

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра журналістики та філології

**ОБРАЗ ВЕДУЧОГО У ФОРМАТІ ІНТЕРВ'Ю:
ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ**

**AN IMAGE OF THE PRESENTER IN THE INTERVIEW FORMAT: A
SELECTION OF MATERIALS**

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТз-61с
Сероштан Владислави Вадимівни

Науковий керівник –
Прокопенко Наталія Миколаївна,
ст. викладач, кандидат філологічних наук

Суми 2020

Бібліографічний опис

Сєроштан, В. В. Образ ведучого у форматі інтерв'ю: добірка журналістських матеріалів [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / В. В. Сєроштан; наук. керівник Н. М. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2020. – 30 с.

У роботі представлені результати досліджень образів ведучих телевізійного формату та запропоновано добірку власних матеріалів у жанрі інтерв'ю.

Ключові слова: інтерв'ю, жанр, медіа, телевізійний формат.

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. СТИЛЬ ВЕДУЧОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОЄКТУ: СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ	6
1.1. Імідж ведучого і його вплив на популярність телепроєкту	6
1.2. Інтерв'ю як жанр реалізації іміджу ведучого	11
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ	13
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	16
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	19
ВИСНОВКИ	29

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

Розвиток людства безперервно пов'язаний із розвитком інформаційних технологій. У зв'язку з цим питання медіа сьогодні досліджують як медіазнавці-гуманітарії, так і фахівці технічної сфери. Основним рушієм інформаційної революції у світі, безперечно, є професіонали у сфері масової комунікації, які вміють правдиво, оперативно, аргументовано, яскраво й переконливо писати, говорити і показувати. На думку В. Здоровеги [3], журналістів треба ділити на тих, хто вміє добре писати, і тих, хто не вміє добре писати, навіть якщо у його кишені два дипломи. Часто серед майстрів слова зустрічаються особистості з особливими авторськими нахилами: тяжінням до ґрунтовного наукового аналізу і спокійного вдумливого опису природних чи соціальних явищ, художнього осмислення життя або ж ті, кому, щоб висловити власні думки сучасникам, обов'язково потрібна трибуна. Не всі з вище запропонованих людей стають журналістами, але в той же час одна людина може бути і вправним журналістом, і прискіпливим дослідником, і непоганим письменником.

Кожен із видів писемної літературної праці має свої особливості та вимагає конкретних навичок і знань. Журналістика – далеко не найскладніший її вид. В. Здоровега вважає журналістику подекуди «надивовижу простою»: «У всякому разі, кожна освічена, грамотна людина може написати замітку для газети чи сказати кілька слів у мікрофон» [4].

Саме про фахівців-журналістів, які більше працюють з мікрофоном, аніж із ручкою чи клавіатурою електронного пристрою, йтиметься в нашій роботі.

Мета кваліфікаційної роботи – презентувати особисті напрацювання в дослідженнях образів ведучих у форматі інтерв'ю та запропонувати добірку власних матеріалів у вищезгаданому інформаційному жанрі.

Для досягнення мети ставимо такі **завдання**: опрацювати теоретичні джерела щодо поведінки та можливих образів ведучого у форматі інтерв'ю, проаналізувати щодо розглянутих критеріїв образи кількох найбільш популярних ведучих українського медіакола, ознайомитися із форматом інтерв'ю як методом журналістської діяльності, обґрунтувати власний журналістський доробок як «ілюстрацію» до теми.

Роботу вважаємо **актуальною** через те, що і український, і світовий медіапростір постійно потребує фахових ведучих для формату інтерв'ю. Оскільки так склалося, що глядач висловлює більше довіри новинам, поданим саме через розмову ведучого чи з експертом, чи з лідером думки, провідним фахівцем, популярною особистістю, образ ведучого залишається темою, яка потребує вивчення.

Не варто також забувати, що більшість студентів, вступаючи на спеціальність «Журналістика», швидше бачать себе ведучими, аніж репортерами чи власкорами друкованих видань. Тому вивчати образ ведучого актуально й з цієї точки зору.

Практичне значення роботи виправдає себе в можливому використанні дослідження для освітніх цілей у навчанні і студентів-журналістів, і психологів, для майстер-класів з імідж-мейкерства, ораторства тощо.

Запропонована кваліфікаційна робота на здобуття освітнього рівня «бакалавр» складається з «Пояснювальної записки», «Інформаційного продукту» та «Висновків». Отже, **структуру роботи** становлять три розділи, загальною кількістю – 30 сторінок.

РОЗДІЛ 1. СТИЛЬ ВЕДУЧОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОЄКТУ: СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Імідж ведучого і його вплив на популярність телепроєкту

Кожна людина від народження має власну індивідуальність, тобто комплекс невід'ємних якостей особистості, які з часом можуть злегка видозмінюватися. Але головні риси, як звичайно, залишаються впродовж усього життя людини. Саме вони роблять кожну людину неповторною і несхожою на інших, формують її особистий стиль поведінки.

Створення образу (іміджу) телеведучого – найважливіше завдання для створення іміджу самої програми. Історично склалося, що на телеведучих або дикторів накладається величезна відповідальність. Диктора бачить уся країна, йому вірять і зважають на його думку, телеведучий може впливати на світосприйняття глядачів, їх думки.

У фаховій літературі є значна кількість трактувань поняття «імідж». Сучасні психологічні довідники тлумачать «імідж» як «...створений у масовій свідомості, емоційно забарвлений стереотипний образ конкретного об'єкта».

