

ВНЗ «УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Факультет суспільних наук

Кафедра медіакомунікацій

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

кваліфікаційний рівень – магістр з медіакомунікацій

на тему:

«Прийоми інтерв'ювання у різних медіаформатах

(на прикладі творчого проекту "Крафтова журналістика") »

Виконала: студентка 6 курсу,

групи СМЕ18/М

напряму підготовки:

06 Журналістика

061 Журналістика (Освітня програма

з медіакомунікацій)

Скишляк І. І.

Керівник – доц. Титаренко М.О.

Рецензент – доц. Шебеліст С.В.

Львів 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
<i>РОЗДІЛ 1. Інтерв'ю: жанр і метод</i>	
1.1. Генеза та семантика інтерв'ю. Прийоми інтерв'ювання.....	6
1.2. Типологія інтерв'ю. Медіаформати та визначні представники жанру.....	11
Висновки до розділу.....	17
<i>РОЗДІЛ 2. Проект “Крафтова журналістика”: збираємо інтерв'ю про інтерв'ю</i>	
2.1. Творча лабораторія проекту. Від ідеї до практики.....	19
2.2. Розмова перша. Тетяна Терен: як брати інтерв'ю у письменників.....	22
2.3. Розмова друга. Тетяна Трощинська: “Я сподіваюсь, ви готові до всього”.....	26
2.4. Розмова третя. Остап Яриш: “Культурна провокація зі згладженими кутами”.....	31
2.5. Розмова четверта. Олена Лівіцька: “У портретних інтерв'ю треба на трохи стати своїм героєм”.....	36
2.6. Розмова п'ята. Данило Мокрик: “Любити своїх глядачів більше, аніж співрозмовника”.....	40
2.7. Бліц: як, коли і навіщо використовувати прийоми інтерв'ювання... Висновки до розділу.....	45 48
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність.

Інтерв'ю як метод збору інформації та жанр журналістики використовують у всіх медіаформатах: друкованому, радійному, телевізійному та онлайн.

Історично цей журналістський жанр спочатку розвивався в друкованій пресі. У кожному випуску фізичних видань газет “Українська правда”, “День”, “Експрес”, журналу “Країна” є низка інтерв'ю. Цей формат використовують, висвітлюючи подію, особу, явище.

В ефірах радіостанцій “Громадське радіо”, “Українське радіо”, “Радіо Люкс FM”, “Новое радіо” інтерв'ю, як метод та як жанр, використовують у таких програмах як: “Хто тут живе?”, “Соціальна дистанція”, “Звуки про”.

У 1995 році розпочалась телепрограма “В гостях у Гордона”, у 1997 році — “Без табу” з журналісткою та телеведучою Ольгою Герасимюк. Сьогодні рейтинговими є телепрограми “Говорить Україна” з телеведучим Олексієм Сухановим, “Рандеву” з телеведучою Яніною Соколовою.

В українських медіа останнє десятиріччя також спостерігається розвиток художнього репортажу, як от проекти: The Ukrainians, The Ukraineer, The Reporters, The Village, БЖ. І в цьому форматі інтерв'ю є також невід'ємною частиною роботи медійників.

За останнє п'ятиріччя українські YouTube-шоу почали активно здобувати велике охоплення глядачів. “Зе Інтерв'юер”, “Вечір з Яніною Соколовою” та інтерв'ю від “Української правди”.

Канонічні жанрові рамки інтерв'ю розширюються. Тож ідентифікація та опис прийомів індивідуальних професійних технік журналістів під час інтерв'ю продемонструє поєднання стандартних правил із запитам сучасного медіапростору та індивідуальним стилем автора.

Мета: виокремити журналістські прийоми інтерв'ювання у різних медіаформатах на основі авторського проекту “Крафтова журналістика”.

Завдання:

- дослідити семантику, історіографію, типологію інтерв'ю та прийомів інтерв'ювання;
- скласти питальник;
- створити вибірку інтерв'ююваних з різних медіасфер (друкований формат, радіоформат, телеформат, текстовий онлайн-формат, Youtube-формат);
- провести 5 інтерв'ю;
- створити матеріали та опублікувати їх в форматі інтерв'ю-лонгвідів у рамках проекту “Крафтова журналістика”;
- на основі зібраного матеріалу здійснити аналіз прийомів інтерв'ювання.

