

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

Кафедра журналістики та філології

**ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ:
ТЕЛЕВІЗІЙНЕ ІНТЕРВ'Ю**

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»
групи ЖТ-71-8

Байдак Надії Миколаївни

Науковий керівник –

Гаврилюк Інна Леонідівна,

доцент, кандидат наук із соціальних
комунікацій

Суми 2021

Байдак, Н. М. Добірка журналістських матеріалів: телевізійне інтерв'ю [Текст] : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня «бакалавр»; спец. 061 – журналістика / Н. М. Байдак ; наук. керівник І. Л. Гаврилюк. – Суми : СумДУ , 2021. – 49 с.

У роботі представлений жанр телевізійного інтерв'ю. У ході написання авторка опрацювала теорію, здійснила аналіз восьми Youtube-каналів ЗВО та підготувала два портретних інтерв'ю, які розміщені на каналі «Кафедра журналістики СумДУ».

Ключові слова: інтерв'ю, телевізійне інтерв'ю, портретне інтерв'ю, інтерв'юер, респондент, відеохостин, Youtube-канал.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	6
1.1. Телевізійне інтерв'ю та його ознаки	6
1.2. Особливості роботи журналіста в телевізійному інтерв'ю	9
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОДУКТУ	12
2.1. Обґрунтування необхідності інформаційного доробку	12
2.2. Структура та технічні особливості творчого доробку	17
2.3. Авторська ідея	18
2.4. Особливості роботи над інформаційним продуктом	19
2.5. Програмні та технічні засоби	21
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ	25
Портретне інтерв'ю «Літо з Анною Коршуновою»	25
Портретне інтерв'ю «Фарби творчості Світлани Качуровської»	38
ВИСНОВКИ	48

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

На телебаченні жанр інтерв'ю посідає особливе місце, адже збагачує інформацію видовищністю. Із набуттям популярності Youtube-каналів цей жанр перемістився на вищезазначену платформу, став складовою частиною її контенту.

Інтерв'ю, розміщені на відеохостингу Youtube, дають можливість реалізуватися багатьом тим, хто не зміг потрапити у велику журналістику, прагне потрапити в медійні кола, хто відійшов від журналістики й творить свій, неординарний контент. Одним словом, усім тим, хто реалізує свої творчі можливості. Автори таких матеріалів здебільшого стирають рамки часу та обирають цікаві глядачам теми, не узгоджуючи з редакціями, на відміну від телебачення.

На сьогодні майже в кожному закладі вищої освіти є власні канали. Вони виконують різну мету – просування ЗВО, інформування аудиторії про навчальний заклад, реалізацію творчого потенціалу студентів тощо. Окрім того, більшість таких каналів створені на базі навчальних телевізійних студій, тож є площадкою, де студенти-медійники можуть відшліфувати свої професійні навички. Такі матеріали не залишаються в межах перегляду під час занять, а виносяться на широкий загаль, отримують відгуки глядачів. Саме цей жанр є таким, де студент-журналіст може продемонструвати своє вміння спілкуватися, професійну підготовку тощо.

Свої канали на відеохостингу Youtube має кафедра журналістики та філології СумДУ. Отже, створення інтерв'ю для Youtube-каналу кафедри журналістики та філології Сумського державного університету є **актуальним**, оскільки позиціонує діяльність кафедри як майданчика професійної підготовки медійників.

Мета роботи передбачає створення телевізійного продукту в жанрі інтерв'ю для Youtube-каналу кафедри журналістики та філології СумДУ.

Для досягнення встановленої мети необхідне виконання таких **завдань**:

- опрацювати теоретичні аспекти жанру телевізійного інтерв'ю;
- здійснити огляд кафедральних Youtube-каналів закладів вищої освіти та обґрунтувати необхідність створення інформаційного доробку;
- створити інформаційний продукт у жанрі телевізійного інтерв'ю;
- описати особливості роботи над інформаційним продуктом.

Новизна роботи полягає в тому, що представлені нами програми в жанрі телевізійного інтерв'ю є новими в контенті Youtube-каналу кафедри журналістики та філології СумДУ.

Практичне значення полягає у тому, що відповідний контент може бути використаний під час вивчення дисципліни «Телерадіовиробництво» як демонстраційний зразок.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається з пояснювальної записки, яка містить в собі вступ, два розділи, список використаних джерел (20 позицій), та інформаційного продукту, висновків. Загальний обсяг роботи – 49 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1. Телевізійне інтерв'ю та його ознаки

Міжособистісні комунікації – невід'ємна частина життя. Одним із жанрів, в основі якого покладено комунікативний акт, є інтерв'ю.

Вивченню цього журналістського жанру було присвячено чимало наукових праць. Дослідження інтерв'ю проводили І. Горбова [5], М. Лукіна [10], Н. Кодола [9], М. Штельмах [17], проте кожен із дослідників трактує вищезазначене поняття по-різному.

Наприклад, М. Лукіна диференціює цей жанр як міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації і виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства [10, 13]. Н. Кодола переконана, що інтерв'ю – це жанр публіцистики, що реалізується у формі діалогу, почергових питань журналіста та відповідей інтерв'ююваного [9, 21].

Із появою телебачення аудиторія має змогу отримати необхідну інформацію з інтерв'ю більш широко. Глядачі отримують можливість не тільки слухати, а й побачити спікера, оцінити невербальні засоби спілкування, які є важливими для визначення ступеня правдивості.

У науковій статті «Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю» Н. Симоніна зазначає, що «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» [12, 180].

Науковці поділяють інтерв'ю на види за змістовим принципом, тональністю, формою, відповідно до форми матеріалу, змісту.

М. Халер, професор Лейпцизького університету, поділяє інтерв'ю за змістовим принципом на три типи:

- коротке інтерв'ю навколо події чи проблеми з компетентною особою;
- інтерв'ю, яке одночасно орієнтується і на певну проблему, і на особу, головне завдання якого розкрити взаємозв'язок між певною проблемою, діями співрозмовника, його думками;
- інтерв'ю, фіксоване на особі [16, 105].

Особливо важливою для телебачення є типологія відповідно до форми подання матеріалу, методу отримання інформації реципієнтом. За цією ознакою М. Халер виділяє такі чотири типи інтерв'ю:

- повідомлення з синхронном;
- кореспонденція з інтерв'ю-додатком;
- власне інтерв'ю;
- інтерв'ю-портрет [16, 181].

Науковець виділяє такі його різновиди: інтерв'ю, яке записується для синхронів, та власне інтерв'ю, яке передбачає присутність у кадрі інтерв'юера та респондента [12, 181].

Британська мовна корпорація BBC систематизує інтерв'ю відповідно до змісту та поділяє їх на три основні види:

- викривальне інтерв'ю;
- інформаційне інтерв'ю;
- емоційне інтерв'ю [1, 118].

Класифікацію за змістом подання для телевізійного інтерв'ю пропонує й Н. Симоніна. Науковець виділяє такі його різновиди:

- інформаційне – з'ясування фактів та обставин певних подій;
- аналітичне – з'ясування позицій, поглядів експертів, збір коментарів стосовно певних подій;
- портретне – створення образу героя, розкриття його характеру [12, 183].

Типологія Б. Елісон відповідно розподілу за тональністю перетинається з поглядами ВВС:

- жорстке – інтерв'ю з політиками, бізнесменами з приводу ринків та їх компаній. Головне завдання: відстояти власну точку зору;
- м'яке – узгоджене інтерв'ю з експертами, свідками певних подій, художниками тощо;
- емоційне – інтерв'ю з жертвами злочинів, нещасних випадків чи з їхніми родичами [18, 130].

Окрім вже зазначеної класифікації, існує поділ за структурою тексту: інтерв'ю-монолог (потік мовлення однієї особи без втручання інтерв'юера), інтерв'ю-діалог (журналіст ставить питання двом респондентам), інтерв'ю-полілог (обмін думками кількох співрозмовників стосовно питання інтерв'юера) [11, 496].

Отже, існує два основних погляди на телевізійне інтерв'ю, по-перше, це наочний спосіб отримання інформації шляхом спілкування з людиною, яка володіє необхідною інформацією, а по-друге, це публіцистичний жанр, в якому журналіст допомагає висвітлити на екрані задану тему чи змалювати портрет особистості.

Одне з провідних місць у медійному просторі займає жанр портретного інтерв'ю. Науковець В. Здоровега надає таке визначення: «Портретне інтерв'ю – це розмова журналіста з відомою або просто обізнаною в якійсь справі особою переважно на значущу тему, призначена для оприлюднення в мас-медіа у формі запитань-відповідей» [6, 180].

Розрізняють кілька видів портретного інтерв'ю за структурою:

- лейтмотивне – інтерв'ю, у якому респондента відразу підводять до певної теми, а потім свідомо спрямовують розмову так, щоб він не ухилявся від відповідей, а, навпаки, продовжував розмову на обрану тему впродовж бесіди;
- наративне – інтерв'ю, у якому співрозмовника просять детально розповісти історію свого життя у хронологічній послідовності;

– відкрите інтерв'ю – це вид інтерв'ю, під час якого медійник у стилі повсякденної розмови ставить заздалегідь продумані питання, які спрямовують бесіду в потрібному напрямку;

– фокусоване – це інтерв'ю, що передбачає бесіду на чітко визначену тему [15, 29].

На сьогодні портретне інтерв'ю є одним із популярних публіцистичних жанрів, адже прагнення аудиторії отримувати інформацію про різних цікавих суспільству людей із кожним днем зростає.

1.2. Особливості роботи журналіста в телевізійному інтерв'ю

Журналіст на телебаченні повинен розуміти, що головним є реципієнт передачі, а інтерв'юер – це лише провідник між аудиторією та людиною на екрані. Проте під час розмови бажання журналіста доповнити чи прокоментувати гостя може бути в передачах, в яких співрозмовники рівноправні (бесіда, дискусія).

Важливим завданням для телевізійного інтерв'ю є створення сприятливих умов для максимального розкриття інтерв'ююваного, а зацікавлений погляд журналіста пробуджує інтерес до розмови. На думку Х. Дяків, існує чотири причини, коли журналіст вважає свої очікування під час проведення телеінтерв'ю нереалізованими:

- з власної вини;
- через респондента;
- через адресата;
- зовнішні чинники [4,140].

У роботах німецьких науковців Й. Фрідрікса, У. Швінгенса [19,11] та Дж. Хаузермана [20,149] дібрана низка проблем, які виникають з вини інтерв'юера, які спричиняють невдалу комунікацію:

- страх перебити/перепитати респондента, якщо конкретика у відповіді відсутня;
- недостатня віра в себе (скутість рухів, тихий голос тощо);
- вагання зупинити респондента, який говорить без упину;
- невміння вибудувати подальше запитання, яке впливає з попереднього;
- дотримання порядку запитань за сценарієм;
- невідповідна форма привітання чи прощання;
- недостатня ясність про концепцію інтерв'ю;
- несприйняття інформації через тиск часу;
- надто довгі переходи від однієї теми до іншої;
- небезпека надмірності;
- відсутність часу для попереднього пошуку до інтерв'ю.

