

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗАОЧНОГО, ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ВЕЧІРНЬОГО НАВЧАННЯ

Кафедра журналістики та філології

ІНТЕРВ'Ю В ПРОЦЕСІ ПОШУКУ ТА ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ

Interview in the process of searching and collecting information

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТз – 73 – 9с

Щербаченко Юлії Олександрівни

Науковий керівник:

Ткаченко Олена Григорівна

доктор філол. наук, професор

Суми 2021

Щербаченко Ю. О. Інтерв'ю в процесі пошуку та збору інформації [Текст] : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня «бакалавр»; спец. 061 – журналістика / Ю. О. Щербаченко ; наук. керівник О. Г. Ткаченко. – Суми : СумДУ , 2021. – 35 с.

Ефективність впливу медіа суттєво залежить від правильного підбору жанру для висвітлення інформації та дотримання його формату. Саме це спонукало студентку предметом свого дослідження обрати інтерв'ю , що в журналістиці є основним засобом збирання інформації.

У роботі визначаються особливості подачі інтерв'ю як методу збору інформації і як жанру, та здійснюється порівняльний аналіз функціонування інтерв'ю в газетах «Ваш Шанс» і «Панорама».

Ключові слова : методи збору інформації, журналістські жанри, інтерв'ю.

ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІ 1. ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ	
1.1 Стилiстичнi прийоми iнтерв'ю	
1.2 Види iнтерв'ю методу.....	
1.3 Форми організації.....	
РОЗДІЛ 2. ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНР	
2.1 Типи iнтерв'ю.....	
2.2 Режисура iнтерв'ю.....	
2.3 Умiння слухати й невербальний контакт з партнером.....	
2.4 Засоби запису iнтерв'ю.....	
РОЗДІЛ 3 ІНТЕРВ'Ю В ГАЗЕТІ «ПАНОРАМА » ТА «ВАШ ШАНС»	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	

ВСТУП

Потік інформації у сучасному світі є неперервним і швидким, саме тому сучасна журналістика спрямована на оперативну передачу інформації аудиторії.

У сучасних ЗМІ переважають журналістські матеріали інформаційного спрямування (серед них інтерв'ю), які служать для передачі певної інформації і не містять причинно-наслідкових зв'язків.

«Інтерв'ю є в журналістиці основним засобом збирання інформації. Завдання інтерв'ю є отримання висловлювання осіб на певні теми та / або про певних осіб шляхом постановки цілеспрямованих запитань. Усі можливі різновиди інтерв'ю та бесід є на разі основним джерелом інформації для нас» [3 с. 147].

Відомо, що ефективність впливу медіа суттєво залежить від правильного підбору жанру для висвітлення інформації та дотримання його формату. «Ефективність впливу інтерв'ю визначається, залежно від того, з якою метою його проведено, адже якщо формат жанру стосується мети, завдань, впливу на аудиторію, для інформування аудиторії, інформаційного орієнтування, відповідності правовим, етичним вимогам зокрема принципам журналістської етики: правдивість, об'єктивність, чесність, порядність, виконанню якнайбільшої кількості соціальних функцій. Якщо інтерв'ю як жанр має на меті маніпулювання мас-медійною аудиторією, то це однозначно є неформатом жанру інтерв'ю» [6, с. 60].

Різні аспекти функціонування інтерв'ю вивчали З. Вайшенбер, О. Гриценко, В. Здоровега, І. Михайлин, А. Москаленко, Д. Прилюк, Т. Приступенко, О. Чекмишев та інші. Усе це засвідчує актуальність обраної теми.

Мета роботи: визначити особливості подачі інтерв'ю як методу збору інформації і як жанру, здійснити порівняльний аналіз функціонування інтерв'ю в газетах «Ваш Шанс» та «Панорама».

Матеріалом дослідження слугував контент газет «Ваш Шанс» та

«Панорама».

Методи дослідження: основним методом дослідження став контент аналіз з використанням описового та порівняльного методів.

Практичне значення: результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані під час вивчення студентами журналістських жанрів та журналістами практиками у повсякденній діяльності.

Структура роботи.

Робота складається зі вступу, двох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ

Журналістика пропонує два підходи до вивчення інтерв'ю – методичний (розглядає інтерв'ю як інструмент збору інформації) і жанровий (інтерв'ю як метод організації тексту зі своїми рисами та оригінальною структурою).

Інтерв'ю в журналістиці – це самостійний жанр, що становить суспільно важливу новинну інформацію у вигляді запитань кореспондента та відповідей інтерв'юваної особи.

«Словник журналіста» подає таке визначення інтерв'ю: «інтерв'ю (від англ. Interview – буквально зустріч, бесіда) – жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною в якійсь справі людиною переважно на важливу тему, призначений для оприлюднення в мас-медіа. Інтерв'ю – розмова журналіста з політичним, громадським, культурним чи іншим діячем, призначена для публікації в пресі, передачі по радіо, показу по телебаченню» [13, с. 48].

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про те, що питання формату жанру інтерв'ю досліджували багато науковців.

Визначення внутрішніх та зовнішніх зв'язків у динамічній жанровій системі ЗМІ досліджував науковець М. Кім, який відзначив, що внутрішній зв'язок між різними жанрами журналістики обумовлений єдиним типом творчості – публіцистичним, а зовнішній – тим, що кожен жанр журналістики, на відміну, наприклад, від жанру літературного, завжди народжується потребами відображення сучасного життя з метою впливу на громадську думку [9, с. 9].

О. Чекмишев визначає інтерв'ю як жанр новинної журналістики, різновидами якого є інтерв'ю думки, інтерв'ю з очевидцями та свідками, інтерв'ю-конфронтація, інтерв'ю-прес-конференція, власне інтерв'ю з ключовою особою, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-бесіда (інтерв'ю-полілог), інтерв'ю-бесіда за круглим столом, інтерв'ю-переказ [16, с. 112].

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

протокольне), інтерв'ю-звіт, портретне інтерв'ю (інтерв'ю-замальовка), гумористичне інтерв'ю [4, с. 161–170].

Інформація, отримана методом інтерв'ю, може бути трансформована й представлена на газетній шпальті у вигляді замітки, кореспонденції, звіту, статті.

Правила отримання інформації через інтерв'ю :

Перш за все потрібно визначити мету. Потім дізнатися про якісь факти. Надати читачу важливу інформацію з поданої теми. Дізнатися ставлення чи позицію авторитетної або обізнаної у цій справі людини. Далі потрібно обрати конкретний предмет бесіди. Після чого вийти на потрібного співрозмовника та професійно оволодіти технікою бесіди.

1.1. Стилiстичні прийоми інтерв'ю

«У інтерв'ю як методі отримання відомостей є також цілком конкретні поведінкові стилістичні прийоми. Перерахуємо їх:

1. Конфронтаційний стиль виявляється, коли журналіст не довіряє своєму джерелу і в кожній події шукає подвійний, прихований сенс. Його питання часто бувають безсторонніми, каверзними. Манера поведінки журналіста вражає своєю настирливістю, він докопується до суті справи й багаторазово перевіряє факти. Тобто працівник ЗМІ стає на варті всього суспільства, вибравши для себе модель змагання.