Об'єкт: інтерв'ю як жанр і метод.

Предмет: індивідуальні прийоми інтерв'ювання, які застосовують фахівці різних сфер журналістики під час інтерв'ю.

Перелік використаної літератури: до основної теоретичної бази нашого дослідження належать наступні підручники: “Десять заповідей журналіста” Е.Фіхтеліуса, “Інтерв'ю у журналістиці: як це робити” С.Ільченка, “Радіожурналістика” під редакцією А.Шереля, “Телевізійна журналістика” В.Цвіка та “Теорія і методика журналістської творчості” В.Здоровеги. До опрацьованого емпіричного матеріалу належать: “РЕСвізити” Т.Терен, “Прості речі. Вісім розмов з Адою Роговцевою” Т.Терен, “Діалоги з Йосифом Бродським” С.Волкова.

Новизна: на основі дослідження ми реалізуємо авторський проект “Крафтова журналістика”. В українських та зарубіжних теоретичних виданнях і посібниках немає матеріалу, який би фокусувався виключно на прийомах інтерв'ювання. Ми за допомогою інтерв'ю з сучасними українськими журналістами, які є авторами та кореспондентами рейтингових програм в українському та американському медіапросторі, ідентифікуємо та проаналізуємо конкретні прийоми у різних медіаформатах.

Методи/методологія. Загальні: історичний, компонентний, зіставний, структурний, оцінювання, співвідношення загального і конкретного, описовий, аналіз. Спеціальні: семантичний, практичний, вибірка, збір інформації, інтерв'ю, діалог.

Теоретичне значення роботи. Отримані результати можуть бути використані дослідниками і практиками в журналістській діяльності. Ідентифіковані прийоми та техніки інтерв'ювання у різних медіаформатах можуть бути основою для створення відповідних класифікацій та посібників для студентів медійних спеціалізацій.

Практичне значення. Отримані результати можуть бути використані як інструментарій для створення нових програм, шоу, медіапроектів, в основі яких інтерв'ю існує як жанр та метод. Зокрема пояснення конкретних прийомів інтерв'ювання можна використовувати у комунікаційних практиках.

Структура роботи. У першому розділі “Інтерв'ю: жанр і метод” досліджуємо історіографію інтерв'ю, визначаємо понятійний апарат теми, розглядаємо запропоновані науковцями типологізації інтерв'ю, аналізуємо особливості різних медіаформатів у контексті апробації жанру інтерв'ю та прийомів інтерв'ювання. У другому розділі “Проект “Крафтова журналістика””: збираємо інтерв'ю про інтерв'ю” описуємо складові проекту, аналізуємо кожне інтерв'ю. Описуємо етап підготовки до інтерв'ювання та сам процес інтерв'ю. Практичним доробком дослідження є створення журналістських матеріалів у рамках авторського проекту “Крафтова журналістика”. Основна тема інтерв'ю — прийоми інтерв'ювання.

У подальшому для розширення теми дослідження плануємо продовжити інтерв'ювання журналістів, що працюють у різних медіаформатах. Новими ракурсами дослідження можуть стати прийоми інтерв'ювання, які в сучасному медіапросторі втратили свою актуальність, або такі, які є антиприйомами і вважаються недотриманням журналістської етики. Іншим ракурсом наступних досліджень може стати більш детальний аналіз авторських прийомів інтерв'ювання на прикладі конкретних журналістських проектів.

РОЗДІЛ 1.

ІНТЕРВ'Ю: ЖАНР І МЕТОД

1.1 Генеза та семантика інтерв'ю. Прийоми інтерв'ювання

Інтерв'ю вважають одним з найважливіших жанрів журналістської діяльності [7, с. 13]. Його важливість та значимість полягає у тому, що його використовують у більшості інших журналістських жанрів. Інтерв'ю визначають як метод збору інформації та як жанр [6, с. 25].

Інтерв'ю як метод професійної діяльності, як спосіб організації одиниці ефірного мовлення, як жанр друкованих та електронних ЗМІ. Так визначає функціональність інтерв'ю у журналістській діяльності Сергій Ільченко [7, с. 18].