Для усунення невдач Х. Дяків у статті «Телеінтерв'ю і труднощі у журналістів» виокремлює такі засоби:

- чітко визначити мету;
- обмежити тему, зосередитися на ключових питаннях;
- знайти відповідного партнера по комунікації у фаховому плані і в плані мовленнєвого рівня;
- у попередній розмові створити сприятливу атмосферу для налаштування респондента на комунікацію, з'ясувати деталі роботи з камерою, мікрофоном, уточнити імена та титули респондента;
- уважно слухати респондента;
- під час самого інтерв'ю додатково зважати на зміст, наміри респондента, мову і манеру мовлення, а також мову тіла, міміку і жести респондента.

Для забезпечення вдалого інтерв'ю необхідно слідувати принципам його побудови. Наприклад, С. Ільченко у роботі «Інтерв'ю у журналістській творчості» визначає такі правила:

- перше питання має бути сформоване заздалегідь;
- ставлячи одне запитання, треба тримати напоготові друге;
- інтерв'ю проходить більш успішно в тому випадку, якщо журналіст ставить запитання, що стосуються загальних тем, які представляють інтерес і для нього самого, і для співрозмовника;
 - уважно слухайте співрозмовника, адже його відповіді можуть наштовхнути вас на нові цікаві теми та запитання;
 - намагайтеся спланувати інтерв'ю таким чином, щоб найбільш важкі і проблемні для вашого співрозмовника запитання прозвучали в другій половині бесіди, у будь-якому випадку, не на її початку;
 - спочатку питайте про справу, а потім – про сім'ю, хобі тощо [7, 63].

Отже, розглянувши особливості роботи журналіста в жанрі телевізійного інтерв'ю, варто зазначити, що вміння ставити запитання – одна з головних професійних якостей інтерв'юера. Навіть досвідчені журналісти не застраховані від помилок, проте постійні тренування та досвіт зменшить їх кількість, адже в такій роботі необхідно враховувати навіть «дрібниці».

РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування необхідності інформаційного доробку

Робота телевізійних студій у закладах вищої освіти викладені у роботах А. Величко [2], В. Гоян та О. Гояна [3], Е. Кемлер [8], А. Строцької [13], А. Тернової [14] та ін. Проте тенденції розвитку та аналізу контенту каналів ЗВО у мережі Youtube у повній мірі не було висвітлено.

Для визначення місця телевізійного інтерв'ю на платформі Youtube було проведено аналіз контенту п'яти кафедральних каналів та двох студентських каналів:

- «Philological Department»;
- «ФЗГіЖ КНУКіМ»;
- «Факультет журналістики ЗНУ»;
- «Факультет журналістики. Телевізійна служба МЕГУ»;
- «Кафедра журналістики ЧНУ ім. Б. Хмельницького»;
- «Franko TV»;
- «Petro Mohyla TV».

«Philological Department» – це канал факультету філології та журналістики ПНПУ імені В. Г. Короленка. Він створений у 2017 році, за час існування отримав більше 6 тис. переглядів та має 29 підписників. Останнє відео було опубліковано 26 березня 2021 року, тому можна зробити висновок, що Youtube-канал діє дотепер.

На каналі «Philological Department» розміщено 50 відео, з яких журналістськими матеріалами можемо назвати три позиції: інтерв'ю (2%), репортаж (2%) та опитування / коментарі студентів (26%). Найбільшу кількість відеоматеріалів становить сектор демонстрації талантів – 36%, також своє місце

у широкій палітрі контенту займають привітання (14%), відомості про спеціальності (12%) та захист індивідуальних проєктів (8%).

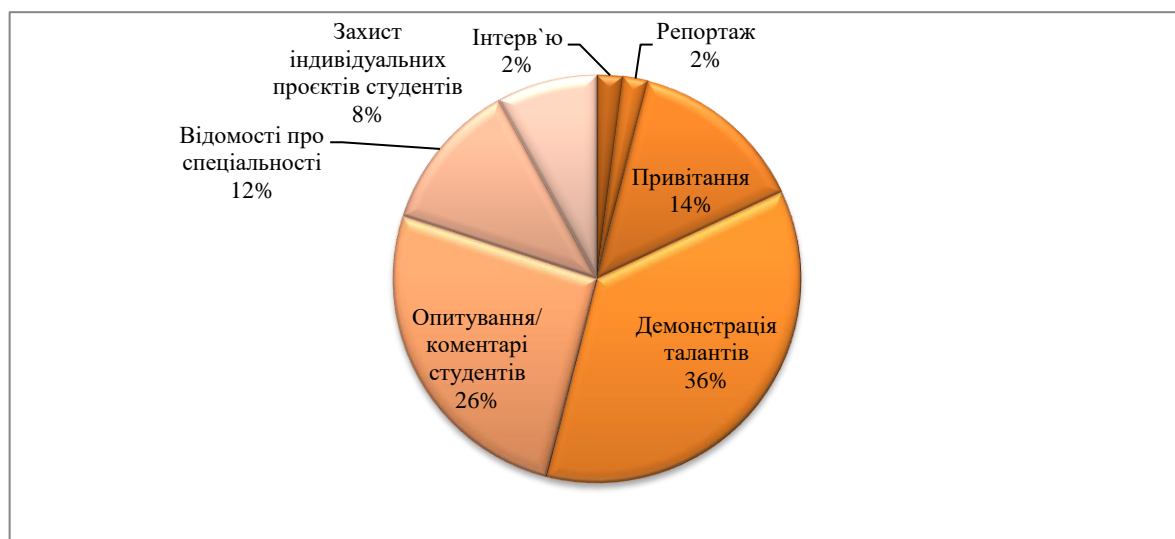


Рисунок 2.1 – Контент каналу «*Philological Department*»

За чотири роки існування каналу на ньому було розміщене одне інтерв'ю, а саме інтерв'ю-монолог, яке має назву «Магістрантка Лілія Солодка ділиться досвідом навчання в Університеті Кобленц-Ландау (Німеччина)». Хронометраж – 2 хвилини 10 секунд, дата публікації – 1 квітня 2020 р., має 30 переглядів, 1 вподобання та жодного коментаря.

«ФЗГіЖ КНУКіМ» – канал факультету зв'язків з громадськістю і журналістики КНУКіМ. Youtube-канал зареєстрований на платформі відеохостингу у 2018 році, загальна кількість переглядів складає – більше ніж 81 тис. За розвитком каналу та контентом спостерігають 708 підписників. Відео публікуються близько одного разу на тиждень, останнє було розміщене 15 квітня 2021 року.

За два роки існування на платформі були оприлюднено 92 відеоматеріали. Вони розміщені в рубриках, які виокремлені за допомогою хештегів: #ДЕКАН_КОНСУЛЬТУЄ, #оФЗГіЖенні_новини, #І_КАЗАВ_МЕНІ_ПОПЛАВСЬКИЙ, #ВАЙНИ_ВІД_СТУДЕНТА та інші. 98% відео короткі за обсягом – від 30 секунд до 3 хвилин. Хронометраж найдовшого відео «Digital-

марафон від факультету PR і журналістики» – 4 години 30 хвилин 45 секунд. За два роки існування не було опубліковано жодного інтерв'ю.

Канал «Факультет журналістики ЗНУ» зареєстрований 2018 року, має 28 підписників та близько 2 тис. переглядів. За два роки діяльності факультет опублікував 43 відео, з яких 14 записані в жанрі портретного інтерв'ю, де респондентами частіше за все були випускники та викладачі Запорізького національного університету.

Хронометраж найкоротшого телевізійного інтерв'ю («Інтерв'ю з випускником ЗНУ Антоном Осадчуком») – 5 хвилин 36 секунд, відео переглянуло 11 користувачів відеохостингу, а найдовшого («Інтерв'ю з директором Кавказького міжн. ун-ту О. Русецьким») – 15 хвилин 14 секунд й зібрало 15 переглядів.

«Факультет журналістики. Телевізійна служба МЕГУ» – це Youtube-канал факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманіторного університету ім. С. Дем'янчука, який зареєстрований у 2019 році. Відеоматеріали за цей час переглянуло більше ніж 13 тис. користувачів. «Телевізійна служба МЕГУ» має 97 підписників.

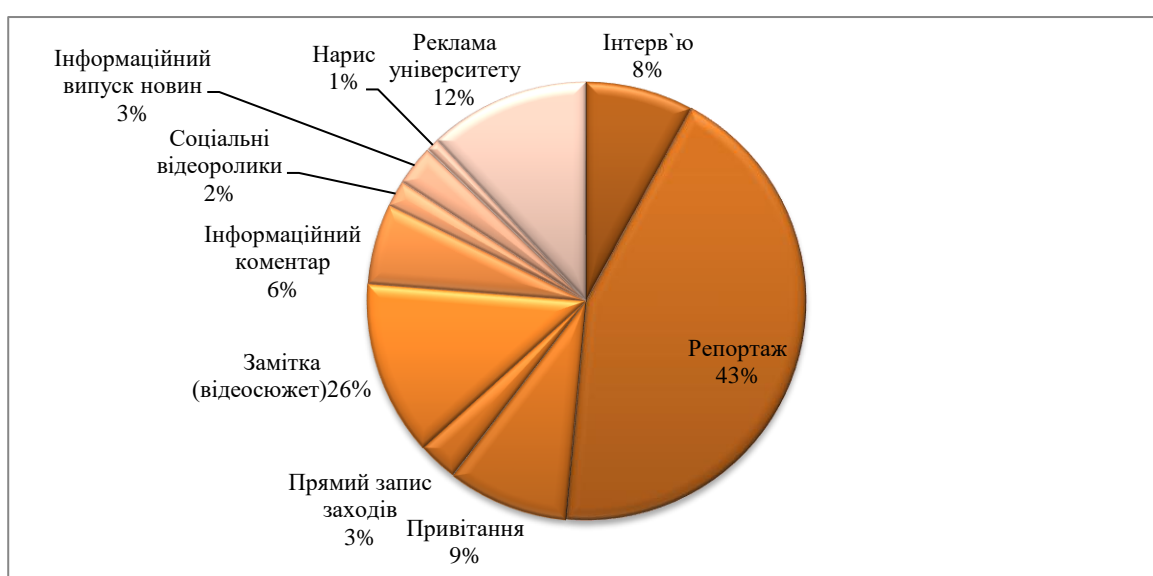


Рисунок 2.2 – Контент каналу «Факультет журналістики. Телевізійна служба МЕГУ»

Жанрова палітра контенту каналу: репортаж (43%), замітка (відеосюжет) (26%), реклама університету (12%), привітання (9%), інтерв'ю (8%), інформаційні коментарі (6%), прямий запис заходів (3%), інформаційний випуск новин (3%), соціальні ролики (2%) та нарис (1%).