2. Елітарний стиль протистоїть конфронтаційному, його форми зводяться до загостреного почуття соціальної відповідальності журналіста, який стоїть на варті інтересів певних соціальних груп. У цьому випадку він виступає в ролі вчителя, «соціального контролера» різних сторін життя суспільства: економіки, політики, культури. Журналіст елітарного підходу приділяє не дуже багато уваги «простій людині».

3. Партнерський стиль спілкування протистоїть двом попереднім через різні уявлення журналістів про джерела інформації. У даному підході збір інформації здійснюється в процесі людської комунікації і рівноправної взаємодії

двох людей (в результаті спільної творчої діяльності журналіста і його співбесідника). Партнерський стиль пропонує журналістам змінити професійне мислення з позиції «збору інформації» на «пошук новини». Адже сама новина може бути вироблена лише тоді, коли зацікавленість у комунікації присутня в обох сторін, а не тільки в журналіста. Цей підхід вимагає більшої самовіддачі автора й проникнення у світ співбесідника» [10, с. 20].

Але інтерв'ю іноді називають ненадійним інструментом збору інформації. Основні підтвердження цьому такі:

1. Людська пам'ять ненадійна, вона може одні факти зберігати, інші губити, тому небезпечно покладатися лише на відомості опитуваного, навіть якщо він здається цілком щирим, все-одно їх треба перевіряти;
2. Зміст відомостей, отриманих в інтерв'ю, багато в чому залежить від взаємин інтерв'юера й опитуваного. Так різні журналісти при одній і тій же схемі дослідження можуть одержати різні результати;
3. Сам інтерв'юер також може бути причиною перекручування фактів через вибірковість сприйняття, властивості пам'яті, увагу.

1.2 Види даного методу

Залежно від цілей можна виділити наступні види інтерв'ю як методу збору інформації:

Інформаційне інтерв'ю – націлене на збір матеріалу для новин, відрізняється оперативністю. Кістяком типового інтерв'ю є питання: хто? Що? Де? Коли? Чому? Навіщо? Формулюючи питання під час такого інтерв'ю, журналіст при дослідженні ситуації частіше покладається на свою спостережливість, бо часу заздалегідь підготуватися зазвичай не вистачає.

Оперативне інтерв'ю – різновид інформаційного, тільки в більш стислому варіанті. Вислови експертів, фахівців у якій-небудь області з конкретного приводу є обов'язковою складовою новинних матеріалів.

Є ще один вид інтерв'ю, який ставить перед собою мету збору різних думок

з якого-небудь конкретного питання. Популярну форму таких інтерв'ю представляє **бліц-опитування** або **опитування на вулиці**. Характерна особливість таких інтерв'ю – постановка однакових питань якнайбільшій кількості опитуваних (представникам однієї або різної соціальної групи).

Інтерв'ю-розслідування – проводиться з метою глибинного вивчення якої-небудь події або проблеми. Воно не зв'язано жорсткими тимчасовими обмеженнями. Предмет розслідування може бути складним і суперечливим. Важливо приділити увагу постановці цілей, вивчити всі письмові джерела й добре продумати стратегію бесіди. Найважливішою ланкою тут є питання. У інтерв'ю-розслідуванні можуть бути задіяні декілька персонажів із різними темпераментами й соціальними ролями. Причому до кожного з них повинен бути знайдений індивідуальний підхід.

Інтерв'ю-портрет – сфокусовано на одному героєві, проте для підготовки бажано заздалегідь провести не одну зустріч із людьми зацікавленими, близькими або, навпаки, із сторонніми спостерігачами.

Героєм такого інтерв'ю може стати людина, яка проявила себе в якій-небудь сфері суспільного життя і привертає інтерес широкої публіки.

Інтерв'ю-бесіда – журналіст виступає фактично на рівних із своїм співбесідником. Перша умова такого інтерв'ю – великий професійний досвід, творча репутація журналіста. Друге – правильний вибір співбесідника, за допомогою якого через його здібності, вчинки або соціальне положення журналістові вдасться вийти на глибокий рівень узагальнень, побачити в проблемі драму, а в персональній долі – загальнолюдський початок.

1.3 Форми організації інтерв'ю

Журналістам доводиться ставити питання в різних ситуаціях, які залежать від різних, іноді і непередбачених обставин. Але частіше інтерв'ю відбувається в заздалегідь відведених місцях і в традиційних форматах.

Прес-конференція – це колективне інтерв'ю, коли журналістів запрошують

на зустріч із персоною, джерелом інформації, в певний час і в призначеному місці. Прес-конференції зазвичай скликаються з певних інформаційних приводів із метою розповсюдження, роз'яснення або спростування якої-небудь інформації. Збираючись на прес-конференцію, треба мати на увазі, що вона завжди обмежена часом, тому журналістові варто поквапитися ставити питання. Якщо ж отримати необхідну інформацію так і не вдалося, слід поставити питання після закінчення прес-конференції.

Вихід до преси – мала форма прес-конференції для інформування журналістів про підсумки минулого заходу (засідання, переговорів). Вона заздалегідь не планується. У цього заходу є вразливе місце: ініціатива належить ньюсмейкерові, який і визначає дозу інформації.

Але є і перевага: робиться він «по гарячим слідам» події, коли емоції після дискусій ще не уляглися. Тому журналістам треба дуже уважно слухати відповіді й стежити за настроєм відповідача.

Брифінги – це плановий захід, який проводиться з регулярною періодичністю і присвячується розповсюдженню поточної інформації про діяльність організації або компанії. На них оповіщаються трактування найбільш актуальних подій політики. Можна почути офіційну статистику, дізнатися про плановані заходи.

Складним форматом інтерв'ю є **«круглий стіл»**, на якому журналіст веде розмову з декількома учасниками. Тут функції інтерв'юера ширші. У його завдання крім питально-відповідного спілкування входить ще й управління бесідою. Особливу увагу треба приділити підготовчій стадії, продумати стратегію зустрічі, чітко написати сценарій. Журналіст, щоб не втратити контроль над ситуацією і домогтися потрібного результату, повинен стати режисером.

Інтерв'ю по телефону – головним аргументом на користь телефонного інтерв'ю є чинник часу. Сьогодні по оперативності телефонному дзвінку конкуренцію може скласти, мабуть, тільки спілкування по електронній пошті. Будучи в такому форматі, можна залишатись у піжамі й капцях, просто зняти трубку й набрати номер. Таке інтерв'ю цілком надійне, коли потрібно зібрати або

підтвердити факти. Під час телефонного інтерв'ю журналіст не може повністю контролювати ситуацію. Співбесідник може раптово у будь-який момент обірвати розмову.

Отже, інтерв'ю – це не обмін думками, а одержання інформації від опитуваного, який виступає об'єктом дослідження. Журналіст націлений на одержання інформації, тому обмін думками в інтерв'ю найчастіше неприпустимий.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНР

Виділення жанру «інтерв'ю» відбулося в результаті ряду публікацій, при створенні яких було застосовано метод інтерв'ю, який фіксує реальний процес інтерв'ювання чи спеціально будується в питально-відповідній формі (формі інтерв'ю). Тобто жанр інтерв'ю є результатом методу інтерв'ю. На сучасному етапі розвитку журналістикознавства багато дослідників приділяли увагу вивченню інтерв'ю як жанру. Серед них: О. Гриценко, В. Здоровега, І. Михайлин, А. Москаленко, Д. Прилюк, Т. Приступенко та ін.