За Бахтіним, інтерв'ю — це жанр журналістики, якому притаманна діалогічність [2, с. 23].

Сократ створив термін “майевтика”, який означає метод філософування через розкриття понять за допомогою послідовних питань [7, с.7]. Платон створював свої філософські трактати, використовуючи визначення Сократа.

Проте, якщо первинно діалог означає розмову двох, то в інтерв'ю ця розмова двох (інтерв'юера та інтерв'ююваного) має на меті включити в процес і третю сторону, задля якої цей процес і був реалізований, — реципієнтів (читачів, слухачів, глядачів).

Вже в ХХ столітті публіцисти почали активно використовувати діалог, проте це ще не було інтерв'ю в сучасному його розумінні, зважаючи на актуальні для нашого часу медіаформати. [29, с. 35]

У журналістиці інтерв'ю історично виникло та розвивалось перш за все у друкованій пресі, потім на радіо та ТБ, а сьогодні — на онлайн-платформах.

Інтерв'ю може слугувати структуроформувальною основою у форматі розмови ток-шоу, а також використовується у форматі розмови тет-а-тет. Формат ток-шоу — це телевізійна програма, у якій експерти певної галузі відповідають на запитання ведучих, а також глядачів.

Важлива характеристика інтерв'ю у тому, що як жанр воно характеризується окремим форматом інформаційної подачі в медіа. Інтерв'ю виступає як спосіб донесення до аудиторії певних думок через комунікацію інтерв'юера та інтерв'юйованого. Тобто це передача вербальних та невербальних повідомлень безпосередньо від героя, спікера. Інтерв'ю як метод збору інформації використовують не лише в журналістиці, але й у соціології, психології та інших науках. Це відтворення конкретних людських позицій опосередковано, через створення на їхній основі журналістських матеріалів, соціологічних даних та інших інформаційних та аналітичних продуктів [8, с. 78].

У цьому дослідженні розглядатимуться конкретні прийоми, які журналісти використовують під час процесу інтерв'ю. Прийоми мають певне місце у ході розмови та конкретне призначення. Деякі з них журналісти виконують не під час самого інтерв'ю, а до або після розмови. Журналістський прийом — техніка спілкування, етичні норми, які використовує журналіст під час здійснення професійної діяльності [15, с. 25].

Професійні норми здійснення журналістської діяльності зазначаються у “Декларації принципів професійної поведінки журналістів, прийнятої на II Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів” [16, с. 18]. Важливою нормою є правдивість оприлюдненої інформації. Тут доцільно згадати про прийом фактчекінгу, перевірки інформації, який можна використовувати на всіх етапах інтерв'ювання.

Прийоми також можна поділяти на загальні та авторські. У практичній частині, в питальнику для респондентів, ми використовуємо найменування прийомів, які віднайшли у різних авторів посібників зі сфери журналістики та психології [1;3;6,7;15;22].

Нога в дверях. Цей прийом найкраще використовувати на етапі перемовин з героєм. Тобто для того, аби запросити свого гостя на інтерв'ю потрібно використовувати різні методи, у тому числі й спільні контакти.

Прийом вагітної паузи. Цей метод не підходить до інтерв'ю коротких форматів. Це індивідуальний прийом, який повинен логічно підходити до типу розмови та мовлення героя. Іноді після кількох секунд мовчання людина продовжує говорити, а іноді мовчання знак того, що людина закінчила свою думку, репліку. Якщо не усвідомлювати цю комунікаційну специфіку людини, то журналіст може вставити в цю паузу своє наступне запитання. Тобто це втручання інтерв'юера у осмислення людиною ще попереднього запитання.

Жаба в окопі. Прийом, коли журналіст поступово з більш загальних та ділових запитань переходить до особистих та больових. Якщо він використовується з метою маніпуляції, тоді це неетично. Зазвичай ця техніка має на меті відкрити ексклюзивні факти з життя людини. Інколи співрозмовник озвучує ще перед початком інтерв'ю, що він не буде відповідати на особисті запитання. Тож цей прийом допомагає поступово запитувати героя про особисте та входити з ним у здоровий конфлікт.

