цитування творів, приховані алюзії на твори та ремінісценції)	«за словами одного французького літературознавця, заповіт українському народові...» [Кузнецова]. «Камінний господар», драма про помсту зневаженого лицарства» [Кузнецова]. «Прекрасний фільм британський, ваші колеги зробили, – «Брекзінт» [Кузнецова]. «чим вона важлива матері Історії» [Кузнецова]. «Пчілка була дама дуже авторитарна справді і дуже така, я сказала б, владна, така «Донна Анна», par excellence, що називається» [Кузнецова]. «В яких речах сьогодні, особливо в прозі, з чим це співставно? З Ельфріде Єлінек в 1970–1980 роках. Із Юлією Кристєвою» [Кузнецова]. [Кузнецова]. «читаю «Кассандру» і «...Прісціллу» «Ми <i>contra spem spero!</i> » [Кузнецова].
Ерудиція, яка виявляється в слововживанні (висловлювання думок іншою мовою, використання запозичень, фемінітивів, сталих словосполучень із мовного етикету, слів «інтелігентно», «ерудиція»)	«воно працює на рівні того, що називається Intelligence Service, це інтелектуальні ігри» [Кузнецова]. «ми бачимо речі такими, якими попередньо ми взагалі звикли, навчені через другу сигнальну систему, тобто таки так, через слово, бачити слід» [Кузнецова]. «50 років з головної національної <i>класикеси</i> і, даруйте на хвилиночку, однієї з перших леді європейської літератури ХХ століття» [Кузнецова].

	<p>«інтелігентно і рафіновано за стилем» [Кузнецова].</p> <p>«дуже рафіноване, дуже інтелігентське речення високого стилю» [Кузнецова].</p> <p>«Тут виклик саме інтелектуальній верхівці» [Кузнецова].</p> <p>«українське інтелігентське середовище» [Кузнецова].</p>
Усвідомлення власної значущості і правоти (підкреслюється обома учасницями діалогу)	<p>«тут я можу займатися» автоциткуванням дуже спокійно. Бо я ж за кілька років до всіх тих подій писала, звертаючись до пані Лариси, до її пам'ятника під ЦВК: О, Боже, за що вам це все?!» [Кузнецова].</p> <p>«Ви ніби як Кассандрою були в той час» [Кузнецова].</p> <p>«Мене запрошували в Мінкульт за три дні до Нового року з тим, щоб спитати моєї експертної ради» [Кузнецова].</p>
Іронічність. Проявляється як стилізація, імітування чужого слова, чужих інтонацій (чужими виявляються переважно радянські та російські пропагандистські кліше)	<p>«війна хитрих сценаріїв, коли «іхтамнет» [Кузнецова].</p> <p>«за взятіє» Криму [Кузнецова].</p> <p>«черговий «федеральний округ» [Кузнецова].</p> <p>«Чемадан, вакзал, Расія, ребята!» [Кузнецова].</p> <p>«причетністю до якої кожен, навіть напівграмотний «шахт'ор і трактаріст», як казав Путін, має пишатися» [Кузнецова].</p> <p>«щоб довести, що «прі єдінам действії пралетарієв велікарускіх і українскіх свабодная Україна вазможна, без такова єдінства о ней не может бить і речі» [Кузнецова].</p>
Креативність (образність у висловлюваннях)	<p>«спускається темна ніч сталінщини» [Кузнецова].</p> <p>«всі наші класики були обстрижені і обципані, як курчата, в усіх своїх презентаціях» [Кузнецова].</p>
Емоційність	<p>«Слава тобі Господи! Нарешті!» [Кузнецова].</p> <p>«І ця ганьба і позорище...» [Кузнецова].</p> <p>«Це ганьба ганьбезна!» [Кузнецова].</p> <p>«Це дивовижно абсолютно!» [Кузнецова].</p>

Висновки до розділу 3

Безперечно, письменниця Оксана Забужко постає перед нами як інтелігентка, інтелектуалка, патріотка, небайдужа до долі України та української літератури особа, іронічна критикеса, емоційна і яскрава жінка, креативна письменниця, до певної міри – письменниця-пророк. Портрет формується завдяки використанню біографічної довідки (подається на початку і формує абсолютно позитивний імідж співрозмовниці), певних мовних засобів (наприклад, використанню імітування чужого слова, чужих інтонацій, сленгу, росіянізмів для підкреслення негативного ставлення до радянської чи російської антиукраїнської пропаганди); використанню прямих характеристик і номінувань (наприклад, «Ви ніби як Кассандрою були в той час»), яскравих світлин, влучних афористичних цитат.