Існує чимало різноманітних дефініцій інтерв'ю, як самостійного жанру. Серед них можна виділити такі:

«Інтерв'ю (від англ. *interview* - буквально зустріч, бесіда) – це жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною у якійсь справі людиною переважно на значущу тему, призначена для оприлюднення у мас-медіа» [5, с. 169].

«Інтерв'ю – жанр публіцистики, бесіда журналіста з одним або декількома особами по яких-небудь актуальних питаннях» [1, с. 98].

«Інтерв'ю – це призначена для друку (або передачі по радіо, телебаченню) бесіда з якою-небудь особою» [2, с.157].

«Інтерв'ю – жанр, за допомогою якого фіксуються висловлювання певних осіб щодо тих чи інших тем, а також інформація про самих осіб» [11, с. 101].

Застосування жанру інтерв'ю, вибудованого за схемою «запитання-відповідь», викликає зміни в читацькому сприйнятті газети, адже увагу читачів починає привертати вже не тільки інтерв'юований, а й сам інтерв'юер (його особистість).

Журналіст завжди керує ходом бесіди. Мистецтво інтерв'ю полягає в тому, що аудиторія отримує можливість порівняти погляд журналіста з компетентною особою. І чим більше їх погляди будуть не співпадати, тим «гарячішим» вийде це інтерв'ю. Задача ж працівника ЗМІ – відшукати точку зору співрозмовника, розповісти про нього та створити психологічний портрет самого

інтерв'ююваного.

Найважливішою жанровою ознакою інтерв'ю є збереження висловлювань респондента – його живої індивідуальної мови, особливості мислення. Для журналіста надзвичайно важливо все це вловити й зафіксувати. Суб'єкт і об'єкт цього жанру беруть участь у розмові для інформаційного насичення третього учасника комунікації – аудиторії.

Жанрова різноманітність і різнобарвність типів допомагає журналістам: 1) розширювати коло читачів; 2) знаходити й розкривати нові можливості пошуку інформації, подавати матеріал у досить незвичній та оригінальній формі; 3) вдосконалювати власну майстерність. Адже вміння „витягнути” потрібну інформацію – головне завдання журналіста!

2.1 Типи інтерв'ю

Інтерв'ю - це унікальний акт спілкування, і кожне з них потребує власного підходу. **Типи інтерв'ю :**

1. *Інтерв'ю на робочому місці* – особливо плідне, бо всі фактичні дані під рукою, журналіст виступає в ролі спостерігача.

2. *Інтерв'ю вдома у респондента* – виграшне, бо журналіст зустрічається з об'єктом, як з приватною особою. Побут, домашня атмосфера можуть гарантувати додаткову можливість отримання цікавої інформації.

3. *Інтерв'ю в редакції* – журналіст приймає співрозмовника на своєму робочому місці, але він позбавлений можливості спостерігати. Журналіст на нього повинен погоджуватися в крайньому випадку, коли об'єкт ні на що більше не згоден.

4. *Інтерв'ю по телефону* – використовують для особливої оперативності, перевірки окремих деталей інформації. Повноцінне інтерв'ю по телефону неможливе, але для уточнення певних фактів його можна використати.

5. *Інтерв'ю в інтер-ситуаціях* – журналіст пропонує зустрітися в якій-небудь інтер-ситуації: за обідом у ресторані, у перукарні, просто на вулиці,

сполучивши прогулянку з бесідою.

6. *Інтерв'ю не для запису* – використовується тоді, коли журналіст має справу з криміногенними колами. Об'єкт не проти, щоб журналіст розповів про нього, але боїться, що записані матеріали можуть бути використані проти нього.

7. *Інтерв'ю не для запису і не для використання* – погоджуватися слід у крайньому випадку, бо цю інформацію не можна буде використати в журналістському творі. Але після цього можна самому розібратися в проблемі й вийти на інші джерела.

В літературі також прийнято розрізняти **інтерв'ю-монолог, -звіт, -діалог, -анкету, -полілог, -зарисовку, прес-конференцію**. Така класифікація доктору філологічних наук Володимиру Здоровезі видається суперечливою і невдалою. На його думку, доцільніше поділяти інтерв'ю на різновиди за завданням, яке вони виконують за призначенням. Із цього погляду всю сукупність творів цього жанру можна поділити на три групи: оперативно-інформаційні (оперативність, точність), цікаво-розважальні (незвичність, інтригуюче-розважальний початок), пізнавально-аналітичні (оригінальність, глибина і значимість суджень).

2.2 Режисура інтерв'ю

Роботу над інтерв'ю можна розкласти на три послідовні стадії: підготовка, проведення, завершення.

Складові підготовки до інтерв'ю:

Загальна підготовка – триває все професійне життя журналіста й полягає у створенні власної особистості, в набутті ерудиції, необхідної для спілкування з будь-якою людиною, в засвоєнні загальних правил мистецтва спілкування, використання прийому «розв'язування язика».

Конкретна – полягає у вивченні питань чи комплексу проблем, які журналіст прагне дізнатися шляхом інтерв'ювання, у вивченні спеціальної літератури, новітніх поглядів на проблему, ознайомленні з можливими документами.

Психологічна – полягає у внутрішній налаштованості на розмову, у виборі місця й часу інтерв'ю, його цілі, вивчаються інформаційні ресурси, здійснюється перший контакт із співбесідником, призначаються час і місце зустрічі, продумується стратегія бесіди й основна тематика питань.

Визначення цілей інтерв'ю. Це стартова позиція. Від того, наскільки ясні цілі, залежить успіх усіх наступних кроків. Задумане інтерв'ю треба перевірити, поставивши перед собою декілька запитань:

Навіщо хочу взяти інтерв'ю? Яких результатів очікую?

Чому для вирішення даної ситуації обраний саме цей співрозмовник?

Чи цікавий він мені особисто?

Чи є до нього інтерес у широкої публіки?

Якщо після відповідей у журналіста не складеться ясне уявлення про те, заради чого повинно відбутися намічене інтерв'ю, то бесіда може перетворитися на безглузде базікання.

Попереднє дослідження. Залежно від поставлених цілей збір робочого матеріалу про героя або ситуацію, в яку він залучений, може або проводитися за повною програмою, або обмежитися коротким пошуком, або взагалі не проводитися. Підготовка або експромт - ось вибір, який доведеться зробити журналістові перед кожною своєю зустріччю. Ось що із цього приводу думають два досвідчені журналісти.

Призначення зустрічі. Частіше переговори про інтерв'ю здійснюються по телефону. Журналісту треба мати на увазі одну дуже важливу обставину: ніхто йому не зобов'язаний давати інтерв'ю. Тому треба бути ввічливим, стриманим і комунікабельним. Домовляючись про зустріч, призначаючи час і місце, треба прислухатися до побажань співбесідника. Від цих обставин залежить, чи комфортно себе відчуватиме герой інтерв'ю. Тому найчастіше зустріч призначається на його території і в слухний для нього час. На зустрічі не спізнюються.

Інтерв'ю – розмова, яка будується за певними правилами професійного журналістського спілкування. Протікає воно в питально-відповідній формі, коли

журналіст питає, а співбесідник відповідає. Тому формула успіху полягає в тому, наскільки професійно задаються питання і як повно на них відповідають.