Режим off records. Це прийом, коли журналіст спілкується з героєм не під запис. У цьому випадку герой сам може зініціювати репліку, вказавши, що вона “не для запису”. Зазвичай це ті частини інтерв'ю, які не увійдуть повноцінно безпосередньо у текст, радіоефір чи відеоефір. Це метод збереження та архівування деталей. Якщо журналіст все ж таки використовує у своєму матеріалі висловлювання свого співрозмовника, яке пролунало в режимі off records, то потрібно обов'язково цей момент обговорити з героєм. Бувають також моменти, коли в ході опрацювання зібраного матеріалу, історія людини, яка була озвучена журналісту off records, є важливою для композиції, цілісності тексту чи ефіру. У такому випадку журналіст має спробувати надати героєві відповідні аргументи, щоб конкретний уривок усної розмови все ж таки став частиною оприлюдненого матеріалу.

Гіпотетичне запитання. Його варто використовувати під час тривалих розмов і тоді, коли йдеться потрібно, щоб співрозмовник оцінив людини певне явище, власні вчинки.

Суперечка з героєм. Найгіршою характеристикою такого прийому може бути його спланованість. Коли це відбувається природньо, в ході розмови, то це допустимо. Коли журналіст заперечує співрозмовнику, то відповідно людина має можливість поглянути на своє рішення з іншої сторони та оцінити свої дії. Основою суперечки з політичними особами повинні бути беззаперечні факти, дані та статистики.

Street talk. Це розмова з героєм у динаміці: ходіння, їзда на автомобілі, гуляння по місту. Зазвичай такий формат не передбачає глибоких дискусій, а радше ситуативні розмови. Візуально це можна інтегрувати у текст репортажними описами, або використати для телеформату як перебивки кадру. Наприклад, зараз є доволі популярний та актуальний формат довготривалих інтерв'ю, де герой та інтерв'юер сидять у кадрі. Тож саме такі деталі, які подані перебивками, дають можливість урізноманітнити статичну розмову.

Капкан. Це запитання, яке озвучує журналіст, заздалегідь знаючи на нього відповідь. Потім на основі відповіді та реакції гостя формуються наступні уточнення та розвиток відповідної теми розмови. Якщо інтерв'ю передбачає особисті запитання, то такий прийом може допомогти отримати відповідь, навіть коли раніше герой відмовлявся висвітлювати певну тему. Проте тут не йдеться про маніпулятивну мету журналіста.

Роль непомітного офіціанта. Прийом, коли журналіст виконує роль уважного слухача, не використовуючи уточнень та перебивань розповіді людини. Це лише певний етап у інтерв'ю, коли людина виконує таку роль.

Медіаформат — це система умов, об'єктивно та суб'єктивно сформованих допусків виробництва, поширення, обміну і функціонування масовокомунікаційного продукту в інформаційному просторі [10, с. 22]. Зважаючи на особливості кожного медіаформату, у них є спільні та відмінні ознаки застосування інтерв'ю.

Варто також виділити драматургічність жанру. Адже “інтерв'ю — найбільш драматургічно вигідний метод подачі інформації для читачів, слухачів та глядачів” [14, с. 83].

Драматургія — це мистецтво побудови твору, створення сюжету з основними компонентами (зачин, розвиток подій, кульмінація та кінцівка) [9, с. 28]. У журналістиці драматургія має таку саму форму, як у творах літератури, проте береться до уваги фактор сприйняття аудиторією. Драматургія інтерв'ю характеризується основними ознаками сторітелінгу. Сторітелінг — це майстерність розповіді. Його ознаками є наявність часової одиниці (у лінійному, або нелінійному порядку), поділ простору на конкретні місця, у яких відбувались події, характеристики головних дійових осіб розповіді, описування їхніх висловів, дій, причинно-наслідкових реакцій, пов'язаних із іншими героями розповіді [13, с. 11].

Починають розмову зазвичай із small talk. Це “маленька розмова” на теми, що можуть бути зовсім не пов'язані з темами інтерв'ю [7, с. 1].