За час існування каналу було розміщено 101 відео, з яких 8 – інтерв'ю. Зупинимося на одному з них – «Про реалізацію проекту «Destin» розповіла декан факультету журналістики МЕГУ – Ольга Мітчук». Хронометраж матеріалу – 12 хвилин 25 секунд, дата розміщення – 18 жовтня 2019 р. Відеоматеріал має 270 переглядів та 8 вподобань. Обговорювана тема – журналістська освіта задля демократії в Україні.

Youtube-канал кафедри журналістики ЧНУ ім. Б. Хмельницького зареєстрований у 2014 році, за час існування було розміщено 474 відео, з яких останнє опубліковане 14 квітня 2021 року. Отже, канал активно працює й дотепер. Кількість підписників – 228, а загальних переглядів – більше ніж 55,5 тис.

Інтерв'ю на цьому каналі становить 4,7% від загальної кількості публікацій. З-поміж представлених на платформі відеохостингу вищезазначеного каналу ми виокремили такі його різновиди: тревел-інтерв'ю (23%), експрес-інтерв'ю (13%), портретне (32%) та інформаційне інтерв'ю (32%).

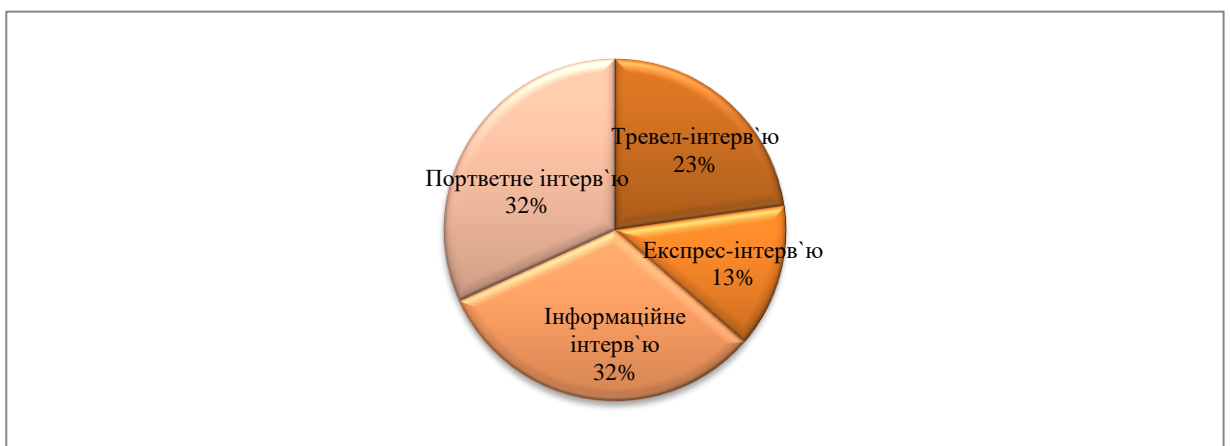


Рисунок 2.3 – Різновиди інтерв'ю на каналі «Кафедра журналістики ЧНУ ім. Б. Хмельницького»

Розглянемо детальніше розміщення такого виду інтерв'ю, як портретне. Середня тривалість відеосюжетів – 8–9 хвилин. Наприклад, «Інтерв'ю з Вікторією Хамазою – журналісткою та дикторкою ТРК «ВІККА»» формує образ гостя, знайомить глядачів з професійною діяльністю журналістки, висвітлює основні аспекти життя. Його переглянуло 49 користувачів та вподобало 2 з них.

«Franko TV» – це студентський канал Львівського національного університету ім. І. Франка, який створений на базі навчальної телерадіостудії кафедри радіомовлення та телебачення. Youtube-канал працює з 2013 року, має 247 тис. підписників та майже 800 тис. переглядів. На своєму каналі «Franko TV» оприлюднив 735 відео. За останні два роки на платформі відеохостингу було розміщено 47 відео, з яких 6 – інтерв'ю. Наприклад, «Інтерв'ю з Вадимом Ляшенко» має хронометраж 30 хвилин 4 секунди. За цей час інтерв'юер дізнається про героя, його заняття, роботу та життя в цілому. За час оприлюднення це інтерв'ю має 413 переглядів, 15 вподобань та 1 коментар.

Незалежне студентське телебачення ЧНУ ім. Петра Могили на просторі відеохостингу Youtube має назву «Petro Mohyla TV», зареєстроване у 2016 році. За час існування було опубліковано 652 відеосюжети, загальна кількість переглядів – майже 175 тис. За розвитком каналу спостерігає 651 підписник. Остання публікація була розміщена 13 квітня 2021 року. Отже, канал працює активно.

Контент каналу різноманітний, на ньому презентовані різні телевізійні жанри. Такі програми, як «#ZaKordon», «На жовтому дивані», «ART-шоу», «Українське історичне коло» представлені в жанрі інтерв'ю. У програмі «#ZaKordon» розміщено 9 відеоматеріалів, побудованих як інтерв'ю-монолог. Тривалість відео в середньому становить близько 12 хвилин. Респонденти діляться досвідом навчання за кордоном. «На жовтому дивані» – добірка інтерв'ю-повідомлень, на які запрошені керівники факультетів. Програма містить два випуски, хронометраж яких становить близько 14 хвилин. «ART-

шоу» націлене на знайомство з талантами університету. До програми ввійшов один випуск, присвячений танцювальному колективу «Mogilyanka Family» (хронометраж 17 хвилин 50 секунд). «Українське історичне коло» – це історична програма, до якої запрошуються доктори та кандидати історичних наук. Вона представлена в жанрі інформаційного інтерв'ю. Тривалість кожного випуску близько 27 хвилин.

Порівнявши контент Youtube-каналів, можемо зробити висновок, що жанр інтерв'ю досить поширений на платформі відеохостингу таких каналів, як: «Факультет журналістики ЗНУ», «Факультет журналістики. Телевізійна служба МЕНУ», «Кафедра журналістики ЧНУ ім. Б. Хмельницького», «Franko TV» та «Petro Mohyla TV». На інших двох аналізованих каналах інтерв'ю трапляється рідко, воно становить лише 2% від усіх матеріалів або ж зовсім відсутнє, як на каналі «ФЗГіЖ КНУКіМ».

Отже, проведений аналіз демонструє, що жанр телевізійного інтерв'ю, зокрема портретного, на просторі телевізійних корпоративних каналів закладів вищої освіти на відеохостингу Youtube недостатньо розвинений. Тож створення інформаційного доробку в жанрі портретного інтерв'ю для платформи Youtube кафедри журналістики та філології СумДУ є актуальним завданням, яке ми намагалися реалізувати під час роботи на бакалаврському проектом.

2.2. Структура та технічні особливості творчого доробку

Інформаційний продукт містить два телевізійних портретних інтерв'ю:

- «Літо з Анною Коршуновою»;
- «Фарби творчості Світлани Качуровської».

Кожне з них оприлюднене на Youtube-каналі студентської навчальної телестудії СумДУ студ-TV «11 поверх», назва каналу – «Кафедра журналістики СумДУ».

У портретному інтерв'ю «Літо з Анною Коршуновою» дитяча письменниця, журналістка Анна Коршунова ділиться з нами секретами написання книг для маленьких читачів та розповідає, яку роль посідає журналістика в її житті. Хронометраж програми – 36 хвилин 46 секунд.

У другому інтерв'ю, яке має назву «Фарби творчості Світлани Качуровської», ми знайомимо глядачів із художницею та ілюстраторкою дитячих книг Світланою Качуровською. Вона привідкрила завісу свого творчого світу, поділилася з глядачами новими захопленнями. Хронометраж інтерв'ю – 26 хвилин 30 секунд.

2.3. Авторська ідея

У м. Суми є велика кількість талановитих людей. Головна ціль творчого доробку – познайомити глядачів із відомими сумчанами, їхньою творчістю.

Обраний жанр, портретне інтерв'ю, допомагає найбільш яскраво розкрити особистість героя, сформувати його психологічний портрет та телевізійний образ.

Запрошені гості пов'язані між собою творчими зв'язками, вони випускають книги у співавторстві, проте мають різні підходи до творчості.

Увага реципієнтів зосереджена на вузьких темах, такий вибір був зроблений задля того, щоб залишити враження у реципієнта, що відомий герой лишає за кадром невелику таємницю. У результаті створюється інтрига, яка спонукає бажання у глядача ознайомлюватися зі схожими інтерв'ю про героя.

Телевізійні портретні інтерв'ю спрямовані на широке коло глядачів, а тому будуть цікавими не лише для студентів СумДУ, а й для всіх користувачів відеохостингу Youtube, які можуть знайти створені інтерв'ю за ключовими словами.

2.4. Особливості роботи над інформаційним продуктом

Під час роботи над інтерв'ю була проведена попередні зустрічі з респондентами, де були визначені теми бесіди, а також зібраний та прочитаний допоміжний матеріал.

Для проведення інтерв'ю з Анною Коршуновою було прочитано декілька книжок авторки – «Комп і компанія», «Маленькі історії казкового міста», переглянуто різні інтерв'ю з дитячою письменницею. Окрім того, ми ознайомилися з біографією пані Анни, яка була на просторах інтернет-видань. Після чого було написано близько двадцяти запитань. Під час проведення інтерв'ю кількість попередньо написаних запитань скорочувалася, під час бесіди народжувалися нові, які допомагали підтримати темп та спрямовували розмову в потрібний напрямок.

Портретне інтерв'ю доповнене візуалізацією видань авторки, яке дає змогу не лише почути про книгу, а й оцінити зовнішній вигляд обкладинки, створити своєрідну впізнаваність.

Локацією для запису програми стала бібліотека Сумського державного університету. Приємна тональність нейтральних відтінків не відволікала глядача від інформації, яку надавала гостя. На задньому плані вигородки можна побачити хештег бібліотеки #Книга_в_тренді, який доповнює кадр та обумовлює тему розмови.

Увагу ми приділили й зовнішньому вигляду. Одяг добирали так, щоб він не мав яскравих відтінків, а кольорова гама відповідає локації, проте не зливається з нею. Одяг запрошеного гостя досить яскравий, проте увагу реципієнтів щодо озвученої інформації не розсіює.

У період запису панувала тепла атмосфера, відповіді на запитання були місткими та відкритими, манера мови приємна та темп мовлення задовільний.

Під час проведення інтерв'ю «Літо з Анною Коршуною» було згадано її співпрацю з ілюстраторкою Світланою Качуровською. Саме вона й стала нашою наступною гостею.

Як і попереднього разу, ми ретельно готувалися до розмови з гостею. Було переглянуто велику кількість картин мисткині, прочитано авторські книги «Світайлики» й «Засинайлики», переглянуто її сторінки в соціальних мережах та автобіографію на «Art website Світлани Качуровської». Після детального аналізу творчості художниці було написано близько п'ятнадцяти запитань, за якими й будували розмову. Порядок запитань, які були написані заздалегідь, не був дотриманий під час запису програми, що зумовлено обраним нами жанром.

На відміну від Анни Коршунової, Світлана Качуровська давала відповіді на запитання більш стисло, але на якість інформації кількість сказаного не впливало, озвучене було коротко й по суті.

