

ТЕЛЕВІЗІЙНЕ ІНТЕРВ'Ю: ТИПОЛОГІЯ І СТРАТЕГІЯ ПІДГОТОВКИ

Анастасія Гуцол,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Тернопільський національний педагогічний університету
імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики

Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

Тетяна Решетука

Трансформації медійної сфери призвели до змін і дифузії її жанрової системи, проте інтерв'ю залишається одним із провідних інформаційних жанрів у всіх видах медій. Аудиторії приваблюють його можливості глибоко розкрити як тему, так і особистість героя матеріалу. Інтерв'ю дає змогу реципієнтам отримати найціннішу інформацію, так би мовити «з перших вуст». Попри достатню дослідженість цього жанру, спостерігається відсутність достатньої кількості наукових розвідок щодо типології та стратегій підготовки телевізійних інтерв'ю, що обмежує розуміння ефективних методів комунікації через посередництво цього медіаформату.

Мета роботи – проаналізувати основні тенденції типології та стратегії підготовки до телевізійного інтерв'ю в сучасному медійному просторі.

За визначенням Н. Симоніної, «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 живо або у запису» [2, с. 180]. Це гнучкий та динамічний жанр журналістики, що характеризується відкритістю до масмедійних тенденцій, посиленою діалогічністю, інформаційною насиченістю. Воно забезпечує реципієнтові найтісніший та найбільш емоційний зв'язок з інформацією.

Підсумовуючи сучасні журналістикознавчі дослідження жанру інтерв'ю, Н. Симоніна виділяє за формою наступні типи телевізійного інтерв'ю, що відрізняються особливостями підготовки і проведення: інтерв'ю, що записується для використання цитат у сюжеті або як частину «усного повідомлення з синхронном», та інтерв'ю, де журналіст (ведучий) ставить у кадрі запитання інтерв'юваній особі. Виходячи з цього вирізняють так зване «інтерв'ю під синхрон» (або просто «синхрон») і «власне інтерв'ю» (або просто «інтерв'ю»). Відтак *синхрон* – це фрагмент телевізійного інтерв'ю хронометражем від 10–12 до 30–40 секунд, що використовується у таких малих телевізійних формах для створення ефекту документальності, а як «сюжет» та «усне повідомлення» (ВМЗ, БЗ); створює ефект документальності, а власне *інтерв'ю* – це самостійний телевізійний продукт, що є графічно та музично оформленою телевізійною програмою, значний фрагмент телевізійної програми, фрагмент прямого включення журналіста [2].

Логіку подібної класифікації поділяє і австралійська дослідниця Барбара Елісон. Вона виділяє за формою «soundbites», тобто «синхрони», і «Question and Answer (Q&A) Interview» – інтерв'ю «запитання-відповідь», які, у свою чергу, поділяються на прямоефірні та записані (редаговані) [5].

Ще однією класифікаційною ознакою інтерв'ю виділяють тональність, вирізняючи відповідно *жорстке* та *м'яке* інтерв'ю.

Жорстке інтерв'ю передбачає протистояння, розслідування, докопування до суті проблеми і може бути аналітичним, інформаційним, навіть портретним. В цьому випадку інтерв'юєру дозволяється перебивати респондента, ловити його на протиріччях, задавати навідані запитання, чинити психологічний тиск. *М'яке інтерв'ю* передбачає ввічливе поводження з опитуваним, вживання всіляких етикетних правил і формул [4].

За змістом виділяють три типи інтерв'ю: *інформаційне, аналітичне, портретне*.

Мета *інформаційного інтерв'ю* полягає у з'ясуванні фактів і обставин певних подій, здобути нову інформацію. Воно часто використовується як синхрон, може проводитися у формі бліц-опитування.

Мета *аналітичного інтерв'ю* – з'ясувати думку фахівця про певний факт чи явище, його коментар стосовно тих чи інших подій, причин виникнення ситуації та прогнозів щодо її розвитку в перспективі.

Мета *портретного інтерв'ю* – вималювати образ героя, розкрити його характер. Зустрічається у формі синхрону (для створення портретних нарисів) чи у формі традиційного інтерв'ю запитання-відповідь (частіше) [4].

На думку доктора наук із соціальних комунікацій, професора кафедри онлайн-медіа навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка Катерини Горської, підготовка до інтерв'ю повинна включати такі етапи [1]:

- пошук інформації про героя;
- обрання місця проведення;
- формулювання запитань;
- проведення інтерв'ю;
- опублікування інтерв'ю.

Така підготовка передбачає всебічні обширні знання про особу, подію чи тему бесіди, чітке усвідомлення визначальних елементів теми та добре розуміння потреб аудиторії. Це сприяє доречному добору запитань, чіткому веденню розмови, загалом обґрунтованій структуризації інтерв'ю.

Основними завданнями, що стоять перед інтерв'юером є: максимальне сприяння самовираженню респондента як особистості; стимулювання його/її до розмірковувань щодо фактів/подій/явищ/ситуацій; створення ефекту присутності реципієнта під час бесіди. Цьому сприятимуть такі стратегії: стратегія формування уявлення про особистість; стратегія виявлення ставлення/компетенції/оцінки; стратегія включення реципієнта в бесіду. Відтак майстерність інтерв'юера, дотримання ним успішних стратегій проведення інтерв'ю та подання матеріалу сприяють популярності жанру телевізійного інтерв'ю [3].

Отже, телевізійне інтерв'ю – це затребуваний та частовживаний жанр сучасного телемедійного простору, який характеризу-

ється варіативністю у використанні та чутливістю до інноваційних змін. А ретельна підготовка до його проведення з урахуванням особливостей типології, дотриманням ефективних стратегій проведення є ключами до успішної комунікації та передачі інформації через цей медіа-формат.

Список використаних джерел

1. Горська К. Техніка проведення інтерв'ю. Текст лекції з дисципліни «Основи правової журналістики». К.: ННДЖ, 2021. URL : https://issuu.com/copyright.literacy/docs/interview_horska
2. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2012. Випуск 27. С. 180–184.
3. Медведєва, А., Черненко, С. Проблематика жанру інтерв'ю в сучасному медійному просторі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. (2021). № 4(1). С. 11–17. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.4.1.2021.235059>
4. Халер М. Інтерв'ю навчальний посібник / за загал. ред. В. Ф. Іванова К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. 404 с.
5. Rich C. *Writing and Reporting News: a Coaching Method*. Boston, MA : Wadsworth, 2010. 535 p.