До інтерв'ю готується не лише журналіст, а й гість. Тож він може використовувати меседж-бокс, коротко прописані тези, які стосуються тем розмови. Це можливо, якщо журналіст попереджає про теми розмови. Журналіст зазвичай складає short-list — короткий список запитань.

Кожне інтерв'ю, особливо на радіо та телебаченні, має свій хронометраж, тривалість [24, с. 30] і тоді, коли здійснюється запис інтерв'ю, і тоді, коли воно у live-трансляції, тобто в прямому ефірі.

Для балансу всіх складових інтерв'ю послуговуються правилом медіаційного трикутника: медіатекст, сам процес медіавиробництва та робота для аудиторії [26, с. 1].

При написанні текстового формату початковими елементами є врізка, коротка частина тексту, який описує його головну ідею та лід, ввідне коротке пояснення, про що йтиметься у тексті [6, с. 38].

У телевізійному форматі використовують прийом перебивок: змінюється статичний кадр на динамічний. Динамічний кадр створюють за допомогою технік move talk, street talk, коли журналіст бере коментар чи інтерв'ю у людини на ходу [23, с. 23].

Синхрон — це фрагмент телевізійного інтерв'ю, хронометражем від 10–12 секунд до 30–40 секунд, що використовується у таких малих телевізійних формах, як “сюжет” та “усне повідомлення” [23, с. 27]. Тривалість синхрону модифікується відповідно до інформаційної теми та формату програми.

В інформаційному просторі виділяють також явище маніпуляції, яке пояснюється як певний тип соціальної взаємодії, коли одна людина за допомогою прихованих тактик намагається змінити поведінку чи сприйняття іншої людини [3, с. 6].

У інтерв'ю журналіст також може створювати власний фрейм. Це спосіб сприйняття ситуації, особистості чи висловленої інформації [27, с. 15].

Інтерв'ю завершується постпродакшином — створенням матеріалу для публікації чи оприлюднення з використанням професійної техніки відповідно до медіаформату [23, с. 58].

1.2. Типологія інтерв'ю. Медіаформати та визначні представники жанру

Типологію жанру інтерв'ю описували: Є. Голанова, В. Сиченков, І. Капичникова, М. Шостак, В.Здоровега, Е. Фіхтелиус.

Типологія В. Сиченкова полягає у наступному поділі:

- інформаційні види інтерв'ю (звіт про зустріч, інтерв'ю-думка, інтерв'ю-анкета, інтерв'ю-репортаж);
- аналітичні види інтерв'ю (аналітичне, бесіда на тему);
- художньо-публіцистичні види інтерв'ю (статистичне, інтерв'ю-замальовка, інтерв'ю-портрет) [20, с. 21].

Запропонована класифікація перегукується з класичним розумінням жанрів у теорії журналістики, яке пояснюється метою впливу на аудиторію, широтою висвітлення реальності, виразно-образотворчими засобами [6, с. 38].

До класичних журналістських жанрів належать:

- інформаційні (новина, замітка, інтерв'ю, бесіда, репліка, коментар, репортаж, звіт);
- аналітичні (стаття, рецензія, огляд, кореспонденція);

- художньо-публіцистичні (нарис, фейлетон, памфлет).

Швецький журналіст Ерік Фіхтеліус виділяє та описує наступні типи інтерв'ю:

- інтерв'ю — думка (стосовно важливого суспільного питання/проблеми);
- інтерв'ю з очевидцем (коли трапилась резонансна подія);
- прес-конференція;
- інтерв'ю-конфронтація (притиснути до стінки владу, наприклад) [22, с. 15].

У жанрі інтерв'ю активно розвинувся ще один різновид — портретне інтерв'ю. “Як найбільш поширений жанр дискурсу засобів масової інформації, портретне інтерв'ю залишається відкритим для наукових пошуків у сфері комунікативної, гендерної лінгвістики та прагматичних досліджень” [11, с.30]. У портретному інтерв'ю акцент на особистості, на природі її мовлення, вербальних та візуальних особливостях. Також нині у медіа активно використовують гендерно забарвлену лексику, тобто фемінітиви. Наприклад: журналістка, фотографиня, соціологиня.