ВИСНОВКИ

Отже, дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Щодо з'ясування поняття «інтерв'ю» і особливостей визначення цього терміна можна зробити такі висновки. Термін «інтерв'ю» в журналістиці використовується в двох значеннях: метод збирання або поширення інформації і поширений у всіх видах ЗМІ журналістський жанр інформаційної групи. Згідно з першим, інтерв'ю – це головний метод, завдяки якому журналіст отримує факти. Сутність цього методу полягає в здобутті новин і повідомлень завдяки усному спілкуванню суб'єкта з об'єктом. У другому значенні інтерв'ю – це журналістський жанр, який представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста. У підручниках з журналістики є й інші визначення інтерв'ю, що дає змогу багатогранно розкрити зміст терміна. Кожне визначення доповнює та уточнює один одного.

2. Класифікуються інтерв'ю за різними ознаками: за кількісним співвідношенням залучених до бесіди осіб є інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-діалог та інтерв'ю-полілог; за предметно-емоційним спрямуванням – інтерв'ю-повідомлення, інтерв'ю-замальовка, інтерв'ю-анкета; за змістом – інтерв'ю думок та документальні інтерв'ю; за технікою – формалізоване та неформалізоване; за ступенем інтенсивності – короткі, глибинні та фокусовані; за способом і метою отримання – інтерв'ю на робочому місці, інтерв'ю вдома в об'єкта, інтерв'ю в редакції, інтерв'ю по телефону, інтерв'ю в інтерситуаціях, інтерв'ю не для запису, інтерв'ю не для запису й використання; типологія інтерв'ю за Едгаром Моріном – інтерв'ю-опис, інтерв'ю-анекдот, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-сповідь і документальне інтерв'ю. В газеті "Субота" переважають документальні інтерв'ю та інтерв'ю-монолог (зокрема інтерв'ю-сповідь).

3. Для якісного висвітлення матеріалу журналіст повинен бути обізнаним і мати досвід з проведення інтерв'ю. Йдучи на зустріч з будь-якою особою, працівник ЗМІ має бути поінформованим щодо свого співрозмовника і стосовно теми бесіди. Запитання повинні бути точними, логічними і озвучені згідно з правилом «одне запитання – одна відповідь», Журналіст має поводити себе ввічливо, уникати грубощів та тиску на співрозмовника. У вже завершеному матеріалі, готовому до друку, повинні міститись абсолютно точні і адекватні цитати, які залежно від виду інтерв'ю мають бути виділені в тексті. В інтерв'ю пріоритетними є точність і загальнозрозумілість викладу.

4. Інтерв'ю з письменником найчастіше створюється в двох реалізаціях: а) інтерв'ю про письменника (є привід поговорити з письменником, але це тільки привід для зустрічі; журналіст його використовує як можливість написати портрет митця в усій його багатогранності); б) інтерв'ю на актуальну тему за участі письменника (головною залишається задана теми розмови, письменник сам по собі не у фокусі уваги, хоча саме його інтелект, харизма, стиль роблять розмову цікавою і значущою); в) інтерв'ю про письменника. Перший тип інтерв'ю з письменником було проілюстроване розмовою Альони Руденко з Сергієм Жаданом, другий і третій – діалогом Інни Кузнецової з Оксаною Забужко.

4. Інтерв'ю з письменником, виходячи з сучасних теоретичних і методичних досліджень у галузі журналістики, доцільно аналізувати за такою схемою:

- А) авторитетність письменника;
- Б) зміст розмови;
- В) рівень розкриття теми – повнота, цілісність, завершеність;
- Г) композиція та архітектоніка;
- Д) оригінальність, коректність, новинність, актуальність запитань;
- Е) якість створеного журналістом портрету письменника.