У такому образі поєднані просторова організація, реальна структура і часова динаміка відображуваного явища. За формою він може бути чуттєвим, раціональним. Формування образу може бути активним, включати процедуру аналізу та синтезу. Такі характеристики застосовують до «іміджу». За дослідженнями О. Перелігіної, варто трактувати імідж як різновид образу, причому саме такий, праобразом якого виступає не будь-яке явище, а суб'єкт. Суб'єктом же може виступати організація, трудовий колектив [16, с. 223].

Л. Е. Орбан-Лембрик вважає, що імідж (від англ. image – образ) – це враження, яке організація та її працівники справляють на людей і яке

фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень (думках, судженнях про них) [14, с. 543].

У працях з іміджології Н. Барни [1, с. 6] зазначено, що «імідж» визначається як «...відображення об'єктивної дійсності в поняттях, судженнях, висновках ...».

Пшенишнюк І. О. трактував імідж як «...загальне враження про ту чи іншу людину, організацію чи компанію та він завжди є соціально зумовлений і впливає на суспільну думку і взагалі результати всієї ділової активності». [19, с. 19-21].

Ось що пише Валентина Леонтьєва про диктора радянського часу: «У 50-ті роки люди сприймали диктора як господаря будинку, що запрошує телеглядачів у гості. Весь вечір диктор проводить з телеглядачами. Кожен з нас, дикторів, був монополістом телевізійного вечора. До нас звали, нас знали, нас чекали і тому могли полюбити. Тепер чекають інформаційну програму, телеоглядача, політоглядача. Але ніхто вже не запитає: «Сьогодні Ніночка чи Валечка?» Це залишилося прикметою телебачення 50-х років». Сучасне телебачення відрізняється від радянського – воно багатоканальне. І тому імідж ведучого відповідальної програми – це і значною мірою імідж усього каналу, індивідуальний вигляд, створюваний з метою залучення до каналу стійкої уваги [17].

Імідж можна створювати, формувати, змінювати, прилаштовуючись до сучасних вимог телеглядача, намагаючись визначати вектор його розвитку.

Індивідуальний стиль здебільшого можна тільки виявити. Тобто, стиль та імідж – це два різних поняття. Але без яскраво виявленого стилю людині важко створити ефективний, тривалий імідж.

Що ж таке стиль телевізійного ведучого? Це форма життя і діяльності, яка визначає особливості спілкування, поведінку, склад думок, манеру себе поводити, одягатися, набір властивих людині мовних засобів та індивідуальні методи професійної діяльності. Стиль – невід'ємна характеристика ведучого.

Кожна його зміна – виняткова подія, до якої глядач повинен звикнути, якщо взагалі захоче це зробити. Саме тому кардинальна зміна стилю ведучого – поодиноким явищем.

Чим яскравішим буде цей стиль, чим більше він буде відповідати загальним суспільним тенденціям, тим виразнішою буде кожна поява ведучого на екрані.

Однак індивідуальний стиль ведучого не повинен ставати самоціллю. Стиль ведучого повинен передусім відповідати загальній стилістиці конкретної телевізійної програми. Ведучий – лише екранне обличчя складної колективної праці сценаристів, редакторів, режисера, операторів, журналістів, художників. Отже, індивідуальний стиль ведучого повинен відповідати стилістиці відповідної програми.

Зрозуміло, що програма новин вимагає офіційно-ділового і безпретензійного стилю поведінки, одягу та мовлення, а розважальна програма дозволяє значно розкутішого вияву індивідуальної стилістики, відкриває широкий діапазон фантазії для розробки зовнішнього вигляду, використання відповідних мовних конструкцій.

У галузі розробки зовнішнього стилю українських теленовин цікавими є, зокрема, «ТСН» на «1+1», новини на «ICTV», де відчувається професійний підхід стилістів.

Однак і в межах офіційно-ділового стилю можлива безліч стилістичних варіантів, які є похідними від індивідуального стилю ведучих.

Наприклад, новини від Алли Мазур або Наталії Мосейчук мають певні суттєві відмінності, тож і сприйняття й оцінка інформації у глядача може суттєво різнитися.

Стиль подачі новин від Алли Мазур жорсткий, динамічний і зважений. Ведуча неначе звертається до кожного особисто, зазирає глядачеві прямо у вічі, постійно емоційно підкреслює обізнаність у темі повідомлення. Однак у її стилі

відчувається певна відчуженість від самих подій, до кожної з яких вона ставиться майже однаково.

У вечірніх випусках новин по буднях з'являється ведуча зовсім іншого стильового спрямування – Наталія Мосейчук. Їй властивий гострий, інколи навіть трошки іронічний, але ніколи не відсторонений погляд. Наталія Мосейчук володіє даром зосередження уваги глядача на найголовнішому, природно й чітко артикулює українською мовою, темп її мови дещо повільніший, ніж у Алли Мазур, не такий діловий.

На відміну від дещо «холодного» стилю останньої, стиль Наталії Мосейчук вирізняється більшою теплотою, особистісністю.

Відповідно до свого мовного стилю Алла Мазур надає перевагу виразно класичному стилю одягу й стриманим тонам.

Наталія Мосейчук, навпаки, одягає класично-романтичні блузи з інтенсивнішою кольоровою гамою.

Незважаючи на різницю, обидві ведучі мають власний цілісний індивідуальний стиль і, як наслідок, власну люблячу аудиторію.

І якщо вже ведучі новинних програм за стилістикою можуть докорінно різнитися, то в системі розважального телебачення відмінність стилів ведучих програм є дієвим і необхідним чинником. Однак і в них вимоги стилістики кожної певної програми є основою стилю ведучого.

Якщо, приміром, програма розповідає про парашутний спорт, поява ведучої у вечірньому вбранні можлива лише як гумористичний елемент програми. Тобто, загальний стиль програми і пов'язаний з ним стиль ведучого – це гармонійне поєднання всіх елементів програми в цілісний екранний образ, що найвиразніше розкриває тему та ідею програми.