Інтерв'ю — це жанр, який активно розвивається у нових формах, як у друкованих ЗМІ, так і на радіо, теле-ресурсах та, звичайно, онлайн. Сюди, вже як окреме втілення інтерв'ю, можна зарахувати інтерв'ю у соціальних мережах, YouTube, Instagram.

Інтерв'ю у друкованих ЗМІ. Оскільки інтерв'ю, як і журналістика загалом, розпочалось саме з друкованих видань, то спочатку розглянемо цей медіаформат.

Найвідоміші сучасні українські друковані видання (різного спрямування та різною цільовою аудиторією), у яких присутні інтерв'ю: газети “День”, “Голос України”, журнали “Тиждень”, “Vogue” тощо.

Друковані інтерв'ю також відрізняються за своїм оформленням. За Ів Аньєсом, найпоширенішими формами інтерв'ю є:

- “запитання-відповіді”: зазвичай візуально такі інтерв’ю відрізняються жирним шрифтом запитань;
- “інтерв’ю з цитатами”: воно є більш живим і безпосередньо описує позицію чи портрет інтерв’ююваного і часто цитати напряду використовують для заголовку;
- інтерв’ю-розмова: тип, який найбільш схожий до репортажу. Адже тут журналіст може описувати ситуативні моменти, дорогу до місця, де безпосередньо відбувалось інтерв’ю;
- інтерв’ю-монолог. Це доволі рідкісна форма цього жанру, тому що вона складно сприймається. Коли після одного запитання журналіста, розміщений монолог того, хто відповідає. Нині такий формат практично не використовують [1, с.11].

Якщо ми говоримо про інтерв’ю в друкованих ЗМІ, то журналіст обирає людину, яка підходить під певну редакційну політику, особливо, коли це інтерв’ю використають для першої шпальти. [7, с.83]

Є важливою технічна сторона виконання інтерв’ю. Редактором визначається, скільки знаків матиме інтерв’ю, на якій полосі воно буде розміщене. Тут місце інтерв’ю в журналі буде залежати від статусності інтерв’ююваного, з метою задоволення цікавості та потреб цільової аудиторії. Та й послідовність самих запитань повинна також бути логічною та структурованою.

Присутність ліду використовується у всіх медіаформатах. Це короткий вступ, який описує гостя або тему, про яку говоритимуть.

У друкованому інтерв’ю є виноска. Візуально виділені шматки тексту, зазвичай це цитати, які слугують основними думками до певної частини інтерв’ю.

Інтерв’ю на радіо. На відміну від інтерв’ю текстового формату, журналіст-радійник використовує для здійснення своєї діяльності спеціально облаштовану стаціонарну або переносну студію. Сьогодні формати радіо, як і

формати інтерв'ю у цій сфері журналістики, додаються та видозмінюються [24, с.33].

Якщо у друкованому форматі інтерв'ю обмежує певна кількість знаків, яку виділяють журналісту, то на радіо таким обмеження є ефірний час. На радіо з'являється ще одна особливість: люди чують журналіста та інтерв'юйованого. Тому, крім підготовки питальника, ознайомлення із гостей та підготовки ключових тез бесіди, журналіст ще й повинен звучати так, щоб його було комфортно та естетично сприймати. Чимало радіожурналістів активно працюють над своїм голосом, тембром та звукоподачею.

Бесіда на радіо часто є для слухачів інтерактивною можливістю доєднатись до розмови у студії, наприклад, позвонивши. Такі дзвінки працюють у дві сторони: слухачі телефонують, щоб задати запитання гостеві або журналістові, а також журналісти можуть зателефонувати до людини та спілкуватись із нею, задаючи необхідні запитання. В умовах карантинних обмежень, дзвінки слугують для налаштування контакту з безпосереднім гостем студії.

За рейтингом 2018 року від веб-ресурсу “Медіаняня”, найвідомішими FM-радіо України є: радіо “Хіт FM”, “Люкс FM”, “Радіо П'ятниця”.

Із особливих специфічних функцій радіо — естетична. Адже, окрім слухання студійної розмови, слухачі чують ще й шуми, музику, загалом усю звукову доріжку.

Інтерв'ю на телебаченні. Винахід кінематографа, а відтак і телевізійного формату, пов'язують з Огюстом та Луї Люм'єрами [4, с.15].