5. Аналіз інтерв'ю Альони Руденко «*Сергій Жадан: "Яке суспільство, така й політика"*» від 06 вересня 2019 засвідчує:

А) Журналіст бере інтерв'ю в письменника, відомого широкому загалу читачів як в Україні, це дає впевненість у тому, що публікація буде резонансною. До письменника будуть прислухатися, а отже, з ним можна обговорити не лише питання, які стосуються творчості, а й гострі, значущі, актуальні політичні, соціальні проблеми.

Б) Заголовок і підзаголовок акцентують увагу на політичних аспектах розмови і намаганні журналіста створити яскравий образ письменника. Насправді інтерв'ю не виконало ні перше, ні друге завдання. Політика тільки заявлена як головна тема інтерв'ю. Насправді ж їй присвячене тільки одне запитання. Домінували ж у тексті не політичні мотиви, а питання громадянської активності письменника. Створити повний і завершений портрет С. Жадана журналістці не вдалося, оскільки багато різних тем розкриті фрагментарно, як результат – жодну з них не вдалося розкрити глибоко і всебічно. До того ж «Я» письменника відтінено значною кількістю суспільно важливих тем.

В) Композиційно інтерв'ю відзначається своєю фрагментарністю, «перескакуванням» з однієї теми на іншу, невиправданими повтореннями і поверненням до одних і тих самих тем. Архітектонічно інтерв'ю оформлено дуже скромно: воно доповнене тільки трьома жанровими світлинами, на яких письменник або сам, або в товаристві (світлина не підписані). Найяскравіші цитати в тексті не виділені. Відмінність між запитаннями і текстом підкреслені різними шрифтами.

Г) Якість запитань: в інтерв'ю домінують запитання з «підводкою». Журналіст пояснює певні факти, наводить попередні висловлювання інтерв'ююваного і тільки потім ставить запитання, що свідчить, що журналіст глибоко ознайомлений із творчістю і громадською діяльністю письменника. Попри те, що в усіх рекомендаціях до інтерв'ю йдеться про те, що не можна ставити кілька запитань одночасно, журналістці не вдалося уникнути цієї

прикрої помилки. Більшість поставлених запитань насправді оригінальні, коректні, чіткі.

Д) Якість створеного портрету письменника. У запропонованому інтерв'ю С. Жадан постає перед нами як письменник-митець зі своїми, планами; як популяризатор читання, як людина скромна і небайдужа; як людина професійна і самокритична в своїх досягненнях; як людина відкрита і щира; як громадянин-волонтер.

б. **Аналіз інтерв'ю Інни Кузнецової**, головного редактора Київського бюро Радіо Свобода, з письменницею Оксаною Забужко від 20 лютого 2021 року в програмі «Суботнє інтерв'ю» під назвою **«Янукович украв клейноди Лесі Українки»: інтерв'ю Оксани Забужко»** засвідчив, що це

А) неформалізоване інтерв'ю-бесіда з письменником і про письменника, метою якого є першочергово – розкриття суспільно значущої важливої проблеми, і одночасно – створення яскравих публіцистичних портретів двох відомих і популярних письменниць-інтелектуалок.

Б) Композиційно інтерв'ю абсолютно цілісне, завершене. Архітектоніка інтерв'ю виразна (є шрифтові виділення, застосована складна система форматування, використані світлини, відеоілюстрація, текст доповнено цитатами-врізками, в яких акцентовані найважливіші лейтмотиви інтерв'ю).

В) Ланцюжок запитань і відповідей вибудовується так: є надто короткі і надто довгі як запитання, так і відповіді, Низка запитань незрозумілі без контексту: інтерв'юерка реагує на почуте, підхоплює думку письменниці чи наштовхує її на якісь інші міркування. Є репліки Інни Кузнецової, в яких вона не запитує, а просто вільно висловлює власні погляди на проблему, і в межах бесіди така рівноправність і взаємодопомога у розкритті теми цілком виправдані. Є низка запитань із розгорнутими «підводками», на початку яких журналіст подає якусь інформацію, ніби натякаючи співрозмовникові, в якому напрямку він би хотів, щоб розкривалася тема.