Підготовка запитань. За них можна сідати після того, як визначені цілі інтерв'ю, вивчені всі можливі допоміжні матеріали. Попередня робота з джерелами допоможе визначити основну тематику питань, продумати їх послідовність. Розробляючи стратегію інтерв'ю, слід залишити час для незапланованих питань і відповідей.

Проте інтерв'ю – це не тільки вміння ставити питання. Воно включає інші, не менш важливі вербальні компоненти, сприяючі успіху комунікації. З чого починається розмова двох людей? Звичайно зі слів вітання.

Зустріч із співбесідником. Тактика вітання залежить від конкретної ситуації, ступеня близькості з героєм, його соціального статусу. Звичайно, є ідеальні «на всі часи» нейтральні форми «Здрастуйте!»; «Добридень!».

Преамбула інтерв'ю. «Розминка». Короткою підготовчою розмовою на початку інтерв'ю можна досягти великих результатів.

По реакції співбесідника на перше звернення журналіст одразу може визначити психологічний стан свого героя: а) у якому він настрої; б) поспішає чи ні; в) чи виявляє цікавість до розмови; г) чи вестиме відверту бесіду або має намір приховувати інформацію. Преамбула виконує завдання встановлення контакту між журналістом і співбесідником, взаємного пошуку «спільної мови». Вірний шлях - поговорити про те, що входить у сферу інтересів вашого героя, причому бажано, щоб предметом розмови стало захоплення або заняття, що викликає в людини позитивні емоції.

2.3 Уміння слухати та невербальний контакт із партнером

Журналіст повинен не тільки уміти говорити, ставити запитання, але й уважно слухати. Від того як він слухає співбесідника, сприймає інформацію, як аналізує факти, відокремлюючи головне від другорядного, встановлюючи причинно-наслідкові зв'язки, залежить, яке повідомлення буде передано публіці.

«Головне – слухати. Слухати не для того, щоб показати людині, як він тобі цікавий, а щоб знати, що тобі запитати далі. Це основне моє правило». Але є і протилежна думка: «Йдеш на перше інтерв'ю, – радив мені отець, теж журналіст не давай співбесідникові рота розкрити! У другий вечір вже можеш не тільки говорити, але і слухати, і ось тоді розмова вийде» [1, с. 110].

Проте прагнення до дослівної, стенографічної точності, запису розмови може перешкодити журналістові зрозуміти суть того, що відбувається. Це не означає, що не потрібно вести акуратних і точних записів, просто вони не повинні ставати самоціллю, поглинати весь час, яке можна приділити й іншим складовим комунікації.

Інтерес до співбесідника повинен бути проявлений навіть у тому випадку, якщо його погляди, дії або оцінки яких-небудь подій протилежні позиції журналіста. Слід враховувати, що ефективне спілкування журналіста і його співбесідника є також результатом їх спільної згоди слухати й розуміти один одного. Небажання хоч би однієї зі сторін брати в цьому участь може все зруйнувати.

У результаті такого контакту отримана інформація виявляється не менш важливою, чим словесна. Причому фізична зовнішність людини, його міміка, жести, голос, постава, хода надають навіть сильнішого враження, ніж слова.

При зустрічі з людьми ми звертаємо увагу на наступні деталі зовнішності людини, що характеризують її як індивіда, особу: фізична зовнішність і її елементи (вік, зріст, вага, колір шкіри); функціональні прояви зовнішнього вигляду (міміка, жестикуляція, хода, постава, голос) і деталі зовнішнього оформлення (одяг, макіяж, прикраси). А також мова невербальної комунікації доповнюється такими деталями, як дистанція між партнерами.

Зовнішність. По зовнішньому вигляду людини визначають його стать, расову приналежність, вік, стан здоров'я. Залежно від зовнішніх характеристик героя вибирається і певний стиль спілкування з ним. Більшість людей в процесі спілкування найчастіше концентрують увагу на обличчі партнера, особливо на *очах*. У них відбивається: смуток, гнів, радість, страх... Очі, як затверджують

фахівці, є головним органом невербального спілкування, а візуальний контакт – це початковий крок до взаємодії людей. Якщо партнер уникає прямого погляду в обличчя, або ховає очі – це показник того, що він щось приховує або не впевнений у собі. Якщо ж погляд самого журналіста не буде прямим і відкритим, це можна розтлумачити як знак неповаги або неуваги до співбесідника. Проте, дивлячись на нього дуже довго, можна перешкодити спілкуванню.

Хороше враження справляє *усмішка*. Якщо розмова супроводжується щирішим і добродушною усмішкою, це лише сприяє розвитку відносин. Усмішка допомагає встановлювати контакт з людьми в дружній і невимушеній формі. Проте вона може і перешкодити, якщо не відповідає характеру розмови, набудую журналіста, відносинам співбесідників, що склалися в ході бесіди.

Образ людини формують також *жести*, по яких можна судити про її ставлення до якої-небудь події, особи або предмету. Наприклад, в стані емоційної напруги у людей виникають багатообразні метушливі рухи: чухання голови, підборіддя, очей, лоба; нервові постукування пальцями рук по столу. Неспокій виражається і в тому, що людина крутить в руках різні предмети – ручку, окуляри, закручує і розкручує листок паперу. Збентеження виражається в тому, що совається на стільці, частому похитуванні голови, покусуванні губ, відкиданні волосся.

Якщо журналіст зможе «читати» по таких ознаках свого героя це допоможе йому контролювати психологічний клімат розмови. Проте й сам він повинен контролювати свої жести.

2.4 Засоби запису інтерв'ю

Журналісту необхідно будь-яким способом зафіксувати все сказане співбесідником. Є два основних принципово різних способи, які застосовують працівники друкарських ЗМІ для запису відповідей на запитання: паралельний і відкладений. У цих випадках журналіст використовуючи папір. Мета одна – не тільки зібрати, але й зафіксувати матеріал по можливості з максимальною

точністю, щоб в тексті не спотворився сенс висловів, а всі факти й відомості, що прозвучали у відповідях, були відтворені в режимі дослівного цитування. Отже, основні способи запису інтерв'ю:

Блокнот. До того як був винайдений диктофон, у журналістів взагалі не було вибору. Інтерв'ю записувалося від руки – ручкою або олівцем на папері. Для полегшення з'явився диктофон – мініатюрний магнітофон для запису голосу. Але ручка і блокнот залишилися незмінними професійними інструментами. їм і зараз віддають певну перевагу більшість досвідчених журналістів. Чому?

Записуючи інтерв'ю від руки, журналіст вирішує відразу декілька завдань: 1) економить час, який необхідно витратити на розшифровку диктофонного запису; 2) робить позначки про хід бесіди, записує свої враження про реакції співбесідника; 3) переконує співбесідника в серйозності намірів, розвіює його сумніви в тому, що вислови не будуть спотворені. Да і сам співбесідник виявляє підвищену цікавість до предмету розмови, коли бачить, що журналіст активно за ним записує. Проте є в цій традиції запису інтерв'ю і свої недоліки. Увага журналіста відволікається лише на процес запису відповідей. У результаті можна пропустити мимо вух центральну думку героя. Запис відповідей в блокнот не може дослівно передати все сказане. Швидке письмо, індивідуальні скорочення і стиль запису можна потім не зрозуміти. Тому розшифровувати написане бажано одразу після розмови, під впливом свіжих вражень від почутого. Інакше розібратися в своїх «карлючках» не зможе навіть сам автор. Хоча вихід із цієї ситуації є – треба навчитися стенографувати.