Ступінь впливу телевізійної інформації на глядацьку аудиторію багато в чому залежить від поведінки в кадрі. Естетична поведінка, відповідність етикету сучасним вимогам є одними зі складників комунікативних компетентностей телеведучого. Єдність цих складників можлива тільки на

основі правильного розуміння ведучим обраного жанру та особливостей певної цільової аудиторії. Професіоналізм телеведучого визначається, зокрема, й тим, наскільки обрана ним тактика спілкування сприяє реалізації в конкретній ситуації комунікативної стратегії, наскільки він професійно володіє техніками спілкування – вміє говорити і вміє слухати.

По-друге, слід ще раз підкреслити, що телевізійна творчість є результатом колективної творчо-виробничої співпраці великої групи різноманітних фахівців.

Це вимагає від кожного працівника постійної налаштованості на психологічний контакт з колегами, глибокого розуміння взаємопов'язаності суспільного етикету та індивідуальних особливостей кожної людини.

Чимало форм психологічної взаємодії та систем комунікативного впливу реалізуються і в роботі ведучих з іншими учасниками телевізійних програм. Підібрати до кожного з них психологічні ключі без правильного розуміння системи поведінки, без правильного дотримання норм етикету в кожній конкретній ситуації неможливо.

Оскільки сучасна журналістика помітно тяжіє до урівноваження кількості представників жіночої та чоловічої статі серед ведучих новинних програм, зокрема у форматі інтерв'ю, розглянемо ще образ популярного Сергія Притули.

Сергій Дмитрович Притула, безперечно, має чудовий набір психофізіологічних характеристик: уміє миттєво орієнтуватися в навколишніх умовах (шоу «Хто зверху»), володіє азартом пошуку («Страсті за ревізором»), прагне до поміркованого ризику («Файна Юкрайна»). Крім цього, володіє своєрідною стилістикою спілкування (гумор, діалектна українська мова), що її можна охарактеризувати як приязно-довірливу. Він добре відчуває настрій співрозмовника і швидко реагує на зміни в ньому. Уміє наполегливо і в той же час непомітно розвивати ледь помітну тему розмови. Починає зазвичай із абстрактних фраз, жарту, дружніх реплік. Далі переключає увагу на інші об'єкти. Завжди дає виговоритися співрозмовнику.

Журналіст тактовний, добре «підкований» у законодавстві, стійкий до стресу. Сергій Притула володіє хорошою дикцією й грамотною мовою. Уміє слухати і чути. Журналіст органічно поєднує творчі та організаційні функції.

І попри все зазначене вище, Сергію Притулі навряд чи хто зможе дорікнути в недотриманні норм професійної етики журналіста.

1.2. Інтерв'ю як жанр реалізації іміджу ведучого

Людське спілкування складається із запитань і відповідей на ці запитання. Тільки якщо поставити запитання, можна отримати нову інформацію, що цікавить споживача цієї інформації. Але не можна сказати, що людське спілкування складається із суцільних інтерв'ю. Якщо аналізувати визначення теоретиків журналістики щодо інтерв'ю як жанру, вони зводяться до розуміння інтерв'ю як «жанру публіцистики, що є розмовою журналіста з соціально значущою особистістю з приводу актуальних питань» [9].

Якщо досліджувати семантику англійського слова «interview», воно складається з префікса «inter» – взаємодія, та кореня «view» – одне зі значень – погляд, думка. Отже, інтерв'ю можна визначити як обмін думками, поглядами, фактами, відомостями. Але обмін фактами про вартість картоплі на ринку чи відомостями про плани на день навряд чи можна назвати справжнім журналістським інтерв'ю.

Дослідниця М. Лукіна розмірковує про журналістське інтерв'ю в такий спосіб: «Інтерв'ю журналіста зі співрозмовником є розмовою двох людей не просто заради обміну відомостями, а з метою створення нового інформаційного продукту – актуального, суспільно важливого, призначеного для публікації» [10, с. 8]. І, відповідно, подає власне визначення інтерв'ю: «Інтерв'ю – це міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації і виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» [10, с. 13].

На суспільному інтересі акцентує увагу і С. Муратов, котрий зазначає, що, вочевидь, недостатньо визначити телевізійне інтерв'ю лише як метод збору інформації чи «розмову двох людей, з яких один запитує, а інший відповідає, навіть якщо врахувати, що розмова ця організована з метою отримання інформації і журналіст у цій розмові є ініціатором. Окрім цього, необхідно, щоб відповіді співрозмовника викликали суспільний інтерес або щоб такий інтерес для аудиторії представляв собою сам співрозмовник» [13, с. 49–50].

Саме телевізійне інтерв'ю дає можливість глядачеві найширше і найемоційніше сприйняти інформацію, що надходить від її джерела – спікера, особи, що говорить. Тільки завдяки телебаченню можна насправді побачити людину, оцінити рівень її впевненості у відповідях, а отже, зробити висновки про ступінь правдивості інформації.

На телебаченні (завдяки його зображальній природі) інформацію передають не лише голос, тембр та інтонації співрозмовника, як на радіо, не лише текст, і, можливо, фото, що супроводжують текст інтерв'ю у друкованих ЗМІ, а й міміка, жести, поведінка, навколишнє середовище, в якому відбувається розмова.

Спробуймо знайти адекватне визначення сучасному телевізійному інтерв'ю і систематизувати види телевізійного інтерв'ю відповідно до тенденцій практики світових телекомпаній. Така систематизація дасть можливість зблизити теоретичний і практичний підхід до інтерв'ю, допоможе сучасним журналістам-початківцям швидше опанувати навички інтерв'юера.