Місцем для зйомки, як і в попередньому інтерв'ю, була бібліотека СумДУ. Вигородка вибудована в стилі мінімалізму з сіро-білими тонами, а акцентом був яскравий напис «READ», який в перекладі з англійської означає «читати». Одяг журналіста та гості дібраний у нейтральній кольоровій гамі.

Під час відеозапису Світлана спілкувалася не лише з журналістом, відповідаючи на запитання, але й встановлювала зоровий контакт із глядачем через камеру. На нашу думку, світла, жвава розмова обов'язково знайде відгук у серцях реципієнтів, адже гостя була щирою, простою та цікавою.

У програмі «Фарби творчості Світлани Качуровської» була використана анімаційна заставка. Її надала сама художницею.

Для заставки в інтерв'ю з Анною Коршуною був відзнятий відеоролик, в якому представлена демонстрація книг героїні.

Зазвичай телевізійні продукти такого роду повинні бути відзнятими на дві відеокамери, одна з яких має бути направлена на респондента, інша на інтерв'юера. Обидва створених нами інтерв'ю записані на одну відеокамеру. Варто зазначити, що невелика кількість техніки не завадила створити якісний

телевізійний продукт, адже напередодні зйомки разом з оператором були обумовлені нюанси роботи в кадрі.

Під час монтажу відеоскладнощів не виникало. Ми намагалися «розбавити» відеоряд, тож доповнили його об'єктами візуалізації: картинами, книгами; додали необхідні компоненти: титри, заставки.

2.5. Програмні та технічні засоби

Для запису інформаційного доробку було використане таке обладнання: відеокамера зі штативом, мікрофон із настільною стійкою та комп'ютер.

За допомогою монтажу відео, який проводився у програмі Adobe Premiere Pro, були додані такі елементи: заставка з назвою інтерв'ю, титри, зображення книг, відеоряд ілюстрацій та переходи між компонентами відео.

У програмі Adobe Audition відбувалося корегування звуку, очищення від шумів.

Написання запитань до інтерв'ю та розшифровка готового відеофайлу проводилася вручну у програмі Microsoft Word.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойд Е. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот. – Київ : ТОВ Київська типографія, 2007. – 429 с.
2. Величко А. Ю. Студенческое интернет-телевидение как часть современной медиасистемы / А. Ю. Величко // Сборник статей XXII международной научно-практической конференции. – Москва : «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2019. – С. 116–117.
3. Гоян В. Студентське телебачення і радіо в Україні: формування нового медіаринку / В. Гоян, О. Гоян // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 10. – К. : КиМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. – С. 68–71.
4. Дяків Х. Ю. Телеінтерв'ю і труднощі для журналістів / Х. Ю. Дяків. // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія». – Острог : Вид-во НаУОА, 2018. – Вип. 1 (69), ч. 1. – С. 139–142.
5. 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. – Вип. 5. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2014. – С. 21–24.
6. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підр. / В. Й. Здоровега : Міністерство освіти і науки України ; Львівський національний університет імені І. Франка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
7. Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве : учебн. пособ. / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 93 с.
8. Кемлер Е. Б. Интернет-телевидение Сибирского федерального университета «ITV» – особенности проектного обучения телевизионных журналистов [Электронный ресурс] / Е. Б. Кемлер // Наука и современность. Журналистика. – 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/internet->

televidenie-sibirskogo-federalnogo-universiteta-itv-osobnosti-proektnogo-obucheniya-televizionnyh-zhurnalistov.

9. Кодола Н. Интервью: Методика обучения. Практические советы / Н. Кодолда. – Москва, 2011. – 174 с.
10. Лукина М. Технология интервью : учебн. пособ. / Мария Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
11. Михайлин І. Л. Основи журналістики : навч. посібн. / І. Л. Михайлин. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.
12. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2012. – Вип. 27. – С. 180–184.
13. Строцька А. Творчий проект на студентському телебаченні «Franko TV» (на прикладі програм «Розfocus» і «Франко без ретуші») / А. Строцька // Теле- та радіожурналістика. – 2018. – Вип. 17. – С. 128–132.
14. Тернова А. Телевізійна студентська студія: особливості функціонування та її роль у підготовці студентів-телевізійників / А. Тернова // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. – 2011. – Вип. 25. – С. 108–110.
15. Техніка інтерв'ю: посібн. / адапт. та пер. з фр. Ю. Сарбі, А. Лазаревої ; під ред. Ю. Лазарева та ін.] ; Ін-т мас. інформації (Київ), Центр підготов. й вдоскон. журналістів (Париж). – К. : Еліс, 2000. – 120 с.
16. Халер М. Інтерв'ю : навч. посібн. / за загал. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
17. Штельмах М. Л. Інтерв'ю в системі жанрів сучасної україномовної комунікації : автореф. дис. ... канд. філол. наук. : спец. 10.02.01 «Українська мова» / М. Л. Штельмах ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 17 с.
18. Alysen B. The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia / Barbara Alysen. – UNSW Press, 2002. – 243 p.

19. Friedrichs J. Das journalistische Interview / Jürgen Friedrichs, Ulrich Schwinges. – Wiesbaden : VS Verlag, 2005. – 323 S.
20. Häusermann J., Rhetorik für Radio und Fernsehen / J. Häusermann, H. Käppeli. – Aarau/Frankfurt am Main : Sauerländer, 1994. – 182 S.

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

ПОРТРЕТНЕ ІНТЕРВ'Ю «ЛІТО З АННОЮ КОРШУНОВОЮ»

ЗСТ «ЛІТО З АННОЮ КОРШУНОВОЮ»

Студія.

Відеозапис (ВЗ).

Журн.: «Маленькі діти – найщиріші! У них справжнє все: смуток, усмішка, радість і, звичайно ж, цікавість. Тому визнання дітей найцінніше. Вони – непідкупні». Саме так Анна Коршунова характеризує прихильників її творчості. Журналістка, дитяча письменниця, педагог сьогодні завітала у гості до нашої студії (*титри: «Надія Байдак – студентка факультету іноземної філології та соціальних комунікацій СумДУ»*).

Добрий день, пані Анно! Дуже дякую, що знайшли час поспілкуватися з нами та нашими глядачами! Пропоную Вам поговорити про творчий процес, яке місце займає журналістика у вашій творчості та взагалі про життя.

Гість: *Добрий день!*

Журн.: Існує багато кліше на кшталт того, що письменники не працюють, а прокидаються опівдні, смакують філіжанку кави, чекають на музу, а потім пишуть хвилин 30 на день. Будемо розвіювати міфи. Скажіть, будь ласка, з чого складається робота професійної письменниці?

Гість: *Професійна письменниця – це такий дивний вираз (титри: «Анна Коршунова – журналістка, педагог, дитяча письменниця»). Я не вважаю себе професійною письменницею, і взагалі такої професії, здається, і в класифікаторі немає. Професійна письменниця... А щодо музи, то я завжди кажу, що муза дрисерована, вихована, причому вона дрисерована журналістикою. Якщо чекати музи, то ніколи нічого не напишеться. Робота письменника – це робота насамперед. Ну, і якщо зовсім бути чесним, то в*

Україні практично неможливо жити тільки із письменницької роботи, тому майже всі письменники десь працюють, кимсь працюють.

Журн.: Які казкові персонажі були улюбленими в дитинстві? Чи взяли Ви, можливо, щось у свою творчість саме з дитинства?

Гість: *Я, мабуть, більше читала літературу природничу, тому що з дитинства хотіла бути науковцем. Причому це біологія, географія, природничі науки. Це те, що мені було цікаво. Казкові персонажі, я навіть не знаю... Першими книжками були народні казки. На жаль, не можу виділити одного якогось казкового персонажа, я вигадувала своїх, мені було цікаво завжди свої казки і жити у своєму світі. І так цікаво, коли ти в будь-який момент можеш пірнути в свій казковий світ. Мені ніколи не було сумно самій, у мене була купа іграшок. До речі, була лише одна лялька, яку я в куток ставила, в основному були звірята. Я їх називала «мої друзі», і от з ними я гралася, вигадувала різні казкові історії.*

Журн.: Це дуже цікаво, а ще скажіть, будь ласка, реальні персонажі або образи приходять до Вас зі звичайного світу чи Ви самі їх вигадуєте?

Гість: *Вони всі зі звичайного світу, тому що цей світ прекрасний і цікавий. І варто хоч трошечки уважніше придивитися – казка навколо. І ви знаєте, найцікавіше, що цю казку часто бачать ті, хто має саме природничу освіту, коли ти розумієш, який різноманітний, незвичайний цей світ. Мені, мабуть, найцікавіше відкривати цей світ дітям, дорослим, неважливо... Я такий трошки Паганель: розповідати щось цікаве, показувати, як це класно, як це цікаво. Це моє, власне. І в художній літературі, і в науково-популярній літературі мені цікаво відкривати світ, чи вигаданий, чи реальний, це не так важливо. Але у вигаданому світі теж дуже багато від реального, яка б не була фентезі, яка б це не була фантастика, вона все одно пов'язана з нашим життям.*

Журн.: Дитяча література має різні напрямки, скажімо, на різний смак. У яких напрямках працюєте Ви? Можливо, є один, який зацікавив Вас найбільше?

Гість: *Не можу виділити один напрям, тому що цікаво себе спробувати в різних жанрах. Якщо доросла література поділяється на жанри різні, то в дитячій літературі більше градацій. Дитяча література поділяється ще відповідно до віку читачів, тому що діти різного віку по-різному сприймають інформацію, наприклад, у першому, другому класі дитина ще фізіологічно не може сприйняти фентезі, вона краще сприймає казку. Це треба, звісно, враховувати у своїй творчості. Дитяча література складніша ніж доросла, до неї треба дорости, у ній багато правил. І, звісно, діти надзвичайно щирі читачі.*

Журн.: *Бувають такі книги, які потребують спілкування з експертами. Але все ж, як розібратися, чи правдиву інформацію надає нам експерт?*

Гість: *Звісно, без експертів нікуди. Бачите, тут це близьке до журналістики, але і художня література теж іноді вимагає консультації з експертами. Так, до речі, було з книжкою «Комп і компенія». У ній є хлопчик з особливими потребами, який має діагноз ДЦП. І в книзі йдеться про іпотерапію, то я справді консультувалася у спеціалістів. Коли я працювала журналістом, здається, три матеріали ми готували з нашим сумським реабілітаційним центром. Це були інтерв'ю, спілкувалась з дітьми, їздили в Рибці на базу. Я бачила, як це відбувається. Тобто це художня книжка, фактично це була журналістська робота з експертами, без їх консультації не обійшлося. Для того щоб не було серйозних проколів, не було якихсь накладок, щоб ти навіть не виглядав смішним, експерти необхідні. Як і журналіст, письменник не може бути компетентним у всіх сферах, він теж великий дилетант, емоційний до того ж дилетант, тому іноді необхідно шукати експертів.*