Диктофон. У наші дні більшість журналістів крім ручки й блокнота використовують для запису своїх інтерв'ю диктофони. На їх думку, так можна досягти повноти запису. Наприклад, коли фізично неможливо здійснити запис від руки: на морозі, при недостатньому освітленні або при великому скупченні людей.

Переваги диктофона: 1) дає можливість миттєво реагувати на невербальні сигнали (міміку, жести, погляд); 2) допомагає акуратно і точно цитувати співбесідника.

Але є в диктофонного запису й деякі недоліки: 1) він додає напруги в хід бесіди і може вплинути на щирість відповідей; 2) він не дозволяє вибирати саме головне й потрібне, а фіксує все, навіть малозначущу інформацію; 3) диктофон притупляє увагу журналіста, створює помилкове відчуття безпеки: все і так запишеться; 4) необхідність розшифровки всієї аудіокасети, пошук потрібної цитати майже удвічі збільшує процес підготовки тексту; 5) диктофон може в будь-який момент зламатися, або «сядуть» батарейки, або закінчиться плівка.

Підготовка інтерв'ю до друку

Схема дій при підготовці інтерв'ю до друку приблизно така: розшифровка, скорочення, монтаж і редагування, підгонка під відведений формат, твір заголовка, підзаголовка, ліда. Послідовність операцій, як правило, індивідуальна.

По влучному виразу Анатолія Рубінова, запис інтерв'ю, яким передували всі стадії роботи журналіста – підготовка, проведення бесіди й етап, що завершує контакт із героєм, – може бути всього лише «фаршем», із якого потім слід «ліпити і смажити котлети» [1, с. 120].

Для інтерв'ю, в центрі уваги якого знаходиться подія, бажано послідовність питань підпорядкувати хронологічному порядку. Варіант драматичного розвитку сюжету по голлівудських мірках складається з наступних блоків: спочатку зав'язка – нормальне життя, потім кульмінація історії – руйнування звичного устрою; в кінці сюжету – відновлення справедливості і норм життя.

Драматургічні підходи нерідко застосовуються в портретних інтерв'ю із знаменитостями. Сюжет розвивається по голлівудських законах: спочатку він (вона) – звичайні люди з щасливим дитинством, потім трапляється катаклізм (хтось вмирає, когось не приймають в інститут, від когось йде чоловік, дружина і тому подібне), після цього герой долає всі перешкоди, а кар'єра й життя налагоджуються.

Далі рекомендується в потрібній послідовності змонтувати питання і відповіді. Тут підхід може бути такий: кожне питання повинно логічно витікати з попередньої відповіді. Журналісти ще називають цей прийом «з'єднанням крапок». Це робить текст легким для читання. Журналіст при цьому як би веде

читача за собою, за логікою своєї думки. Прийом цей може створити ефект незримої співучасті читача в діалозі журналіста й героя публікації.

Під час підготовки інтерв'ю постає питання: до якого ступеня можна змінювати первинний варіант розмови? Вирішуючи це, треба врахувати два аспекти. *По-перше*, бесіду ведуть два учасники, і редагування їх мови повинне підкорятися різним правилам і нормам. *По-друге*, втручання і «перекручування» тексту бесіди – серйозніша правка, що може призвести до проблеми цитування.

З першого питання думки журналістів розділяються. Одні вважають, що у тексту інтерв'ю два автори – журналіст і його співбесідник. Відповідно перший може як завгодно модифікувати свою частину, але не має права на втручання в мову свого співбесідника. На думку інших, у інтерв'ю один автор, журналіст і його ініціатива – публікувати або не публікувати, правити або віддати текст в друк без правки, щоб видно були вади мови співбесідника.

У кожного підходу є свої плюси і мінуси. Наприклад, якщо «працюєш» тільки над своїми питаннями, підганяючи під них «незаймані» відповіді, є небезпека лише себе показати людиною гострого розуму, а свого опонента виставити в невігідному світлі. Інший підхід теж не завжди виявляється чесним по відношенню до співбесідника, оскільки чреватий небезпекою спотворення сенсу, підгонки змісту під ідею, сконструйовану журналістом, але далеку від того, що мав на увазі його співбесідник.

І ще дуже важливий момент, який не можна забувати при підготовці тексту для друку, – обов'язкова перевірка правопису імен і прізвищ, що згадуються що інтерв'юється, а також географічних назв і статистичних даних. Записане в блокнот на слух або на диктофон може бути неточно розшифровано і привести до помилок в публікаціях.

Заголовок, підзаголовок, лід, ілюстрації.

Сприйняття читачем газетного тексту складається з комплексу чинників, в які входять всі елементи дизайну смуги. Хоча її дизайном і версткою журналісти не займаються, вони беруть безпосередню участь в створенні елементів, заголовка, підзаголовка, ліду. На них нерідко покладається підбір ілюстрацій.

Заголовок – перше, що привертає увагу при погляді на газетну смугу. до матеріалів, виконаних в жанрі інтерв'ю, підходять цитати – найбільш яскраві вислови героїв, які відображають основний сенс тексту або один з його виразних компонентів, що запам'ятовуються, символічні.

Підзаголовок роз'яснює або уточнює основний заголовок, допомагає читачеві знайти точніші орієнтири для розуміння матеріалу. При їх створенні можна використовувати всі елементи виразних засобів – факти, образи, нормативи. Але якщо заголовок частіше привертає своїми образами і символами, то підзаголовок як би «приземляє» читача, вносить конкретизуючий початок, фактично дається короткий опис ситуації – що відбулося і де це трапилося.

Лід стисло і стисло знайомить із змістом матеріалу, вирішуючи свою задачу – ще більше захопити читача, утримати його увагу, змусити прочитати текст до кінця. Він служить швидше для «приманки», збудження інтересу, зводячи нанівець інформуючий початок.

Знімки до матеріалу є невід'ємною частиною твору і додають йому естетичну завершеність. Для оформлення газетного інтерв'ю більше всього підійдуть знімки, на яких зображений герой матеріалу. Якщо інтерв'ю присвячене якій-небудь події, то як ілюстрація можна публікувати фотографію місця, де воно відбулося, або конкретного об'єкту. Коли дозволяє макет, можна розмістити декілька знімків.

Ну, і останній, не менш важливий штрих оформлення – підписи до ілюстрацій і фотографій. Вони повинні нести інформаційне навантаження.

РОЗДІЛ 3. ІНТЕРВ'Ю В ГАЗЕТІ «ПАНОРАМА » ТА «ВАШ ШАНС»

У роботі ми проаналізуємо інтерв'ю як жанр та як метод збору інформації у двох газетах – «Панорама» та «Ваш шанс». Мною розглянуті публікації за три місяці (березень, квітень, травень).