Отже, зважаючи на визначення попередніх дослідників та сучасний практичний досвід, телевізійне інтерв'ю – це аудіовізуальний продукт, що виникає у процесі спілкування журналіста зі спікером на теми, актуальні та цікаві для глядача, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов в ефір наживо або у запису.

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

Наш інформаційний продукт, запропонований в інформаційному продукті, досі не був апробований на телебаченні. Він створений на виконання практичних завдань за час навчання на спеціальності «Журналістика».

Проте, якщо розглянути наші інтерв'ю з перспективою їх оприлюднення в ЗМІ, можемо також візуалізувати собі й образ ведучого для відповідного формату.

Так, наприклад, в інтерв'ю з волонтером ООС Володимиром Саєм ведучому варто було б виглядати більш офіційно, тримати чітко поставлене мовлення: не вдаватися до меланхолії, не бути надто емоційним, не героїзувати. Проводити таке інтерв'ю краще б у невимушеній атмосфері. Але при цьому ведучий мав би через образ одночасно створювати й враження журналіста-професіонала, який не перекрутить суспільно важливий діалог, і в той же час – людини-друга, одного рівня, якому можна довірити навіть такі спогади, який зрозуміє і зможе адекватно оцінити ситуацію, прожиту співрозмовником.

На відміну від інтерв'ю з Володимиром Саєм, більш офіційно-ділового характеру набула б розмова з доктором філософії, судовим експерт-економістом вищого класу, членом секції науково-консультативної та методичної ради з проблем судової економічної експертизи при Міністерстві юстиції України, організатором наукових розробок з питань судово-економічної експертизи Іриною Савченко. Адже це інтерв'ю носить більш робочий формат, і сказати більше – навіть рекламний, якщо зануритися в тему. Ведучий такого формату інтерв'ю має виглядати однозначно солідно, розумітися на темі, бути стриманим, ввічливим, готовим до того, що розмова піде за іншим напрямком.

А ось третє наше інтерв'ю – майже кардинальна протилежність двом вище зазначеним. Так власне інтерв'ю з очільником «Jazz-fusion band Aramis»

Юрієм Прихожаєм і відбувалося. Ми завітали до гримерки виконавця просто по приїзду бенду до міста. Там і тривала розмова.

Образ ведучого такого формату інтерв'ю схожий на два попередні хіба лише тим, що журналіст, безумовно, має володіти темою, хоча б на поверхневому рівні поцікавитися творчою, а може, й особистою історією гостей-артистів.

Такий формат інтерв'ю не вимагає офіційно-ділового стилю, не обов'язково стежити за правильно поставленим голосом. Навпаки, надмірний професіоналізм у цій ситуації лише напружуватиме виконавця, а перед концертом це, звичайно, буде зайвим.

Можна одягнути зручний одяг (власне, той одяг, який би ви одягли на концерт), запитися невеликою кількістю цікавих запитань (знову ж таки це – не формат інтерв'ю на соціально важливу тему) та розговорити очільника гурту перед концертом.

Іноді для більшої вірогідності досягнення позитивного результату розмови журналісту-ініціатору інтерв'ю можна навіть видати себе за палкого прихильника творчості бажаного співрозмовника.

Таким чином, у кваліфікаційній роботі ми намагалися навмисне підібрати такий авторський інформаційний продукт, який вимагав би різного образу від ведучого у форматі інтерв'ю. І цим вкотре підтверджуємо те, що посправжньому фаховий журналіст зуміє вчасно й швидко «перевзутися» й провести інтерв'ю на високому рівні як з державним посадовцем, так і з очільником джаз- чи рок-гурту.

У «Інформаційному продукті» нами представлено три різні за тематикою інформаційні інтерв'ю. Пропонуємо ознайомитися з їх технічними характеристиками.

№ з.р.	Назва матеріалу	Жанр	Кількість знаків
1	Волонтер ООС Володимир Сай: «Там	Інтерв'ю	11 742

	знають ціну життя...»		
2	Розмова напередодні Дня судового експерта	Інтерв'ю	3491
3	«Jazz-fusion band Aramis» запалює Суми	Інтерв'ю	1490
Разом			16723

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бочковський О. І. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / За ред. К. Костева й Г. Кошаринського. Мюнхен:Український техніко-господарський інститут, 1993. – 204 с.
3. Здоровега Володимир Йосипович [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Здоровега_Володимир_Йосипович. – Дата звернення 21. 04. 2020. – Назва з екрана.
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підруч. / В. Здоровега. – 2-е вид. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
5. Капелюшний А. Практичний посібник-довідник журналіста: Редагування в ЗМІ: Аналіз і перевірка фактичного матеріалу / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2004 – 576 с.
6. Карпенко В. Журналістика: основи професійної комунікації. – К., 2002. – 348 с.
7. Кім М.Н. журналістика: методологія професійної творчості. – СПб.: Вид-во Михайлова В. А., 2004. – 496 с.
8. Комплекс лекцій дистанційного курсу «Теорія Журналістики». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jurnal.snu.edu.ua/materials/evdokimov/lecture_5.htm. – Дата звернення 20.04.2020. – Назва з екрана.
9. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: учебник 4-е издание / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М.: МГУ, Высшая школа, 2002. – 304 с
10. Лукина М. Технология интервью : [учебное пособие для вузов] / Мария Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.