Г) В інтерв'ю створені два портрети письменниць. Лариса Петрівна Косач постає як сильна, інтелектуальна особистість, яка випередила свій час як у

громадянських та патріотичних ініціативах, так і в питаннях естетики, поезики, тематики творів. Її творчість значним чином спотворювалася за радянських часів і має бути по-новому осмислена в незалежній Україні.

Оксана Забужко постає перед нами як інтелігентка, інтелектуалка, патріотка, небайдужа до долі України та української літератури особа, іронічна критикеса, емоційна і яскрава жінка, креативна письменниця, до певної міри – письменниця-пророк. Портрет формується завдяки використанню біографічної довідки (подається на початку і формує абсолютно позитивний імідж співрозмовниці), певних мовних засобів (наприклад, використанню імітування чужого слова, чужих інтонацій, сленгу, росіянізмів для підкреслення негативного ставлення до радянської чи російської антиукраїнської пропаганди); використанню прямих характеристик і номінувань (наприклад, «Ви ніби як Кассандрою були в той час»), яскравих світлин, влучних афористичних цитат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аньєс, Ів. Підручник із журналістики [Текст] : пишемо для газет / Ів Аньєс ; пер. з фр. Андрія Андрусяка. – К. : Києво-Могилянська академія, 2013. – 542 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія української преси, 2011. – 262 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.aup.com.ua/uploads/news-demo.pdf>
3. Валєвська А. В. Журналістика в системі соціальних комунікацій : колект. моногр. / А. В. Валєвська, Н. М. Губа, О. І. Дичко, Н. І. Зикун, К. М. Ігольникова; ред.: Н. І. Зикун; Київ. міжнар. ун-т. – К. : КиМУ, 2012. – 701 с.
4. Василенко, М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
5. Голик О. В. Інтерв'ю в українській пресі ХХІ ст / О. В. Голик. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2312>
6. Жадько В.О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. / В.О. Жадько. – К. : Знання, 2012. – 271 с.
7. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підр. / Здоровега В. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Л.: ПАІС, 2008. – 276 с.
8. Карпенко В. О. Журналістика: основи професіональної комунікації / В. О. Карпенко. – К. : Нора-принт, 2002. – 328 с.
9. Кузнецова О. Д. Аналітичні методи в журналістиці : навч. посіб. / Кузнецова О. Д. – Львів : Видавничий центр Львів. нац. ун-ту ім. Івана Франка, 2002. – 120 с.

10. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. / І. Л. Михайлин. – 5-є вид. – К. : ЦУЛ, 2011. – 496 с.
11. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навчальний посібник. Частина 2 – К.: НАУ, – 2010. – с. 28-32.
12. Нерух О.О. Першооснови журналістської творчості: Навчальний посібник для ... спеціальність «журналістика» / О.О.Нерух. – Х.: Світ дитинства, 2000. – 108 с.
13. Плешаков Л. Інтерв'ю: прохід по мінному полю // Професія – журналіста, 2001. – №3.
14. Плешаков Л. Питання-пастки, або Як перевірити непроверяемую // Професія – журналіст. – 2001. – №1.
15. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика / Б. Бель [та ін.] ; під ред.: І. Кост . – Київ : Бізнесполіграф, 2013 . – 190 с
16. Почапська О. І. Інформаційні жанри: навчально-методичний посібник / О. І. Почапська — Кам'янець-Подільський : Видавець ПП Зволейко Д. Г., 2013. – 104 с.
17. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. Різун, Т. Скотникова. – К. : Преса України, 2008. – 144 с.
18. Симончук О.В. Глибинне інтерв'ю: теорія і технологія // Технології прикладних соціологічних досліджень. Навчально-методичний посібник. – К.: Інститут соціології НАН України, 2003. – С. 74–77.
19. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті [Текст] : словник-довідник / Ю. М. Бідзіля, І. І. Бабущак, В. Й. Жугай et al. ; За заг. ред. Ю.М. Бідзілі. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.
20. Тертичний А. А. Жанри періодичної преси: Навчальний посібник. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312с.
21. Техніка інтерв'ю / Інститут масової інформації. – 2-ге вид., фінансоване програмою СОСОР Міністерства закордонних справ Франції. – К., 2003.