Журн.: *Пані Анно, чи допомогла журналістика стати письменницею?*

Гість: *Я думаю, якби не журналістика, то нічого б в мене не вийшло. Тому що журналістика, по-перше, дисциплінує. Ми починали говорити про музу... Покажіть мені журналіста, який чекає музу, щоб написати статтю, є*

дедлайн, є вимога редакції – здати статтю до певного часу. Прийшла муза, не прийшла, але ти сідаєш і працюєш. Так створюється звичка, так створюється рефлекс працювати. І коли тобі як письменнику раптом прийшла в голову якась неймовірна ідея, тобі хочеться написати книжку, це дуже допомагає. Ти знаєш, для того щоб написати, треба сісти і працювати, іноді тобі не хочеться, іноді хочеться подивитися фільм або щось ще, але спрацьовує професійна звичка. Ти хочеш результату? Сідай і працюй. Мені це дуже допомогало свого часу, і зараз допомагає в самоорганізації. До речі, дуже багато відомих письменників, класиків працювали журналістами, не просто писали публіцистику, а дописували в періодичні видання, але не кожен письменник може бути журналістом, йому якраз і заважає витання у хмарах і така певна неорганізованість. Тому, так, журналістика мені допомагає саме в цьому. Також допомагає у створенні науково-популярних дитячих книжок. Це знову ж робота з експертами. І, до речі, не тільки журналістика. Я ще науковець, кандидат географічних наук, тому в науково-популярній літературі сходиться все: і робота журналіста, і робота науковця, і робота дитячого письменника, і плюс до всього робота вчителя, який знає, як складний матеріал подати просто. Але журналіст теж повинен вміти складний матеріал подати дуже просто. Тому, думаю, що без журналістики з мене не вийшло б письменника.

Журн.: Для багатьох людей вагомою є статусність – чим займатися у житті. Чи важливий такий момент для Вас?

Гість: Я ніколи не думаю про статус як саме ціль. І що таке статус? У кожного своє поняття статусу. Так, у мене є нагороди, багатенько, така стопочка (показує), течка така лежить десь на антресолях, є серйозна премія. Це дуже приємно, але я завжди обираю ту роботу, яка мені подобається, і я намагаюся жити так, як мені подобається, а не робити кар'єру заради кар'єри, доганяти якийсь статус і дертись кудись нагору. Мені важливий процес, мені цікаво писати, поки мені цікаво писати, я писатиму.

Але я не буду писати книжки заради перемоги в якомусь конкурсі або заради гонорару чи ще чогось. Мені важливіший процес, важливіше спілкування з читачами, і мені важливіша самореалізація, аніж отримання якогось статусу, якихось привілеїв.

Журн.: Жорсткі вимоги існують для написання дитячої літератури. Якими основними критеріями керуєтеся Ви, для того щоб у світ вийшла якісна книга?

Гість: *Критерій один – це дитина, для якої ти пишеш. Це конкретна жива дитина, яка прочитає те, що ти пишеш, і їй сподобається. Це все, інших критеріїв немає. Звісно, є певні критерії наукові, які розроблені. І дитячі письменники зазвичай їх знають, тому що в кожному віці дітям цікавий певний напрямок. Підліткам, наприклад, цікавіше читати про себе та впізнавати в героях себе, підліткам цікавіші моделі поведінки в соціумі, герої книжки повинні щось давати в цьому плані підлітку – приміряти на себе соціальні ролі різні, як поводитись в тій чи іншій ситуації. Фентезі в підлітковому віці теж цікаве саме цим – моделями поведінки. Молодшим школярам цікавіші казки, звісно, я на це орієнтуюсь, але в науково-популярній літературі я також орієнтуюсь на рівень сприйняття інформації у певному віці дитини. Я, як вчитель, це розумію. І це мені дуже допомагає.*

Журн.: Деякі дітки взагалі дуже важко сприймають літературу, а якщо є вибір між гаджетом або комп'ютером і звичайною книжкою, вони обирають легший шлях. Як знайти той самий чарівний ключик та виховати любов до книги?

Гість: *Якщо ми говоримо «виховати любов до книги», то хтось же її виховує? Цей хтось – це батьки або вчителі. Починається все з батьків, тому якщо батьки залипають в гаджетах постійно, а потім дорікають дитині, що вона не читає, то, вибачте, дитина не читатиме: вона бачить перед собою приклад. Книжка повинна бути живою. Дитина перед собою має бачити приклад, тому перший крок – це почати з себе, читати самому, читати разом*

із дитиною, читати для дитини і захопити її цим читанням. А далі можна вже говорити про різні, додаткові способи, методи. Їх багато, хочу такий приклад навести: мені дуже приємно, коли пишуть з різних куточків України читачі, потенційні читачі, батьки дуже часто пишуть і просять надіслати книжку, тому доводиться замовляти книжки у видавництві, надіслати книжку «Комп і компанія» з автографом. Це така літня книжка. У ній річка, село. Вона прикольна, вона весела. І коли я надсилаю книжку з автографом, завжди кладу у посилочку саше – це такий мішечок з декупажем, всередині знаходиться читальна м'ята. Це м'ята зібрана реально там, де взагалі відбувається дія у цій книжці, на березі річки Сули. По-перше, вона гарно пахне, по-друге, на кавовому папері коричневими чорнилами я обов'язково пишу такий супроводжувальний документ, де секрети цікавого читання, рецепт пишу, що це читальна м'ята. І так я витрачаю на це вечір, але уявляєте дитину, яка отримає не просто книжку, про яку тато скаже: «Прочитай, класна книжка». А отримає мішечок цієї пахучої м'яти з таємничим рецептом цікавого читання.

Журн.: Це для дитини як певна пригода!

Гість: У вісім, дев'ять років, так, це цікаво. Власне, це і є такий маленький спосіб створити певний зв'язок з книжкою, з героями цієї книжки, з місцем, яке там описане, і асоціацію з читанням. Цікаво і приємно. Потім відгуки неймовірні. До речі, з цією книжкою багато чого пов'язано. Був випадок, коли в месенджер мені написали окремо, не знаючи, що вони пишуть, мама, бабуся і онучка, яка прочитала цю книжку. Це міська дівчинка, яка ніколи не була в селі, а книжка начебто ж про село, яка сказала, що ця книжка мене змінила. І те саме написала бабуся і мама. Це найприємніші моменти, але я думаю, що ось такі дрібнички, на які зазвичай дорослі не звертають уваги, а для дитини це важливо. Варто дістати з себе дитину, згадати себе в дитинстві, і це дозволяє знайти стежку до твоєї дитини, до читачів, до

знайомих дітей, тому важливо бути дитиною, залишатись дитиною. А то ми такі дорослі, в нас ось така роль дорослих, ми дуже не цікаві й занудні дорослі.

Журн.: *Іноді краще побути дитиною. Ще один цікавий момент: книга «Комп і компанія» здобула у 2017 році перемогу «Дитяча книга року» за версією ВВС. Чи після цієї перемоги зріс попит на книгу, діти стали більше читати?*

Гість: *Попит, звісно, покращує, тому що книга отримує більше піару. Для просування це, звісно, класно, дуже важливо. Для мене це теж премія, яка була несподіванкою. Я, коли пишу, не розраховую на якісь премії чи перемоги, я просто пишу, тому що пишу. Навіть на врученні цієї премії спочатку вручають премії тим, хто потрапив у короткий список. Я отримала такий і дуже зраділа, заспокоїлася. Думаю: все, я вже і так в короткому списку. І коли оголошували переможців, для мене це реально було несподіванкою. Звісно, книга отримує більше можливості для поширення. І це вже третій передрук книги, вона торік потрапила і в рейтинг книжка року. Так, це допомагає у просуванні книжки.*

Журн.: *10 живих та неординарних розповідей вміщує у собі книга «Маленькі історії казкового міста». Ці розповіді мають просвітницьку функцію, треба не лише зібрати інформацію про наше місто, а й адаптувати її до сприйняття. Пані Анно, як діти сприйняли книгу?*

Гість: *Цікаво дуже сприймають. Це є таким художнім продовженням книги про Суми – «Казкове місто Суми», яке ми із Світланою Качуровською довго робили – дев'ять місяців пішло на цю книгу. І, до речі, з приводу експертів, тут два рецензенти, доктори історичних наук. Я сподіваюсь, тут немає жодної фактичної помилки, у цій книжці, але вона виключно краєзнавча, науково-популярна, хоча трохи дивна, з різними завданнями. Вона інтерактивна. І коли ця книжка вже пішла до друку, Світлана подзвонила і сказала: «Слухай, так якось порожньо, хочеться чогось, продовження якогось, чогось ще». Власне, перших персонажів придумала вона, це були зображення*

намальовані в блокнотику. Хто ж там перший був... Там була Альтанета – альтанка з очима, з віями, в спідничці, Цукрик, Фонтанчик і хтось ще... І вона подзвонила і сказала: «Приїдь, я тобі покажу. Я не знаю, що з цим робити, бо я художник, я їх побачила. Намалювала, а що з ними далі робити, не знаю». І так з'явилися трохи дивні персонажі – це сумські пам'ятники, це відомі всім об'єкти. Любася Сердешна – це ліхтарик «Я чекаю бо кохаю». До речі, там коми немає... Там пропущена кома, але перша історія народилася власне про Любасю Сердешну. І все ж таки, куди поділася кома? Це історія кохання, дуже лірична, дуже цікава. А потім якось одна за одною вони самі наче звідкись взяли, ці історії. У цій книжці діють пам'ятники: Цукрик і Фонтанчик, пан Щепка, мамзель Тюг (Театр юного глядача). Вони спілкуються, вони живі, і в той же час, куди ж подіти в собі вчительку, все одно там розповідається трошки й історії міста Суми. Ми довго боялися показувати і видавцю, і дорослим. Ми боялися, що нас не зрозуміють дорослі, те, що діти зрозуміють, ми не сумнівались. І коли побачили реакцію дітей, коли діти, які прочитали, побачили ще у рукопису цю книжку, побачили ілюстрації Світлани Качуровської, віталися із пам'ятниками: «Привіт, Цукрику!», «Привіт, Фонтанчику!», «Привіт, Любасе Сердешна!» – ми зрозуміли, що це потрібно, що ми формуємо, закладаємо в дитину із зовсім раннього дитинства (це п'ять, шість, сім років), закладаємо ставлення до міста, позитивне, сонячне ставлення. Що дитина, яка так ставиться в дитинстві до пам'ятників, не буде про них забувати, руйнувати в старшому віці. А коли вийшла книжка, виявилось, що дорослі так само з задоволенням читають ці історії.

Журн.: Чи багато Ви побачили робіт художників перед тим, як знайти людину, з якою зручно та комфортно буде працювати?