1. Інтерв'ю як метод збору інформації

Інтерв'ю як метод збору інформації передбачає використання в тексті специфічних фраз, вставних конструкцій, слів, які, в залежності від змісту, вказують на своє призначення. «Ваш шанс» найчастіше використовує такі «підводки» до цитат: «по мненню...», «по его словам», «резюмировал...», «... опровергает», «по словам...», «признал, что...», «заявил, что...», «заверил, что...», «утверждают, что...», «считают, что...», «о ... рассказывают, что...», «говорит... », «как оказалось...», «ВШ спросил у...», «мы связались с...», «нам рассказала...», «как выяснилось...», «с этим вопросом мы обратились...», «задаём вопрос...».

«Панорама» використовує подібні слова та вставні конструкції: «...созналась», «по её словам», «заметила...», «планирует...», «об этом говорят и...», «в ... подтвердили», «... сообщило», «... жалуется», «... пришёл к выводу», «по нашей информации...», «объясняет...», «по свидетельствам...», «сетует...», «.. .уверен», «как заявил...».

Елементи інтерв'ю в матеріалах використовуються з різних причин. За метою, з якою вводяться в текст ті чи інші слова певної особи, можна виділити такі:

- Для підтвердження або заперечення того чи іншого факту;
- Для висловлення певної точки зору;
- Для уникнення суб'єктивності (коментування події словами спеціаліста);
- Для інформування.

Підтвердження або заперечення того чи іншого факту

Підтвердження та заперечення словами компетентних осіб використовують в обох газетах. Різниця лише в тому, що з опрацьованих матеріалів видно – «Панорама» частіше підтверджує, «Ваш шанс» – заперечує: «Помощь с нашей стороны будет идти в размере 10% от стоимости проекта. Договор в горисполком дали, с вашей стороны он прорабатывается, в счет 10% готовы осуществлять платежи», – подтвердил Николай Гузеев» («Панорама». 14-21.05.08. «Сумской «Киев» реконструируют»). «В облСЭС подтвердили, что базовая станция, в простонародье именуемая «вышкой», имеет все законные основания для размещения. Врач-гигиенист лаборатории электромагнитных полей и других физических факторов Наталья Стойко сообщила, что базовая станция компании «Киевстар» имеет санитарный паспорт, выданный центральной санэпидемиологической станцией МОЗ. Превышения гранично допустимых уровней электромагнитного излучения на территории возле установки нет» («Панорама». 21-28.05.08. «Безвредно. но «стрёмно»), «Однако главный городской архитектор Сергей Винтоняк опровергает это обвинение. По его словам, проект рынка руководство торговой зоны должно заказать в любой проектной организации, а вовсе не в управлении архитектуры, которое не занимается проектированием. И директора об этом прекрасно знают. «В результате в управление архитектуры пришел только владелец рынка на ул. Роменской. Он заказал градостроительное обоснование и сейчас оформляет земельный участок. Остальные, на мой взгляд, просто ищут причины», - резюмировал Сергей Ярославович. Между тем, по его словам, почти все сумские рынки можно абсолютно спокойно закрывать. Так как все они, за исключением рынка ЧП Рукавишниковой на Привокзальной, Момотенко и Гамолина на Курском и Центрального рынка, не введены в эксплуатацию» («Bill». 14.05.08, «Кто же не хочет: архитектура или рынки?»)

Висловлення певної точки зору

Мета журналістики – доносити до соціуму різноманітну інформацію, яка висвітлюється з різних сторін. Для того, щоб показати кому саме ця думка

належить та яка позиція тієї чи іншої особи щодо проблеми що розглядається, журналісти в своїх матеріалах використовують цитування отриманої в процесі інтерв'ю думки. Зокрема у «Вашому шансі», майже кожен матеріал містить цитату подібного типу. Наприклад: «По мнению начальника управления ЖКХ ОГА Владимира Шамрая, Сумщина перезимовала удовлетворительно. И это при том, что нормальной-то зимы с крепкими морозами не было» («Bill». 7.05.08. «Зима закончилась - пора готовится к зиме»), «Владимир Шамрай считает, что такое состояние отрасли частично связано и с тем, что недорабатывают местные органы власти...» («ВШ»,7.05.08, «Зима закончилась - пора готовится к зиме»), «По мнению экспертов, причиной гибели рыбы стал электрический разряд, так как у рыб выявлен разрыв сердечной мышцы и воздушного пузыря» («ВШ», 7.05.08. «Не молния, а браконьеры?»), «По мнению заммэра Олега Сухоноса, самой большой проблемой местных рынков являются не мелкие недоработки по замощению и пр., а управление архитектуры. Так как руководство Курского рынка и рынков Заречного потребительского общества неоднократно заявляло о своей готовности реконструировать эти торговые зоны. От архитекторов лишь требовалось разработать план детальной планировки, проекты. Но уже полгода управление архитектуры не может предложить своего видения будущих рынков. В итоге даже «Концепцию развития сумских рынков» городу пришлось принимать без решения внешнего вида современных торговых зон!» («ВШ», 14.05.08. «Кто же не хочет: архитектура или рынки?»).

«Панорама» також широко використовує цей вид цитування: «По словам председателя депутатской комиссии Сумского горсовета Владимира Войтенко, городская исполнительная власть парализована. «Я считаю, что мэр Геннадий Минаев должен назначить юридическое разбирательство, касающееся этого земельного участка, по крайней мере – 0,0567 га. Если участок станет свободным, он всё равно будет выставлен на аукцион», — сказал он» («Панорама». 7-14.05.08. «Юридическая война»), «Активист поискового движения «Гвардеец» Сергей Беспалов считает, что останки бойцов следует предавать земле согласно воинским ритуалам, предварительно отслужив молебен по погибшим»

(«Панорама», 7-14.05.08, «Вахта пам'яті»).

Але, все ж таки, цитування з метою висловлення точки зору зустрічаються частіше у «Вашому шансі», іноді кілька раз в одному матеріалі, а «Панорама» ж віддає перевагу авторським позиціям щодо проблем.

Уникнення суб'єктивності (коментування події словами спеціаліста)

Коментарі – дуже поширений вид цитування, адже саме вони допомагають уникнути суб'єктивної точки зору автора, викликають довіру у читача до поданих підсумків, виводять матеріал на вищій професійний рівень.

У багатьох матеріалах «Панорами» є коментарі. Наприклад у публікації «Безвредно, но «стрёмно»: «Электромагнитное излучение от базовых установок мобильных операторов есть. Получаем мы его в микродозах, как и излучение, например, от мобильных телефонов. Основное его свойство – накопительная энергия», – считает кандидат физико-математических наук, заведующий кафедрой физико-математического факультета СГПУ им. Макаренко Владимир Шамоня и объясняет, что это излучение высокочастотное и дальше кожи не проникает» (***«Панорама». 21-28.05.08***).