11. Мельник Г.С., Почкай Е.П. Методы научного анализа журналистского творчества. СПб., 1996. С.
12. Методи збору інформації в журналістиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uastudent.com/metody-zboru-informacii-u-zhurnalistyци/>. – Дата звернення 18. 04. 2020. – Назва з екрана.
13. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности журналистика] / Сергей Александрович Муратов. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 201 с.
14. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : посібник. К. :Академвидав, 2003. 568с., с. 543
15. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб, 2002. – с. 139
16. Перелигіна Е. Б. Психологія іміджу.Х: Аспект-пресс, 2012. 223 с.
17. Поняття стилю ведучого, взаємозалежність стилю ведучого й телевізійної програми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/91352/zhurnalistika/ponyattya_stilyu_veduchogo_vzayemozalezhnist_stilyu_veduchogo_televizinyoi_programi – Дата звернення 15.04. 2020. – Назва з екрана.
18. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості: Проблеми майстерності. – К., 1973. – 386 с.
19. Пшенишнюк І. О. Імідж підприємства як метод конкурентної боротьби. Економіка та держава. 2012. № 5. С. 19-21.
20. Соків А.І. Формула майстерності: навчальний посібник. Новосибірськ: Изд. МДПУ, 2002. – 62 с.
21. Феллер М. Д. «Текст і зображення як модель комунікативного акту» / Київський ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики; Центр вільної преси. – К., 1998.

22. Федорина А. Хочеш стати журналістом? Практичні поради для тих, хто хоче спробувати/ Федорина А. О. – Суми: Сумський прес-клуб, 2006. – 196 с.
23. Халер М. Інтерв'ю: [навчальний посібник] / за загал. ред. В. Ф. Іванова – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
24. Чернікова О.В. Основи творчої діяльності журналіста: навчальний посібник. М.: Гардаріки, 2005. – 287 с.
25. Шумилин Т. Не могли бы вы рассказать... – М.,1976. – С. 44.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

Інтерв'ю

Волонтер ООС Володимир Сай: «Там знають ціну життя...»

Сила духу й відваги волонтера ООС Володимира Сая вражає. Він – звичайний юнак, котрий не побоявся, а знайшов у собі сили змінити своє життя й допомагати тим, хто потребує цього. Ще під час Революції Гідності почала формуватися активна громадянська позиція Володимира Сая. Зараз він присвячує увесь свій час, можливості, аби допомогти бійцям на сході нашої країни, а ми раді, що мали можливість поспілкуватися з ним особисто.

Вово, розкажи, як волонтери взагалі починали співпрацювати з АТО, а нині ООС?

- Ще до початку військових дій, під час подій на майдані Незалежності, активно розгорнувся волонтерський рух. Небайдужі люди надавали всіляку посильну допомогу тим, хто відстоював у зимові, по-справжньому пекучо-холодні дні, своє право на гідне майбутнє. У час, коли з'явилася загроза територіальній єдності нашої країни, стали на захист своєї Батьківщини.

Навесні 2014 року розпочалися перші мобілізації, з'явилися перші добровольці. Вони готові були з гідністю захищати свою землю, країну, її людей. Захисники потрапили з мирного життя в пекло війни. Змінився уклад їхнього життя, заняття. Іншими стали цінності. До звичайних потреб додалися нові. Самотужки їх вирішити вони не могли, та й не повинні були. На жаль, неготовою виявилася вирішити їх і держава. І тоді на допомогу прийшли волонтери. Вони, ризикуючи власним життям, мчали в зону АТО, щоб дізнатися, що потрібно нашим солдатам, а потім, щоб повернутися з тим, чого їм бракує.

А як розпочинав саме ти?

- Моя волонтерська діяльність розпочалася навесні 2014 року, коли в Україні оголосили про початок антитерористичної операції на сході України. Ще взимку спілкувався зі знайомою Вікторією, яка зі своєю подружкою Ксенією та іншими друзями активно допомагала людям, що стояли на Майдані. Її розповіді з кожним разом усе більше вражали мене, важко було залишатися осторонь людських проблем. А тому одного разу поїхав разом із ними в першу свою поїздку на схід України.

Як це відбувалося? Пригадуєш?

- Тільки-но отримав права, це був перший досвід водіння автомобіля. Їхали через Полтаву, Дніпро. По дорозі та бездоріжжю. Дорогу знали погано, по карті орієнтувалися не дуже добре. Часто просто не було знаків, які вказували назву місцевості. А тому не раз доводилося блукати. Машина легкова, повністю заповнена продуктами, речами. Їхали з невеликою швидкістю. З міста Сум виїхали ввечері, а наступного дня вранці вже були в Донецьку. Декілька разів зверталися до місцевих за допомогою, щоб указали дорогу. Як виявилось, донеччани часто спеціально вказували неправильний шлях. Потім знайшовся чоловік, який запропонував свою допомогу. Він сів у машину й показав дорогу до самого міста Курахова Мар'їнського району Донецької області. Солдати радо нас зустріли. Пригостили кавою. Розгрузили частково машину. Далі поїхали в місто Бахмут (Артемівськ) Бахмутського району, Донецької області. Дорога була дуже небезпечна, там працювали ворожі снайпери, час від часу відбувалися обстріли. Наші солдати пояснили, що їхати потрібно дуже швидко, щоб не стати мішенню для ворога. Та тільки-но виїхали в поле, – машина зіпсувалася. Якимось вдалося полагодити, і далі зі швидкістю сорок кілометрів за годину вирушили в дорогу на власний страх і ризик. Доїхали до Бахмута, далі – місто Северодонецьк Луганської області. До кого могли доїхати, тому й допомагали.

А який випадок за час волонтерської діяльності вразив тебе найбільше?