Гість: Це складна дуже штука – знайти ілюстратора. Зі Світланою Качуровською ми дуже гарні друзі, і ми прекрасно розуміємо одна одну. І найважливіший чинник – це те, що вона вміє працювати, вона вміє виконувати

поставлену видавництвом задачу, вона розуміє, що таке дедлайн. От ми знову повертаємося до журналістики. Не кожен художник може стати ілюстратором і проілюструвати книжку, тому що позиція «я художник, я так бачу» перекреслює всю роботу. Є ще й бачення письменника, яке, до речі, не завжди збігається з баченням художника. Є певні терміни, коли заплановано видати книгу, а в ілюстратора муза не прийшла... Тому це дуже складна робота... «Комп і компанію» ілюструвала Надія Міцкевич – прекрасна художниця, але вона, здається, була третім ілюстратором, коли саме видавництво шукає. На книжку «Казкове місто Суми» Світлана Качуровська – це десятий ілюстратор. Всі, що пробували, намагалися, я не можу сказати, що вони погані художники, часто вони не підходили по стилю. Або кілька людей, які хотіли б ілюструвати цю книгу, говорили: «Ваша історико-географічна інформація буде обмежувати політ моєї творчої фантазії». Але якщо козаки сумського полку ходили в синіх шароварах, був синій колір форми, то яка б не була творча фантазія, вони не можуть бути іншого кольору в книжці. І таких випадків дуже багато, не кожен художник може бути ілюстратором. Так само на книжку, яка виконується, ми шукали, теж, здається, троє чи четверо не підійшли. Чому не підійшли? Тому що досить жорсткі строки. «Ой, це так багато роботи!». Ну, звісно, тому що це робота. Це справді робота, складна робота, і не кожен здатен виконати цю роботу, але вона дуже цікава, вона захоплююча. І коли ти співпрацюєш із ілюстратором, як на мене, потрібно виносити прізвище на обкладинку поруч з автором, тому що мені образливо було б, якщо б ілюстратор був би десь ось тут (показує на останній зворот книги) у вихідних даних написано маленькими літерами. Ілюстрації – Світлана Качуровська, і все... Ми вигадували кожен розворот, це спільна робота, тому практично всі наші спільні книжки записані як співавторство. Це дуже цікава співпраця, надзвичайно цікава. Але буває так, коли я навіть не погоджуюсь на видання книжки, тому що мені не подобаються малюнки. Були й такі.

Журн.: Певних внесків потребує будь-яка книга, можна вкласти гроші – і вона буде лежати. А як видавництво обирає твори, які вийдуть у друк?

Гість: У видавництва свої критерії, свої підходи, йому важливо продати книгу. Адже видавництво – це комерційна установа. А письменнику важливо, щоб книга була видана. Буває так, що погляди письменника і видавництва не збігаються, у такому випадку письменник шукає спонсорські кошти для видання книги. Але мені здається, що в дитячій літературі книгу повинні купувати і читати, і це є критерієм. Тираж також є певним критерієм, якщо книгу купують, вона цікава, її читають, а в наш час будь-хто може знайти кошти і видати тисячу книжок, а потім казати: «Я письменник». Письменник – не той, хто пише, а той, кого читають. Важливо ще знайти своє видавництво, особисто в мене було дуже багато відмов, надзвичайно багато, іноді вони були досить дивно аргументовані. Наприклад, одне з великих українських видавництв пропонувало мені у книжці «Фроська – кімнатна фея» додати жорстокості, крові і гострих сцен, навіть з назви зрозуміло, що кімнатна фея – це така книжечка для молодших школярів про фею Фроську. Вона є в усіх сумських бібліотеках, вона вийшла, але вони сказали, що потрібен антагоніст і пострашніший антагоніст. І я відмовилась перекроювати, переписувати твір під видавництво. Була теж дуже неприємна відмова від одного із видавництв західної України. До речі, це книжка «Комп і компанія», тому що Коронація слова, яку отримала ця книжка, – це не гарантія того, що вона буде видана. І це видавництво мені відповіло. Можливо, це особиста думка редактора була: «Ми східняків не видаємо!» Для мене це було просто шоком, я вперше подумала, що я східнячка, я дуже довго не могла відійти від цієї відмови. Власне, хто в нас тоді розділяє Україну? Ось... Різні були відмови, різні аргументи, іноді це просто не формат видавництва, воно в цьому напрямку не працює, треба йти далі й шукати свого видавця і працювати над своїми книжками. Але не сприймати відмову, що все пропало, я недолугий письменник, я не здатний ні до чого. Треба багато читати і порівнювати свій

твір із гарними зразками, щоб зрозуміти. І, мабуть, це додає впевненості, коли ти розумієш, що в принципі непогано написав. У дитячій літературі найважливіший критерій – це діти. Перші читачі – це мої хлопці, їхні друзі, мої учні, власне, це ті рідери, на яких я перевіряю.

Журн.: Хто фінансує Ваші книги? Можливо, це якісь гранти чи власні кошти вкладені?

Гість: *Ні, книжка продається в Україні. Як і в світі, існують різні форми оплати праці письменника – це роялті, тобто відсоток від оптової ціни книги, або одноразова виплата. В Україні роялті прийнятне для письменника, це від 10% до 16%. Ви можете прорахувати будь-яку книжку, подивитись тираж у вихідних даних, поділити ціну в книгарні на два і приблизно зрозуміти, скільки письменник міг би отримати. Українські гонорари – це не ті гонорари, на які можна жити, винятково на них. Єдина книжка, яка вийшла за спонсорські кошти, – це доросла збірка віршів «Крила в шухляді», але, справді, поезія в нас не комерційна.*

Журн.: Чим відрізняється справжня література від графоманства?

Гість: *Ой, це складне питання... У нас в літстудії є навіть окреме заняття, коли ми намагаємося вирішити, чим відрізняється справжня література від графоманства. Графоман пише не тому, що він не може не писати, не тому що він хоче передати світу щось, що проситься в нього з душі. Йому важливо побачити надруковану книгу. Для нього це найцінніше. Писати тільки тому, що я письменник, я пишу. Йому, мабуть, неважливо, що ти пишеш, як ти пишеш, який це відгук знаходить у серці читача, чи знаходить це взагалі відгук. Для графомана важливіша обкладинка, зовнішня оболонка. Та слава, яку він може отримати. Мені здається, це і є відмінність.*

Журн.: Що Ви можете побажати авторам, які роблять перші спроби в написанні літератури для дітей?

Гість: *Писати, працювати над собою і спілкуватися з дітьми, спілкуватися зі своїми потенційними читачами, намагатися зрозуміти дітей,*

подивитись, що вони читають, і, звісно, бути в курсі новинок дитячої літератури. Більше читати того, що ти хочеш писати, щоб розуміти: цей сектор ще не зайнятий, я можу реалізуватися, або зрозуміти, як писати, витягти з книжок ключі, ті інструменти, й зрозуміти, що використовують інші письменники. Навчитись можна, мабуть, тільки так.

Журн.: Чи чекати нам нових книжок від Анни Коршунової цього літа?

Гість: *Цього літа вже до друку здана книжка про Лохвицю. Вона не зовсім звичайна, вона відрізняється від книжки про Суми, тому що вона трохи пригодницька, не тільки науково-популярна. І зараз вже в роботі, ілюструється книжка, знову ж науково-популярна, ідея якої народилася з редакторської роботи. Бо я, як науковець, іноді займаюсь адаптацією перекладених книжок і науковим редагуванням природничих книжок. Це досить складно... Книжка ця народилась тоді, коли видавництво запропонувало мені наукове редагування й адаптацію вже досить відомої книжки «Експедиція з мурахою Софі». Це шведська енциклопедія, дуже цікава, де мураха Софі подорожує в лісі, вивчає ягоди, гриби, дерева, квіти... Коли я отримала переклад, а перекладають зазвичай філологи, люди, які не мають природничої освіти, мені було запропоновано адаптувати цю книгу до української природи. Ви ж розумієте, морошка росте в Швеції, там цілий розділ про неї, але вона не росте в Україні... Це дуже складна робота, коли треба, не порушуючи задум автора, адаптувати книгу до українського читача. Досить складний текст, який треба без природничих помилок подати. Були дуже цікаві моменти, коли перекладач зробив помилку в назві рослини. Ми з редактором два дні намагались зрозуміти, що з цим робити далі. Я тоді говорила видавцю: «Я Вам зроблю за місяць-два таку книжку по Україні». Я, як фахівець, знаю дуже багато, як географ, як біолог. Для видавництва це набагато складніше, тому що українському автору треба гонорар, треба ілюстратору гонорар, тобто повні витрати з видавництва такої книжки. Європейські країни просувають свою культуру, у тому числі дитячу*

літературу, у нас в країні, тому видавництво отримало грантові кошти, йому не треба ілюструвати, Швеція оплачує переклад цієї книги – і книга виходить у нас. Це досить образливо для українських авторів, але це реальність. На жаль, Україна цього не робить, не просуває свою культуру, літературу в інших країнах. Я розсердилась і вирішила написати книжку з героєм-провідником. Це такий метод – придумати класного героя-провідника, який захопить дитину і щось буде їй розповідати. Так вже набридли ведмедики, котики, собачки, і якось так народився заморський кабан Франя – це прикольна морська свинка, зав'язалась історія з нею. Про що може розповідати морська свинка? А розповідає вона, що найближче серцю морської свинки – про харчі. Власне, про те, що є в кожного на кухні, от що цікавого в гречці? Гречка, та й все... Але вона має більше десяти назв: це сарацинське зерно, це горіхова каша... Перший розділ був написаний про гречку, далі написалася досить велика книжка «Зернята для Франі», яка вже ілюструється, а наступна буде «Лагоминки для Франі». У них дуже багато історій, вона теж інтерактивна, вона цікава, я намагалась написати те, що нас оточує, те, що ми ніколи не могли б подумати, що може бути цікавим, захоплюючим, незвичайним, і водночас відкрити для себе цей світ, подивитися по-іншому. Тому книжка вже є, яка має ось таку історію. Я дуже сподіваюся, що вона вийде. Ще багато є ідей... Дуже приємно, коли мої колишні учні вже є моїми колегами, і разом з ними працюємо над проектом «Книжки про міста». Готується книжка у співавторстві з моєю ученицею, книга про відомих вчителів, видатних вчителів, педагогів. Це, мабуть, найприємніша така співпраця... (титри: Анна Коршунова – журналістка, педагог, дитяча письменниця).

Журн.: Дякую, пані Анно, за теплу атмосферу та цікаве інтерв'ю. Сподіваємося, що ваша творчість буде радувати нас і надалі! На все добре! (титри: «Надія Байдак – студентка факультету іноземної філології та соціальних комунікацій СумДУ»).

ПОРТРЕТНЕ ІНТЕРВ'Ю «ФАРБИ ТВОРЧОСТІ СВІТЛАНИ КАЧУРОВСЬКОЇ»

ЗСТ «ФАРБИ ТВОРЧОСТІ СВІТЛАНИ КАЧУРОВСЬКОЇ»

Студія.

Відеозапис (ВМЗ).

Журн.: «Мистецтво та творчість не існують без справжніх емоцій, а поєднання різних форм заохочення та цікаві дискусії народжують нові мрії!» – переконана наша гостя. Українська художниця, арт-тренер, письменниця, ілюстратор дитячих книг – Світлана Качуровська. (*титри: «Надія Байдак – журналіст»*).