«Ваш шанс» також використовує коментарі: «Проблема в том, что создание экомиллиции как подразделения горотдела милиции противоречит действующему законодательству Украины, – говорит начальник отдела по вопросам взаимодействия с правоохранительными органами и оборонномобилизационной работы горсовета Анатолий Носаль. – Городская власть не раз обращалась в Министерство внутренних дел с просьбой создать отряд экомиллиции в Сумах, но, к сожалению, получала отказ. Создавать подразделение в составе городской милиции за деньги городского бюджета мы не можем, так как, по закону, эту структуру нельзя содержать за счет средств двух бюджетов. На данном этапе рассматриваются другие возможности создания экомиллиции» (***«ВШ». 7.05.08 «Бросил бумажку –плати»***), «Поскольку ставок, находящийся практически в центре Рудневки, не входит в границы сельсовета, на нем запрещено рыбачить до 2 июня, пока не закончится нерест. У охраняющих же его людей есть удостоверения рыбинспекторов, поэтому в данный момент они не разрешают

рыбачить вполне законно. Тем более, что, как правило, местные жители идут «отдыхать» вовсе не с удочками, а с орудиями лова, запрещенными в любое время года. Единственное, что можно считать нарушением со стороны арендатора и охраны ставков, – это то, что они не брали разрешения на установку будки, находящейся за пределами арендованного участка. Вообще же причиной спора является вовсе не отсутствие возможности посидеть с удочкой на берегу общего ставка, когда нерест закончится. Это может сделать любой желающий. И мы уже поднимали вопрос о создании общества рыболовов, которое могло бы, собрав не такие уж большие взносы, взять в аренду ставков и разводить там рыбу, как это делают во многих селах. И члены этого общества могли бы рыбачить сколько угодно. Но почему-то это предложение рыбаков не устроило – ведь тогда рыба была бы уже общей, и уже сами члены общества следили бы за соблюдением правил лова. А значит, поймав кого-то с сетками и шуколовками, наказывали бы. Сейчас же следить за этим некому, и каждый стремится выловить рыбу первым, не заботясь о ее охране... Потому и вмешательство охраны арендованного ставка воспринимается негативно.

Что же касается доступа к водоемам вообще, то даже в договорах аренды на ставки есть пункт, защищающий интересы местного населения. Здесь можно купаться, в специально отведенных местах поить скот и т. п. По сути, единственное, чего нельзя делать на этих водоемах – ловить рыбу. И люди об этом прекрасно знают. Поэтому отсутствие доступа населения к водоемам нельзя считать реальной проблемой. Скорее, проблемными являются вопросы дохода от аренды ставков, плата за которые была принята давно и для нынешнего времени очень низкая, а договоры аренды заключены до 2011-2012 года, или отсутствие соглашения об обустройстве мест для купания и отдыха... Эти проблемы мы будем поднимать – и, может быть, хотя бы последний ставок будет отдан в аренду за нормальные деньги» **(«ВШ», 7.05.08, «Попадут ли на него жители Рудневки после окончания нереста?»)**.

Інформування

Найширше використовуються інформаційні цитати: «Как сообщил заммэра

Степан Пак, в этом году ко Дню защиты детей – 1 июня – разработана областная программа празднования под названием «Країна дитинства – країна казкова». По предварительным подсчетам организаторов, в ней примут участие более 5,5 тысячи детей из Сум и всех районов области. 1 июня в 12 часов на площади Независимости состоится торжественная часть, а потом празднование переместится в парк «Сказка» и частично в парк им.Кожедуба» (**«ВШ». 28.05.08. «День защиты детей в Сумах»**). «Какие же изменения ожидаются в помещении малого вокзала, ВШ спросил у Инги Гавриленко, начальника Сумского ж.-д. вокзала. Как оказалось, еще в первых числах апреля начался плановый косметический ремонт помещения. Предполагается к 1 июня заменить все старые витражи, отремонтировать потолок и установить новую систему отопления. Должны быть приведены в порядок и стены с перегородками. Ремонтными работами занимается структурная организация железнодорожников. Что же касается ресторана, то его там не будет. Но торговую точку, находящуюся сейчас в вагончике на улице, для удобства пассажиров перенесут в зал пригородных касс с выходом на перрон» (**«ВШ». 7.5.08. «Пригородный – на ремонте»**), «Главный тренер сумских хоккеисток Светлана Макаева призналась, что больше всего боялась за физическое состояние своих воспитанниц: «Девчонки после отборочного олимпийского турнира в Баку выглядели очень уставшими, ведь игры были все очень сложными. Я думала, что они не вытянут. Но юные хоккеистки взяли на себя груз ответственности. Наша команда вообще была самая молодая на турнире.

Лишь трем игрокам было больше 21 года. Меня все удивили: и Галина Глиненко, и Альвина Буденная, и Богдана Садовая, и Лена Деркач, и наш капитан Лена Свистюр, и самая юная наша представительница Женя Кирноз, десятиклассница сумской школы № 20. У нас сейчас создается хорошая, мощная, амбициозная команда. И один из первоочередных ориентиров для нее – победа в Кубке европейских чемпионов по индорхоккею в феврале следующего года. В этом году мы, впервые выступая в элитном дивизионе, заняли четвертое место» (**«Панорама». 21–28.05.08, «Лучшие среди чемпионов»**), «По свидетельствам

наблюдателей, нарушения в области оказались «цветочками» по сравнению с тем, что творилось в Сумах. Инструкторы свободно выходили из кабинетов и входили в них. В то же время в ответ на замечания наблюдателей они говорили, что не имеют права ходить между рядами парт – это позволяло абитуриентам общаться и списывать друг у друга. Начальник областного управления образования Любовь Пшеничная во время тестирования посетила пункты в школах № 27, 7 и 10, заглядывала в аудитории, что запрещено: список тех, кто может находиться в пункте тестирования, строго ограничен» **(«Панорама», 7–14.05.08, «Сумы провалили тесты»)**.

2. Інтерв'ю як жанр

Інтерв'ю як жанр теж нерідко знаходимо на сторінках місцевих ЗМІ. Вони висвітлюють різноманітну тематику, їх героями стають відомі, авторитетні, цікаві люди.

Найчастіше зустрічаються інтерв'ю з людьми мистецтва. Зокрема в «Вашому шансі» в номері від 28.05.08 це інтерв'ю з Юрієм Шевчуком, який приїздив до Сум з концертом до 1020-річчя Хрещення Русі. В інтерв'ю обговорюється тема православної віри, концертів у інших містах та ін. Питання журналіста є логічно послідовними, продуманими та лаконічними, як, здебільшого і в усіх інших інтерв'ю Вашого Шансу: «Как вы, рок-музыкант, пришли к православию?», «Это как-то изменило вашу жизнь, карьеру?», «Говорят, вы продали квартиру в Москве...», «В последнее время ваши песни практически не звучат в российском радиоэфире. Это из-за участия в «марше несогласных» **(«ВШ», 28.05.08, «Легендарный Шевчук – в сумской колонии»)**. Як бачимо питання не наштовхують на однозначну відповідь, не показують ставлення автора, презентують обізнаність журналіста в матеріалі. Це саме можна сказати і про матеріал «Отставки не боюсь – за державу обидно...» в якому знаходимо такої ж майстерності питання: «Это все здравоохранение. Но ведь оно не единственное курируемое вами направление...», «А каким образом определяется актуальность проблем?», «Каковы ваши прогнозы по собственной отставке?» **(«ВШ», 21.05.08 «Отставки не боюсь – за державу обидно»)**. До

того ж питань мінімум, в більшій мірі говорить герой, він є основним інформатором, який чітко тримає власну позицію, до якої його не підштовхує журналіст.