- Одна з поїздок припала на період, коли було захоплення ворогом міста Дебальцеве Донецької області. Я разом із Ксенією-волонтером приїхали до українських солдат з черговою допомогою в саме місто на передову. Там вирішили заночувати. Проте ввечері воїнам по рації передали зі штабу, що треба відступати. Солдати попередили волонтерів, що їм небезпечно тут залишатися й вони мають їхати з міста. Дійсно, було небезпечно. За дві хвилини після того, як ми від'їхали від позиції, на якій стояли, вона була обстріляна ворожими снарядами. Далі їхали посадками, полем по бездоріжжю. Світло вмикати було не можна, тому що це був сигнал для ворога – відкривати обстріл. Вдалося виїхати на головну дорогу. По ній рухалася колона українських військових бойових машин, яка залишала місто за наказом. Усі їхали без світла. Хтось керував, хтось дивився у вікно й розповідав, куди їхати. Темрява та ще й скло, повністю заляпане багнюкою. Їхали майже всліпу. Але найстрашніше чекало попереду. Назустріч колоні виїхала легкова машина й почала рухатися у бік міста. Українська військова техніка було освітлена фарами й стала мішенню для ворога. Почався масовий обстріл: із установок «Град», мінометів, танків. Скрізь були ворожі засідки. Дехто так і не зміг подолати шлях, який виводив з Дебальцевського котла, бо хлопці тривалий час знаходилися в оточенні, під постійними обстрілами.

Я бачив, як плакали солдати через втрати своїх побратимів, біль, безсилля. Дехто рвався назад забрати тих, хто залишався в оточенні. Хтось хотів повернутися, щоб позабирати на полях тіла загиблих воїнів, яким не судилося вийти живими. Це було справжнє пекло...

Чим же закінчилася та ніч?..

- Коли виїхали з міста, наші колеса, як і багатьох інших, були без резини, повністю оголені. Взагалі, бойові машини виїздили обстріляні, розбиті. На них сиділи змучені, знесилені, брудні солдати. А поруч з ними можна було

побачити їхніх вірних товаришів – собак, які також несли службу разом з ними. Одна за одною їздили машини швидкої допомоги. Вивозили поранених, ризикуючи власним життям. Та на війні ніхто не думає про себе. Там, поруч – не просто солдати, а рідні побратими, життя яких дорожче за власне. Такий «зелений коридор» було надано для відступу українським військовим із Дебальцевого до Бахмута. Тільки, насправді, він був під безжальним обстрілом ворога.

Як тобі вдалося адаптуватися після того випадку? Не думав припинити волонтерство?

- Сьогодні я допомагаю загалом українським захисникам близько трьох років. За цей час відвідали хлопців на різних позиціях оборони. Зазвичай, намагаємося дістатися передової, бо саме там найскладніші умови, саме там воїни потребують найбільшої допомоги. Кожна поїздка супроводжується великою небезпекою, ризиками. Постійно виникають проблеми з автомобілем.

Наприклад, напередодні Нового року їздили на позиції до українських солдат у Донецьку область: міста Мар'їнку та Красногорівку Мар'їнського району, селище Піски Ясинуватського району, місто Покровськ (Красноармійськ) Покровського району. Їхали через Полтаву, Дніпро. У Дніпрі зламалася машина. Якось полагодили й поїхали далі. Але по дорозі сталася чергова поломка – відпав глушник. Машина їхала зі швидкістю тридцять кілометрів за годину. Добиратися довелося дві доби. Дісталися першого блокпосту в Мар'їнці. Їхати далі українські солдати відмовляли, тому що машина була вкрай ненадійна, її гул було чути дуже далеко та й їздити на такій швидкості там дуже небезпечно. Скрізь ведеться спостереження, будь-де можна наразитися на снайперський, артилерійський, танковий чи будь-який інший обстріл. Але ми вже звикли до небезпеки та рушили далі в Красногорівку, потім Піски. Пригадує, коли під'їжджали до блокпосту в селищі Піски, наші солдати повиходили подивитися, що так гуде, думали, що ціла колона їде. Так «ревла» їхня машина.

Під час однієї з поїздок потрапили під спостереження. Коли приїхали на позицію українських солдат, по рації передали, що волонтерську машину помітила російська розвідувальна група. Щоб виїхати живими, наші солдати здійснили маневр. Вони відволікли ворога від волонтерської машини, а хлопці змогли залишити небезпечну територію. Взаємодопомога там скрізь.

Одного разу під Попасним на моїх очах ворог обстріляв автобус із мирними людьми. Транспортний засіб злетів із дороги. Було чути автоматну чергу.

А розкажи й про свій нещодавній волонтерський візит до зони ООС?

- Декілька днів тому ми з Ксенією відвезли речі та продукти нашим воїнам на передову, в місто Бахмут Бахмутського району, місто Слов'янськ та село Троїцьке Слов'янського району Донецької області; міста Попасна та Лисичанськ Попаснянського району, місто Старобільськ Старобільського району Луганської області. Разом з ними поїхав і сум'янин, який був ранений декілька місяців тому. Тривалий час проходив лікування. Але знову рветься до своїх побратимів на передову. Відвезли в село Троїцьке. Там розташований його батальйон.

Дорогу від Попасного до Троїцького, якою нам довелося їхати, називають «дорогою смерті». Там дуже часто ведуться ворожі обстріли. Та взагалі будь-яка дорога, яка веде на передову – це дорога, сповнена підступних небезпек, які можуть за одну мить обірвати людське життя. Також були й на нульових постах, де безпосередньо ведуться бойові дії, за кілометр від себе бачили позиції ворога, над якими встановлені російські прапори.

Яка ситуація на передовій?

- На передовій ідуть весь час обстріли: танкові, артилерійські, автоматні, з установок «Град», «Ураган», БМП та інших. Працюють снайпери.