22. Техніка інтерв'ю: посібник / Ю. Сарбі, А. Лазарева (адаптація та пер. з фр.) ; Ю. Лазарев та ін. (ред.) ; Інститут масової інформації, Центр підготовки й вдосконалення журналістів. – К. : ПП «Еліс», 2000. – 120 с
23. Халер М. Інтерв'ю [Текст] : [навч. посіб.] / Міхаель Халер у співавт. з Раймер Хінтцпетер, Ульріх Цойчель, Хайнер Кеппелі : [за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер.з нім.: Костянтин Макеєв, Павло Демешко]. – К. : Академія Української Преси, 2008. – 404 с.
24. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підручник-практикум / О. В. Чекмишев. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2004. – 129 с.
25. Штельмах М. Л. Інтерв'ю в системі жанрів сучасної українськомовної комунікації [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Штельмах Марія Леонідівна ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут філології. – К., 2008. – 18 с.
26. Носова Б. М. Комунікаційний слід минулого в контексті інтерв'ю А. Д. Ротфельда // Актуальні питання масової комунікації : науковий журнал / голов. ред. В. В. Різун ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Випуск 15. – С. 78-90.
27. ЛОГВИНЕНКО О. Письменник як об'єкт інтерв'ю журналіста: психологічний аспект // ВКПУ. – 2013. – № 4. – С. 11
28. Голубець Юстина. Концептуальне інтерв'ю журналу «Кур'єр ЮНЕСКО» // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів: [б. в.], 2008. – Випуск 31. – С. 140–146
29. Дяченко М. Д. Жанрові трансформації інтерв'ю в регіональній пресі 70–90-х рр. ХХ ст. // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації : науково-виробничий журнал / Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя : [б. в.], 2010. – № 1. – С. 125-129
30. Сазонова Ю. О. Внутрішньожанрові типи інтерв'ю в спортивній клубній пресі (на прикладі журналу «Шахтёр») // Держава та регіони. Серія :

- Соціальні комунікації : науково-виробничий журнал / Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя : [б. в.], 2013. – № 2. – С. 106-111.
31. Симоніна Н. В. Сучасні техніки телевізійного портретного інтерв'ю // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації : науково-виробничий журнал / Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя : [б. в.], 2013. – № 3-4. – С. 123-128.
32. Афанасьєва К. О. Інтерв'ю як об'єкт співавторства // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2003. – Т. 11
33. Недопитанський М. І. Сучасна практика журналістського інтерв'ю: стратегія запитання // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – Т. 15
34. Германова О. Г. Проблема регулювання авторського права на інтерв'ю // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2005. – Т. 19
35. Голік О. В. Інтерв'ю в українській пресі ХХІ ст. // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Т. 30 (січ.—берез.). —
36. Грабська А. В. Інтерв'ю в журналі культурного спротиву «ШО» // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Т. 32. – Липень – вересень. –
37. Бабенко О. А. Відповідність запитань рівневі освіченості та культури інтерв'юера // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2009. – Т. 35. – Квітень – червень. – С. 189
38. Лаврик О. В. Інтерв'ю в сучасній молодіжній пресі: жанрово-стильові особливості (на матеріалі журналів «Молоко» та «Екстрим») // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ;

- КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Т. 36. – Липень-вересень. – С. 80
39. Ярмоленко Я. Ю. Універсальність інтерв'ю // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2010. – Т. 39. – Квітень – червень. – С. 239
40. Пирогова К. М. Жанрові різновиди інтерв'ю в запорізькій газеті «Острів Свободи» // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. – Т. 42. – Січень – березень. – С. 22
41. Єрмакова С. Ю. Важливість іміджу телеведучого для успішного інтерв'ю // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. – Т. 45. – Жовтень – грудень. – С. 101
42. Луценко К. С. Інтерв'ю на радіо: підготовка та проведення Антонова О. В. Оригінальні жанрові форми інтерв'ю в письменницькій публіцистиці // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – Т. 52. – Лип. – верес. – С. 192-194.
43. Попова Ю. М. Інтерв'ю Павла Загребельного крізь призму соціальних комунікацій // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Т. 54. – Січень – березень. – С. 169-172.
44. Загоруйко Н. А. «Український палімпсест. Оксана Забужко в розмові з Ізою Хруслінською»: модифікація жанру інтерв'ю // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Т. 56. – Липень – вересень. – С. 262-268.
45. Холод О. М. Соціальна автоідентифікація політика в біографічному інтерв'ю: психолінгвістичний аспект // Психолінгвістика : науково-теоретичний збірник / Переяслав-Хмельницький державний педагогічний

- університет імені Г. Сковороди. – Переяслав-Хмельницький : [б. в.], 2008, – № 2. – С. 145-164
46. Станкевич-Шевченко Аліна Комунікативні стратегії інтерв'ю // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2005. – Вип. 6
47. Баранецька А. Емоційний компонент у структурі інтерв'ю // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Вип. 9. – С. 73-83
48. Морозова О. О. Методичні аспекти аналізу жанру інтерв'ю в наукових дослідженнях // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. – Вип. 12. – С. 135
49. Сахарова О. В. Жанр інтерв'ю як спосіб вияву мовної особливості. // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2012. – Вип. 13. – С. 116-121.
50. Сазонова Ю. Внутрішньожанрові типи інтерв'ю в спортивній клубній пресі (на прикладі журналу «Шахтёр») // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – Вип. 14. – С. 194-204.
51. Лизанчук В. Радіоінтерв'ю: чи це найпростіший жанр? // Телевізійна й радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 14
52. Серажим К. С. Інтерв'ю з політиком як типовий жанр актуалізації сучасного політичного дискурсу // Українське журналістикознавство : науковий журнал / голова редкол., голов. Ред.. В. В. Різун ; Інститут журналістики КНУ імені тараса Шевченка. – К., 2004. – Випуск 5. – С.
53. Любович У. нариси, інтерв'ю, есеї з журналу «Наше життя» (Нью-Йорк, 1969-1990). – Львів: Науково-дослідницький центр періодики Льв. Наук. бібл. імені В. Стефаника, 2001. – 337 с.

54. Логвиненко О. Письменник як об'єкт інтерв'ю журналіста: психологічний аспект / О. Логвиненко // Вісник Книжкової палати. 2013. № 4. С. 11-14
55. Руденко А. «Сергій Жадан: "Яке суспільство, така й політика"» / Альона Руденко // Дзеркало тижня. – 06 вересня 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://zn.ua/ukr/ART/sergiy-zhadan-yake-suspilstvo-taka-y-politika-322807_.html
56. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Частина 2. – К.: НАУ, – 2010. – С. 28-32.
57. Баранецька А. Емоційний компонент у структурі інтерв'ю // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Вип. 9. – С. 73-83
58. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці / Вітражі: Збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів / Упор. В. І. Башманівський, І. О. Горбова, Т. Є. Клименко, С. А. Чорна. – Випуск 5. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2014. – С. 21-24.
59. Третяк Ю. Ю. Дискурсивні стратегії інтерв'юера, орієнтовані на масового адресата, в публіцистичному жанрі інтерв'ю-презентації на сторінках французького літературного журналу «LIRE» / Ю. Ю. Третяк // Мова і культура. – К., 2003. – Вип. 6. – С. 335-341.
60. Антонова О. В. Оригінальні жанрові форми інтерв'ю в письменницькій публіцистиці // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – Т. 52. – лип. – верес. – С. 192-194.
61. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. / О. В. Чекмишев. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 130 с.
62. Станкевич-Шевченко А. Комунікативні стратегії інтерв'ю // Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2005. – Вип. 6. – С. 132-142.

63. Кузнецова І. Янукович украв клейноди Лесі Українки»: інтерв'ю Оксани Забужко / Інна Кузнецова // Радіо Свобода. 20 лютого 2021. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/lesya-ukrainka-oksana-zabuzhko/31111684.ht>