Відеоряд: демонстрація картин, слайд-шоу.

Журн.: Добрий день, Світлано!

Гість: *Доброго дня!*

Журн.: Змішуючи яскраві фарби, Ви здійснили свою дитячу мрію – стали художницею. На картинах багато квітів, казкових сюжетів, фантастичних героїв. До того ж, Ви єдина в Сумах художниця, яка пише, як мовиться, тим, що під рукою. Які побутові предмети вже були задіяні у створенні картин?

Гість: *Творчість така безмежна, її не можливо зробити в одному вимірі!*(*титри: «Світлана Качуровська – арт-тренер, письменниця, ілюстратор дитячих книг»*). *Уже більше десяти років моєї професійної творчої діяльності. Я задіяла все, що можна. Це малювання ложками, малювання пальцями, малювання усмішками, емоціями і навіть цифрові формати задіяні, тому що життя таке сучасне, цікаве! Ми живемо тут і зараз. І треба тенденціям, наприклад, в ілюстраціях, повністю віддаватися, адже творчість неможливо виміряти якимись стандартами, вона безмежна, і*

потрібно вигадувати щось нове. Власне, цим я і займаюсь, і мені це дуже подобається.

Журн.: Схоже, що для художника вже не так і важливо, чим та у який спосіб передавати рефлексії, відчуття тощо... Головне – це творити... Наскільки нам відомо, Ви захоплюєтесь імпресіоністами. Чим близький цей мистецький напрям?

Гість: *Цей напрям дуже близький, тому що це відчуття моменту, який більше не повториться. Сонце встало – ти малюєш дерево або усмішку, і в зв'язку, як воно світить, чи хмарно, відображаєш на полотні. Момент неповторності, власне, як і в житті: ми не можемо повторити те, що з нами відбувається. Тобто це така мить, її треба показати, і це дуже цікаво.*

Журн.: Світлано, ви працюєте у техніці ілюстративного живопису. Хто надихає Вас у творчості, чи є митці, які, можливо, вплинули на Ваш стиль, сформували Ваш світогляд?

Гість: *Фаворитів багато, сьогодні подобаються одні, завтра інші, це постійний пошук, якісь цікаві експерименти. Еліна Елліс дуже подобається, в неї багато цікавих стилів, вона не працює в одному якомусь напрямі. Я також працюю в різних. «Світайлики» в одному стилі, «Засинайлики» в іншому, «Спанчоси» в третьому, «Казкове місто Суми» ілюструвала я в четвертому стилі... Мені постійно, створюючи нові колекції, нові книжки, необхідно ілюструвати нове за покликом душі. Сьогодні, наприклад, такий цікавий період: мені хочеться співати, веселитись. «Спанчоси», навпаки, народжувалися за період не такого зльоту, тому що карантин, і хочеться передати дорослі, життєві емоції, які ти проживаєш тут і зараз. Я думаю, кожен був у тонкій дитячій шкірі, але діти ніколи не були в нашій шкірі, дорослій. Тому хочеться показати цей супротив поколінь. Часто нас діти не розуміють, і за допомогою цих ілюстрацій, за допомогою книжок в нестандартній формі, хочеться показати, донести найважливіше – як для дорослих, так і для дітей.*

Журн.: Чи зберігаєте Ви свої перші малюнки? Можливо, є навіть такі, які вважаєте знаковими для себе?

Гість: *На жаль, жодного малюнка не збереглося. Вчителька з малювання забрала їх кудись, не знаю, навіщо їй потрібно, мені так неприємно було... Та все ж не збереглись, на жаль. Збереглись у моїх фантазіях, думках, я їх пам'ятаю, звичайно, тому що це були фантазійні малюнки, а не змальовані звідкись. Мені хотілося за допомогою цих картинок робити і своє життя, й інших яскравішим, добрішим.*

Журн.: Кажуть, у всіх творчих людей трапляються моменти, так би мовити, прокрастинації, коли хочеться зайнятися чим завгодно, тільки не творчістю. Як ви з цим справляєтесь?

Гість: *Мені з дитинства не вистачало цієї творчості, тому що батьки особливо не підтримували, у школі вчителі не мали професійної освіти, щоб показати, як правильно малювати, не було гуртків дитячих. Зверталася до мами: «Покажи, будь ласка, як малюється цей будиночок чи квітка». Вона весь час говорила: «Я не вмію малювати, воно тобі треба? Тільки не будь художником і не будь вчителем». А для мене це було найважливішим, тому що я мріяла здобути одну з цих професій. Власне, зараз так і є. Творчості до цього часу мені не вистачає, я не можу нею насититись. І, мабуть, ніколи не зможу насититись сповна, тому що всі задуми з сучасними можливостями, технологіями я можу втілити. Я втілюю дитячу мрію щодня за допомогою ілюстрацій книжок, написанні віршів, пісень і всієї сучасної творчості.*

Журн.: Чи є якась система, можливо, традиції, ритуал, які допомагають Вам у творчості?

Гість: *Системою це назвати неможливо, адже це постійне виконання дій. Наприклад, для того щоб написати нову пісню, я починаю малювати щось в новій техніці, після цього і народжуємося пісня. Якщо я хочу зробити нову музику, я ліплю ляльки або шию для них одяг. Одне нове народжує інше нове, тобто за допомогою експериментів, творчих напрацювань створюються нові*

світи, які цікаві для мене, і потім, як результат, для глядачів, дітей та дорослих.

Журн.: Наскільки для художника важлива популярність?

Гість: *Можна бути популярним, але це не буде приносити задоволення... Із моєї точки зору, популярність дуже важлива для художника, для того щоб продавати свої картини, щоб більше тебе почули, побачили, адже я дійсно несуч певний меседж для майбутнього покоління, для людей, які живуть тут і зараз, і для себе також. Тому популярність потрібна в цьому випадку. Це може прийти і через соціальні мережі, телебачення чи живі зустрічі, яких нам зараз так не вистачає. Адже живе, воно не замінить онлайн. До того ж нові зустрічі відкривають нові портали й нові емоції, коли ти спілкуєшся з глядачем один на один. Вони дивляться на твої картини чи слухають пісні вживу, одразу в них відкриваються очі і розуміють, що цього не побачиш по телевізору чи у соцмережах. Це живі емоції.*

Журн.: Мені пощастило поспілкуватися з дитячою письменницею Анною Коршуновою, яка поділилася своїми враженнями щодо співпраці з Вами. Йдеться про створення оригінальних дитячих видань. Цікаво дізнатися: як народжується творчість ілюстратора, які взаємовідносини автора та ілюстратора?

Гість: *З Анною Коршуновою ми познайомилися близько чотирьох років тому, з того часу вийшло вже більше десяти книжок, з яких сім надруковані у співавторстві. До того ж я пишу вірші, казки, фантастичні твори, твори для дорослих самотійно. З Анною була космічна зустріч в прямому й переносному значенні. Ми познайомилися на День космонавтики, у нас був спільний захід. Анна прийшла вперше в мою майстерню. День промайнув неймовірно швидко, ми ділилися своїми задумами. Ця колаборація принесла багато книжок, до того ж з нею дуже легко і цікаво співпрацювати.*

Журн.: Було відчуття непорозуміння під час співпраці з Анною?

Гість: У нашому випадку, мабуть, пощастило. Ми розуміли з півслова одна одну, було легко працювати, і ця енергетика гарно передається в книжках.

Журн.: Чи надихнула саме Анна Коршунова на самостійне написання книжок?

Гість: Писала я з дитинства вірші, років з тринадцяти. Тоді в мене з'явилася гітара, я почала писати різні музичні твори. Тому зі мною це було постійно.

Журн.: Ілюстрування – мова, якою ви спілкуєтесь з дітьми. Чи отримуєте фідбек від читачів, наприклад, у вигляді повідомлень?

Гість: Отримую часто повідомлення, що подобається творчість. Це найголовніше. Погані відгуки мені ще не приходили. Це також дуже гарний потенціал для праці. Добрі відгуки – це коли ти даєш ту енергію і вона повертається у вигляді усмішок, розуміння. Це найприємніше.

Журн.: Незвичайні, барвисті та казкові сюжети у книгах «Світайлики» та «Засинайлики» заворожують і захоплюють, змушують забути про буденність та зануритися в справжню атмосферу дитинства... Розкажіть, будь ласка, докладніше про пошуки образів та ідей? А чи було Ваше дитинство таким же яскравим та дивовижним, як Ваш живопис?

Гість: У дитинстві мені не вистачало барв, тому що всі книжки, які я мала вдома, були проілюстровані в чорно-білому форматі. Я відкривала і постійно дивувалась: «Невже не можна було придумати щось яскравіше? Ось я виросту і обов'язково додаю фарб у книгах!» У моїх книгах вовчик не буде кусатись та забирати до лісу, а він буде добрий та буде співати гарні пісні, таким чином в мене народилися «Засинайлики» спочатку, а потім «Світайлики». У мене гарбузовий рід, і ця тема мені близька. Створилася пісня про гарбузовий сон, і потім захотілося додати, чому ми засипаємо лише, а прокидатися хто буде? І саме так з'являються «Світайлики», книжечка з унікальною назвою, її ніде немає в Google. У книжечці зображені герої, які

несуть нам світанок, вони народжують нові мрії. Мені дуже захотілося побути ще раз у дитинстві, як і кожному з нас, та співати добрих пісень, які матуся співала нам раніше. Можливо, комусь не вистачало цієї любові. Згадую приємний момент з моєї виставки, коли я заходжу і дідусь сидить, дивиться на картини та плаче. Він говорить, що ніколи в житті ні разу не проронив сльозу, а тут прийшов і згадав свою матусю, босоноге тепле, добре дитинство. І це неабияк змушує працювати далі, коли в серці глядача і слухача знаходять відгук.

Журн.: Що народжується перше – пісні, вірші чи ілюстрації?

Гість: У книзі «Засинайлики» першою виникла пісня про гарбузовий сон, а «Світайлики» почали народжуватися через ілюстрації. Немає певного рецепту, що й коли повинне з'явитися. Це народжується з середини, і ти підлаштовуєшся і поринаєш повністю у цей світ. Буває, на ранок вже розумієш, що треба йти вже на роботу, а ти ще й не лягав.

Журн.: Світлано, ви арт-тренер, до того ж маєте свою творчу студію, де навчаєте дітей та дорослих мистецтву олійного живопису. У мережі Instagram доволі часто запрошуєте на майстер-класи. Чи здатна людина, яка не має хисту, створити гарний твір? Іншими словами, чи кожному з нас до снаги створити живопис?