Наші солдати кожен день проживають як останній, тому що не знають, що їх чекає наступної секунди. Там звикли до шуму, постійних обстрілів. Там знають ціну життя. Вони живуть думками про рідних, про домівку. Мріють про

мирне майбутнє. Дуже боляче дивитися, як вони читають листи від дітей, розглядають їхні малюнки, подарунки, а потім пригортають їх до грудей і плачуть.

Розкажи, звідки речі та продукти харчування берете? Можливо шукаєте спонсорів?

- Починалося все з того, що моя знайома Вікторія разом зі своїми друзями збирали речі, продукти й відвозили людям, які стояли на Майдані у 2014 році. Дівчина з товаришами надавали оголошення в Інтернеті, зверталися до небайдужих людей, які допомагали – хто чим міг. Потім почалися військові дії на території України. Це заняття стало більш небезпечним і в той же час ще більш потрібним. До Вікторії і її друзів у цей час долучився і я. Спочатку їздили, як прості люди. Але з часом стало важче долати блокпости.

Тоді дівчата вирішили створити власну громадську організацію «Україна Тугеза». Її засновницею та керівником є Мочалова Вікторія Анатоліївна. Далі наша діяльність набула набагато серйознішого характеру. Створили свій фінансовий фонд. Почали співпрацювати з різними підприємствами, установами, приватними підприємцями, фермерами.

Чим більше займаємося добуванням потрібних для солдат речей, продуктів, тим більше в нас з'являється помічників. Також створили власний форум, на якому пишемо, що саме потрібно бійцям.

Люди активно долучаються до допомоги: фінансами, речами, продуктами, власними силами. Наприклад, часто доводиться від бійців привозити несправні запчастини. У Сумах є спеціалісти, які безкоштовно ремонтують їх. Потім ми веземо їх назад. Постійним помічником нашої організації є старенький дідусь, якому вже за сімдесят років. Він був учасником Великої Вітчизняної війни. Головне, що він дуже гарний спеціаліст з ремонту електрики, реле, різних запчастин. Декілька разів він навіть їздив з волонтерами на передову, щоб відремонтувати там військову техніку. Уже організація придбала два автомобілі, які безкоштовно взялися ремонтувати спеціалісти, аби

з них зробити машини-майстерні й відправити солдатам у зону бойових дій. За їхнім задумом вони мають бути обладнані всіма необхідними інструментами для ремонту техніки.

А чого нині реально бракує на фронті?

- Великою проблемою є нестача на фронті генераторів.

Ми закупаємо й відвозимо солдатам форму, берци, флісові кофти. Також возили й броніжелети.

Є потреба й у ліках. Був випадок, коли з Європи дві жінки за власні кошти закупили ліки й передали їх українським солдатам.

Із Запоріжжя вже не раз передавали шкарпетки.

Постійний помічник – керівник фермерського господарства з села Ямне Великописарівського району Сумської області. Чоловік надає продовольчу допомогу.

Ніхто не лишається байдужим. Несуть продукти, речі, малюнки, пишуть листи...

Інтерв'ю

Розмова напередодні Дня судового експерта

«Ураховуючи значення судово-експертної діяльності у забезпеченні правосуддя, захисту прав і свобод людини і громадянина та на підтримку ініціативи громадськості» 10 червня 2009 року указом Президента в Україні встановлено професійне свято – День судового експерта, його фахівці щорічно відзначають 4 липня.

З нагоди свята ми вирішили поспілкуватися з доктором філософії, судовим експерт-економіст вищого класу, членом секції науково-консультативної та методичної ради з проблем судової економічної експертизи

при Міністерстві юстиції України, організатором наукових розробок з питань судово-економічної експертизи Іриною Савченко.

Пані Ірино, розкажіть, будь ласка, хто ж у сучасній Україні може носити почесне звання судового експерта?

- Ще за часів Російської імперії український вчений-правознавець сказав: «Висновок судового експерта, – по суті, судове рішення». Згідно Закону України «Про судову експертизу», судовими експертами можуть бути особи, які мають необхідні знання для надання висновку з досліджуваних питань: мають відповідну вищу освіту, освітньо-кваліфікаційний рівень не нижче спеціаліста, пройшли відповідну підготовку та отримали кваліфікацію судового експерта з певної спеціальності.

У Сумах осередком судових експертів є Сумське відділення при Харківському науково-дослідному інституті судових експертиз ім. заслуженого професора М. С. Бокаріуса, яке з першого дня заснування Ви очолюєте. Розкажіть детальніше?..

- Цього року наша структура відзначає 15-ту річницю з дня створення. Ще у 2002-му ми починали з виконання п'яти видів експертиз, сьогодні ж виконуємо експертні дослідження за 21 напрямком. Декілька місяців тому відкрили судово-психологічну експертизу, за неможливості проведення якої судді нашого регіону змушені були звертатися до фахівців Києва, Харкова; тепер маємо змогу власноруч визначати розмір завданої моральної шкоди внаслідок певного інциденту. Крім того, незабаром наш фахівець отримає кваліфікацію в напрямку дослідження документів з питань землеустрою, судові експертизи з чого на Сумщині раніше також не проводилися.

Наше завдання – за допомогою спеціальних знань посприяти судові ухвалити справедливе рішення. Те, що напише експерт, в основному є підґрунтям для рішення суду, це – вирішення долі когось або чогось. Прикро, що зазвичай робота цих фахівців залишається на другому плані. Судові експерти на Сумщині – люди, які працюють з ранку до ночі, непокладаючи рук.

Причина тому – обмеження штатного розпису нашої невеличкої установи; у зв'язку з цим ми не можемо достатньо швидко виконувати експертизи, а отже, суд чи правоохоронні органи не можуть прийняти рішення, так як на момент проведення судової експертизи процес розгляду справи призупиняється.