Мова матеріалів жива, не втрачений колорит героя: «Живую рок-, джаз-музику вообще трудно услышать в эфире. Это не попса, не, извините, «поющие трусы и лифчики», востребованные заказывающим музыку обывателем, который в массе своей сейчас исповедует только материальную культуру, не требуя никакой духовности. У нас сейчас время попсы во всем – и в культуре, и, например, в политике. Политики, которые ссорят Украину и Россию, пытаются свернуть шею православию – это такие же безликие поповые обыватели. Меня многое раздражает и здесь, и там. Но с этим надо бороться. Во время этого тура я не хочу говорить о негативе – хотя его много, но говорить надо о том, что сближает. Вытаскивать себя из болота феодальных отношений, раздробленности, сложившейся в результате разрушения многолетних экономических и духовных связей. Мы ползем назад – а этого нельзя допускать. Добро, любовь, уважение к чужой культуре – вот на чем нужно строить отношения. Не поддаваться этой тотальной массовой культуре разрушения, амбиций, предельной материализации» **(«ВШ». 28.05.08. «Легендарный Шевчук – в сумской колонии»)**.

Також у ВШ знаходимо тематичні інтерв'ю, зокрема до Дня Перемоги. Це матеріал «Чтобы вы не знали войны...» **(«ВШ». 7.05.08)**. В ньому використовується прийом розповіді, або радше сповіді учасника подій тих часів Марфи Авер'янівни Олейникової. На початку матеріалу – портрет героїні, але не звичайний, а дуже лаконічний, що дає поняття лише про її зріст та вік: «Она такая маленькая. Всего 149 сантиметров роста. Марфа Аверьяновна Олейникова. 18 июня ей исполнится 82 года».

Показані почуття героїні: «Марфа Аверьяновна вытирает слезы и продолжает рассказывать. Ей отчетливо и ясно вспоминается 30 сентября 1941 года. Та ужасная бомбежка. Вдалеке горели скирды, а они, дети, стояли в доме на подоконниках и смотрели на огонь. Как вдруг... Город «Если обычных людей

черный цвет и кладбища отталкивают, то готика к этому нормально относится. Готы умеют перерабатывать любые эмоции в энергию для жизни.

Развею еще один миф: готы любят кладбища и все время проводят там. На кладбище просто спокойней всего, тишина. Нет урбанистического давления, городского шума. Если бы в материалах о готике ничего не было сказано о прогулках готов по кладбищам, я уверен, что 60% почитателей этой субкультуры туда бы просто не пошли. Ну а некоторых людей это искренне привлекает, и они без этого не могут» («Панорама, 7-14.05.08. «Люди в чёрном»).

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши інтерв'ю в контенті «Вашого шансу» та «Панорами», можемо сказати, що вони користуються подібними «підводками» до цитат. Це зумовлено тим, що у мові існують стандартні синтаксичні конструкції та слова для вираження подібної інформації, але відмінність в тому, що у «Вашому шансі» переважають «підводки» до чийхось точок зору, а в «Панорамі» або до інформаційних, або до підтвердження певної думки.

У «Панорамі» переважають елементи інтерв'ю інформаційного характеру. Дуже рідко використовуються коментарі спеціалістів. Це зумовлено тим, що газета схильна до аналітики, що передбачає власне авторські коментарі та висновки, тоді як «ВШ» широко послуговується думками та коментарями компетентних осіб, що проілюстровано поданими прикладами.

Загалом можемо сказати, що в обох газетах вміло користуються інтерв'ю як методом збору інформації, вдало його використовують, що було нами доведено. Журналісти проаналізованих нами видань майстерно передають особливості мови інтерв'юйованих, не перекручуючи та не підганяючи під себе отриману інформацію.

В обох, проаналізованих нами газетах, матеріали жанру інтерв'ю, цікаві, майстерно виконані, зазвичай їхніми героями стають люди шоу бізнесу, певної субкультури, люди мистецтва та політики, просто люди цікавої долі, сильні особистості, чії думки були б цікаві соціуму. Теми досить неординарні або наболілі, використовуються різноманітні методи для привернення уваги читача, журналісти послуговуються елементами портрету та дос'є, в публікаціях збережений колорит інтерв'юйованого, його лексики, особливості побудови речення. Питання журналіста логічно послідовні, створюють суцільну розповідь, або навіть історію, журналісти не прагнуть позбутися емоційності героїв, а навпаки підтримують її, що робить матеріали цікавішими та читабельнішими. Тож слід відзначити, що інтерв'ю в місцевих газетах «Панорама» та «Ваш Шанс» відповідають професійним стандартам: урізноманітнюють жанрову палітру

видань та привертають увагу читачів, формуючи громадську думку, шляхом оприлюднення точок зору компетентних осіб з цієї проблеми.

Традиційними для щоденних газет є оперативні інтерв'ю з чиновниками, працівниками житлово-комунальних служб, представниками правоохоронних органів, діячами культури, мистецтва та ін. Вони здебільшого мають пізнавально-інформаційний характер і є одночасно як редакційним завданням, так і відповіддю на читацькі запитання, вподобання, інтереси.

Інтерв'ю-метод (спосіб збору інформації) та інтерв'ю-жанр (форма, у якій подана інформація) мають спільні найважливіші компоненти: «суспільний інтерес», «актуальне питання», «призначення для друку» – ось головні ключові слова.

Теми досить неординарні або наболілі, використовуються різноманітні методи для привернення уваги читача, журналісти послуговуються елементами портрету та дос'є («Панорама»), в публікаціях збережений колорит інтерв'юваного, його лексика, особливості побудови речення. Питання журналіста логічно послідовні, створюють суцільну розповідь, або навіть історію, журналісти не прагнуть позбутися емоційності героїв, а навпаки підтримують її, що робить матеріали цікавішими та читабельнішими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Браун Д., Файерстоун Ч., Мицкевич Е. Теле- радионовости и меньшинства: монография / Д. Р. Браун, Ч. М. Файерстоун, Э. Мицкевич. М.: Интерпракс, 1994. 183 с.
2. Бродский И. Большая книга интервью. М.: Захаров, 2000.
3. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К.Макеєв; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
4. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
5. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. підручник. 2-ге видання, перероблене і доповнене. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
6. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці / Юліана Казімова // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія: *Журналістські науки*. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. № 896. С. 59–62. (Теорія і практика журналістики).
7. Карпенко В. Основи професійної комунікації. К. : Нара-прінт, 2002. 348 с.
8. Ким М. Технология создания журналистского произведения. СПб.: Изд-во Михайлова В., 2001. 320 с.
9. Ким М. Жанры современной журналистики / М. Ким. СПб : Изд-во Михайлова В., 2004. – 355 с.
10. Лукина И. Технология интервью/ Учебное пособие для вузов. М: Аспект Пресс, 2003. 191 с.
11. Мельник Г., Ким М. Методы журналисток. учебное пособие для студентов факультетов журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В., 2006. 272 с.
12. Моисеев В. Журналистика и журналисты. К. : Дакор, 2002. 400 с.

13. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / укл.: Ю. Бідзіля. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
14. Смелкова З. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : учебное пособие 4-5 издание. М.: Флинта: Наука, 2007. 320 с.
15. Черникова Е. Литературная работа журналиста: учебник для студентов вузов М: Гардарики, 2007. 187 с.
16. Чекмишев О. В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики / О. В. Чекмишев. К. : ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.