Гість: Стосовно питання, у мене вже практика достатньо велика, ще ніхто в Сумах не проводив такі майстер-класи. У мене вже є багато чого сказати з цього приводу... Людина, яка хоче, завжди навчиться, а яка просто приходить за красивою картинкою, ніколи не навчиться цьому ремеслу. Думають, що в людині так закладено: якщо ти хочеш знати математику, треба вчити формули, якщо англійську мову – знати іноземні слова та вчити правила, а якщо малювання, то, подумаєш, прийду, щось намалюю... А, ні, так не буває. Людина може намалювати, але з підказками вчителя, тренера. Наприклад, олійний живопис дуже відрізняється від акварельного, від того, як малювали в дитинстві олівцями... Є дуже багато технік, які я практикую.

Можливо навчитись всьому, якщо людина цього захоче. Створення картин – це праця, як не крути. Треба зрозуміти, чи хочеш ти одного разу прийти намалювати картину й забути, адже багато людей просто хоче відволіктися від повсякдення, проблем роботи, вони приходять в творчу атмосферу, відпочивають і вони щасливі. А хтось хоче дійсно навчитися малювати, можливо, у школі не вистачало часу чи робота заважала. Люди виходять на пенсію і починають створювати світи, і це неабияк приємно. Діти також можуть з будь-якого віку прийти і навчитися малювати, їх легше навчити, тому що діти не бояться експериментувати. Надавши завдання, ти дивишся, підлаштовуєшся до кожного, адже всі ми різні – як діти, так і дорослі. Хтось може більше, хтось ліниться, треба вмотивовувати людей, щоб вони старалися. Саме в таких випадках можна навчити, тільки нестандартними методиками людину влюбити в справу, якою вона займається. Мій підхід до учнів відрізняється від технології навчання в художній школі, у ній більше, як математика, треба знати формули, концепцію, світло, тінь. Усе це в нас також є, але вивчаємо ми поступово в більш ігровій формі, щоб людина не лякалася одразу. У нас немає вимоги малювати горшки звечора до рання, ми малюємо тільки те, що хоче дитина чи дорослі. Цим, власне, й відрізняється...

Журн.: За який час на майстер-класах створюється картина, якщо не відвідувати уроки?

Гість: Майстер-класи є різного формату. Можуть бути й одноразові, все залежить від розміру, 20×30 можна швидше намалювати, і від складності картини. Якщо, наприклад, хочеш навчитися малювати, то треба обов'язково відвідувати заняття в групі. Ми збираємося, усі люди романтичні такі, творчі, тому одне одного нібито заражаємо таким вірусом творчості. Ти побачив, що Лена намалювала, Оксані також хочеться це повторити, тому що техніки дуже різні. Як результат, нагородження повноцінною картиною, якою ти можеш прикрасити свою оселю або подарувати комусь. Людина повісить її і не буде соромно за неї. Це своєрідний тренд у сучасному світі – намалювати

картини власними руками. Люди все більше і більше звертаються до творчості і нових експериментів. Учні є, які два роки ходять, і шість років, творчість безмежна. Усе залежить від тебе, скільки в твоїй душі рушника, який можна стелити й стелити.

Журн.: 2019 року Ви отримали диплом відділу мистецтв бібліотеки імені Т. Г. Шевченка за активну виставкову діяльність. У вашому творчому доробку понад десяток персональних виставок. Яка з них є найдорожчою для Вас, чимось особливою?

Гість: *Найдорожча та найцінніша перша виставка. Ті почуття, ті емоції не зрівняти ні з чим. Моя перша виставка була у Сумській міській галереї. «Перше натхнення». Вона, мабуть, ніколи не забудеться. Взагалі, кожен продукт, який ти випускаєш, як дитина твоя, адже це власні думки, емоції, енергія, але перше незабутнє, ще й назва така символічна... На афіші була така хвиля, яка мене нахлинула, що й до цього часу не відпускає.*

Журн.: В інтерактивній книзі «Казкове місто Суми» на форзаці розміщена карта, яку створив Ваш син Ілля. Поділіться з нами, як краще розвивати творчі здібності дітей?

Гість: *На путівнику нашої спільної книжки з Анною Коршуною «Казкове місто Суми» ми хотіли говорити з дітьми на одній мові. Зображені ілюстрації в такому стилі, щоб дитина могла взяти й повторити ці малюнки. І коли я робила останній розворот до цієї книги очима дитини, нібито вона бере пензлик в руки чи олівець і починає робити маршрут. Було близько десяти ескізів, та я не змогла цього зробити нібито дитячою рукою. Тоді звернулася за допомогою. Чоловік у мене не малює, допомогти не зможе, а син створив саме цей путівник. Після прочитання книги дитина відкриє розворот і піде за руку зі своїми батьками чи сама, і буде знати, де й що знаходиться, коли воно народилося і яка в нашого міста цікава та неповторна історія.*

Журн.: Як можна заохотити дитину зайнятися творчістю?

Гість: *Із власного досвіду. Мій син до десяти-одинадцяти років малював і кожного разу просив мене придумати щось цікаве й нове. Ми й ляльки шили, грали в ляльковий театр, коври ткали, вишивали, що ми тільки не робили, малювали і співали. А зараз в нього такий період – чотирнадцять років, він більш самостійний, каже, що не любить читати, ніколи не буде малювати, тому що йому це не цікаво, і взагалі творчість – це не його. Дуже прикро, але я не наполягаю на тому, щоб дитину змушувати щось робити, а те зерно, яке закладене в дитинстві, обов'язково проросте. Зараз такий підлітковий період у них, нібито їжаки – один більше, другий менше. У них є супротив до кожного нашого дорослого слова, і це, мабуть, добре, що діти не хочуть прислухатися до батьків, у них є вже своя думка. Тому ні в якому разі не треба змушувати дитину малювати, співати, якщо вона цього не хоче. А ви спробуйте самі їсти кашу, якщо ви не голодні. Це найлегший спосіб – побути в цій шкурі, поставити себе на їхнє місце. Багато батьків говорять, що наша дитина не читає. Це дуже актуальна тема. Буде читати, якщо бачитиме перед собою приклад. А якщо мама не читає, тато не читає, то і дитина не буде.*

Журн.: Головне – слухати, чути і розуміти... Цікаво дізнатися про лялькарство. Звідки виникла ідея зайнятися створенням ляльок? Чи відвідували виставки майстрів?

Гість: *Це карантин дав поштовх до створення ляльок. Цей задум у голові також з дитинства. Я не любила гратися ляльками чомусь, мені подобалося малювати, порізати щось, щоб мама не бачила, створити, зліпити... Мабуть, у дитинстві я не награлася вдосталь ляльками і мені захотілося робити авторські ляльки. Із Анною Коришуною ми вперше завітали на Міжнародну виставку авторської ляльки, а авторська лялька – це щось неповторне на кожному куточку. Ми п'ять годин ходили і надихалися цими красивими картинками, витворами мистецтва. І ось так вийшло, що карантин, що робити? Давай ще ляльки спробую створювати – і так вже колекція ляльок, які вже знайшли місце не тільки в нашій країні, не тільки в нашому місті. Це той*

світ, куди хочеться ходити, коли тобі щось набридає робити творче. Як ми говорили раніше, відволікаюся ляльками.

Журн.: З яких матеріалів створюєте ляльки?

Гість: *Дуже багато технік, усі ляльки зроблені в різних технологіях. Це і глина, і матеріали, які не треба запікати, і тканина, і фарби... Знову якісь експерименти – і виходить щось нове.*

Журн.: В яких куточках світу милують око ваші роботи?

Гість: *Ляльки в Польщі і Германії. Картини майже по всьому світу, тому що картинами я займаюся досить давно, це знову таки Польща, і Америка, і Канада, і Китай... Багато вже картин відіслала – чи їх хтось подарував, чи вивезли за кордон. Це дуже приємно, що ті, пророчені мною росточки, гріють душу не лише моїй родині чи в моїй майстерні, а ще й за межами нашої країни (титри: «Світлана Качуровська – арт-тренер, письменниця, ілюстратор дитячих книг»).*

Журн.: Світлано, дякую Вам, що поділилися з нами частинкою свого життя, були відвертими... (титри: «Надія Байдак - журналіст»). Нагадую, що нашою співрозмовницею була художниця, арт-тренер, письменниця, ілюстратор дитячих книг, сумчанка Світлана Качуровська.

ВИСНОВКИ

Журналістський жанр інтерв'ю багатогранний. Він має особливу силу переконання, довіри та достовірності. На сучасному телебаченні програми в зазначеному жанрі набули широкого поширення.

Набирає обертів розповсюдження телевізійне інтерв'ю й на відеохостингу Youtube. Зокрема це стосується і кафедральних Youtube-каналів закладів вищої освіти. Для визначення місця телеінтерв'ю на платформі Youtube було проведено аналіз п'яти кафедральних та двох факультетських каналів, які здійснюють підготовку студентів-журналістів: «Philological Department», «ФЗГіЖ КНУКіМ», «Факультет журналістики ЗНУ», «Факультет журналістики. Телевізійна служба МЕРУ», «Кафедра журналістики ЧНУ ім. Б. Хмельницького» «Franko TV», «Petro Mohyla TV».

У ході проведеної роботи було з'ясовано, що жанр інтерв'ю недостатньо представлений на цих каналах. Середній відсоток опублікованих матеріалів у зазначеному жанрі становить 9%. Представлений аналіз демонструє, що телеінтерв'ю не представлено на каналі «ФЗГіЖ КНУКіМ», на відміну від інших шести.

Одне з провідних місць у медійному просторі займає жанр портретного інтерв'ю, адже прагнення аудиторії отримувати інформацію про різних цікавих суспільству людей із кожним днем зростає. Творчий доробок складається з двох телевізійних портретних інтерв'ю, які розміщені на Youtube-каналі кафедри журналістики та філології СумДУ.

Головні героїні наших матеріалів – талановиті сумчанки. Це Анна Коршунова – дитяча письменниця, журналістка та Світлана Качуровська – художниця, ілюстраторка дитячих книг.

Значну частину часу було приділено на підготовку до інтерв'ю, до якої входило: попередня зустріч із героїнями задля формулювання теми бесіди, налаштування контакту з ними; ознайомлення з їхніми творчими доробками –

книгами, картинами тощо; написання запитань, які дали змогу будувати діалог, надаючи потрібний темп та напрям розмови. Проте не всі з прописаних у сценарному плані запитань ми поставили своїм героїням, що було зумовлено логікою бесіди.

Під час зйомок особливу увагу було приділено не лише запитанням, а й психологічному налаштуванню наших героїнь. На нашу думку, бесіди є легкими, не напруженими. Також звертали увагу на локації. Місця зйомок відповідають загальній концепції. Значну увагу було приділено зовнішньому вигляду.

Осібне місце в структурі інтерв'ю посідає відеоряд. Ми намагалися його урізноманітнити, задля цього робили, наприклад, перебивки. Цікавими елементами, на нашу думку, є заставки програм. Особливо вирізняється заставка у програмі, головною героїнею якої є Світлана Качуровська. Це анімоване відео з її картин.

Отже, на нашу думку, репрезентований телевізійний продукт є вдалим, адже завдання – всебічно розкрити особистість наших героїнь, сформувати їхній телевізійний образ – було виконаним. Про це свідчить і значна кількість їх переглядів.