Над чим зараз працюють сумські судові експерти?

- Фахівці Сумського відділення при Харківському НДІ судових експертиз ім. М. С. Бокаріуса – автори науково-практичних статей за різними напрямками, опублікованих у фахових виданнях.

Наразі експерти завершують проведення досліджень стосовно вибухів в будинках Сум. Експерти-будівельники ознайомилися з усією технічною документацією, відвідали кожну квартиру (їх лише по вул. Металургів – 27), встановили обсяги пошкодження та прорахували розмір завданих збитків.

Ірина Савченко вітає колег зі святом і звертається до громадян: «Бажаю, звісно, не мати справу з судовими експертами, але про всяк життєвий випадок наші фахівці завжди нададуть допомогу своїм справедливим, об'єктивним, незалежним висновком!»

Інтерв'ю

«Jazz-fusion band Aramis» запалює Суми

У час, коли інші регіони країни весна не тішить теплом, у Сумах 26 квітня по-справжньому спекотно. «Підігрівають» атмосферу виконавці JazzBAND «GURMAN», а «запалив» сум'ян гурт «ARAMIS». Ми не могли не скористатися нагодою та поспілкувалися з очільником бенду – Юрієм Прихожаєм.

Юрію, чому вирішили вкотре відвідати Суми?

- Приїхали виступити до Міжнародного дня джазу, який за наказом ЮНЕСКО від 2012 року, щорічно відзначають 30 квітня.

З якою програмою сьогодні вийдете на сцену?

- Програма, передбачена «ARAMIS» для Сум, «свого часу «порвала» зал на Міжнародному джаз-фестивалі в Черкасах. Та це не єдиний бонус сум'янам. Поціновувачам «високої» живої музики в Палаці культури «Хімік» презентуємо новий музичний проект.

Вау! Анонуйте, будь ласка...

- Ідея створення «Jazz-fusion band Aramis» виникла спонтанно, – вирішили до «ARAMIS» додати «свіжої» крові: запросили молодих гітариста та барабанщика. Перший – Ярослав Іванов, раніше відомий у колах рок-музикантів, другий – Володимир Фрік, грав здебільшого на латиноамериканських інструментах. Такий експеримент має успіх, адже несе нову енергетику, це – інша музика, це – нетрадиційний джаз.

Чи гастролювали вже в новому складі?

- Із новою програмою нас уже запросили до Києва, Львова, Одеси. А ось сум'яни отримали можливість оцінити її одними з перших. 30 квітня ж кращі джазові твори всіх часів почують і в Тростянці.

Ось так весняний настрій та джазові мотиви поступово проникатимуть у життя області.

ВИСНОВКИ

Місце телеведучого в системі цінностей телебачення – одне з чільних, адже ведучий – це творча людина, яка надзвичайно обізнана і постійно збагачує свої знання; це професіонал, який досконало володіє голосом, манерою поведінки, роботою перед мікрофоном; це універсал, який може виконувати роботу журналіста, редактора, режисера і оператора, а отже, самостійно вирішувати поставлені завдання; це особистість, яку неможливо не слухати і яку б хотілося чути ще не раз; це відповідальний працівник, який дотримується всіх правил, встановлених у редакції чи компанії. Він має одного разу знайти себе і зробити знайдене привабливим. Щоб недоліки здавалися перевагами, ведучі повинні розвивати думку, оцінювати й інтерпретувати події. А для цього слід бути переконливим і логічним як у відборі та осмисленні фактів, так і в мовних засобах.

Здійснюючи своє головне завдання – утримувати увагу аудиторії словом, ведучі не повинні забувати про елементарні норми етики, про власну відповідальність за сказане в ефірі слово. Інакше проблема агресивності, наступальності, а то й обману сучасної журналістики може набути загрозливих масштабів, буде втрачено довіру аудиторії. Ведучі в конкретних часових межах, визначених формі й жанрі своєї передачі, її передбачених структурних елементах щоразу мають справу з новою інформацією чи людьми, а отже, заздалегідь захищені від стереотипізації.

Образ телеведучого є перш за все комунікативною категорією. Адже ведучий – це особа публічна, і після того, як вимикається камера, він так само, як і під час ефіру, повинен намагатися дотримуватися усталеного іміджу, тоді довіра до нього глядачів тільки зростатиме.

Що стосується індивідуально-особистісних характеристик телеведучого, то вони є досить різноманітними: уміння миттєво орієнтуватися в навколишніх умовах, володіння азартом пошуку, прагнення до поміркованого ризику тощо.

Справжній фахівець у форматі інтерв'ю завжди зможе креативно поєднати творчі та організаційні функції.

У кваліфікаційній роботі нам вдалося вивчити теорію з поведінки та можливих образів ведучого у форматі інтерв'ю, проаналізувати щодо розглянутих критеріїв образи кількох найбільш популярних ведучих українського медіакола, ознайомитися з форматом інтерв'ю як методом журналістської діяльності, обґрунтувати власний журналістський доробок як «ілюстрацію» до теми.

В «Інформаційному продукті» нами навмисне було підібрано саме такі інтерв'ю, які вимагають різного образу ведучого. Паралельно нам також вдалося продемонструвати навички написання різних за темами та спрямуванням інформаційних журналістських матеріалів.

Отже, мету роботи (презентувати особисті напрацювання в дослідженнях образів ведучих у форматі інтерв'ю та запропонувати добірку власних матеріалів у вищезгаданому інформаційному жанрі) вважаємо досягнутою.

Розглядаємо наше дослідження з перспективою його використання в освітніх цілях під час навчання і студентів-журналістів, і навіть психологів, для майстер-класів з імідж-мейкерства, ораторства, тощо.