Інтерв'ю, яке відбувається на телебаченні, притаманний ряд особливостей, які відрізняють його від інтерв'ю в друкованих ЗМІ та на радіо. Телебачення — це візуальний спосіб передачі інформації аудиторії.

За теоретичними визначеннями дослідників та поясненням сучасних підходів, 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 записі [18, с.9]. Також доречно вказати на те, що існують два формати трансляції ефірів: прямий ефір (live) та запис.

Для запису телевізійного інтерв'ю, журналіст працює разом із операторами, а в процесі постпродакшину з монтажерами. Інколи за допомогою монтажу певні частини інтерв'ю видаляють, використовують перебивки. Для здійснення запису інтерв'ю потрібне відповідне професійне освітлення, а також петличні мікрофони для якісного запису звуку. Тобто є обов'язковою наявність певних технічних засобів, без яких створення телевізійного продукту неможливе.

Телевізійне інтерв'ю може бути графічно та музично оформлене: інфографікою, музичними вставками, 3D-об'єктами.

Розвиток українського телебачення розпочався з часів прийняття Незалежності та розвивається досі. Роль та стиль ведучих телевізійних інтерв'ю, місць зйомок також змінюється відповідно до міжнародних тенденцій. У 1995 році розпочалась телепрограма “В гостях у Гордона”, 1997 рік — “Без табу” з журналісткою та телеведучою Ольгою Герасимюк, 2003 рік — “Ключовий момент” з телеведучою та акторкою Наталею Сумською, 2005 рік — “Свобода слова” з телеведучим Савіком Шустером, 2016 рік — “Право на владу” з Наталією Мосейчук.

Інтерв'ю в онлайн-форматах. Якщо окреслювати особливості онлайн-форматів у медіа, то слід зазначити, що первинно спосіб збору інформації, спілкування з реципієнтами, процес проведення інтерв'ю є аналогічними, що для друкованих ЗМІ, так і для радіо й телебачення. Проте відмінність у цифровій подачі матеріалів [25, с.205]

Онлайн-формат застосовують для усіх вищезгаданих форматів: тексту, радіо та телебачення. Спочатку почали розвиватись онлайн-версії таких друкованих видань, як “Українська правда”, “Дзеркало тижня”, газета “День”. У такій формі подання інтерв'ю, як й інші матеріали того чи іншого медіа, не відрізнялись від таких, які були використані у друкованій пресі. Проте іноді ця

відмінність полягала у наявності кольорових зображень, які були присутні не у всіх друкованих версіях.

Нині, у час активного розвитку діджиталізації, оцифровування, текстові формати відрізняються від друкованих наявністю інфографіки, рухомих картинок, анімації.

Онлайн-радіо теж відрізняється від класичного частотного FM-радіо способом передавання радіохвиль. Сам контент є схожим. Проте особливість полягає у тому, що створено нові формати радіопрограм та нові подачі інтерв'ю. Якщо говорити про технічну сторону радіо, то спочатку воно розвивалось як радіохвиля із радіоприймачів, потім у FM-діапазоні. Сьогодні існує онлайн-формат та подкасти.

Подкасти — це записані аудіо, які можна знайти онлайн у будь-який час, це своєрідні радіо-історії, які також можуть бути різних жанрів: репортажі, міні-серіал, інтерв'ю. Як зазначає Валерій Калниш, всесвітня популярність подкастів розпочалась із подкасту, який називається “Серіал”, де озвучені кілька історій журналістів-розслідувачів [5, с.1]. Найвідоміші українські подкасти: на радіо “Аристократи”, радіо “Сковорода”, “Urban Space Radio”.

Онлайн-телебачення активно розвинулось протягом останніх 10 років. Сьогодні найпопулярнішою платформою його втілення є Youtube. Цьому формату, як і класичному, також притаманна пряма та записана трансляція. Проте саме зберігання записаного відеоконтенту на конкретних каналах-акаунтах дає можливість отримати доступ до певної програми у будь-який час. Також є можливість завантажити її на власний девайс.

Найрейтинговіший Youtube-форматами в Україні є: “В гостях у Гордона”, “Зе Інтерв'юер”, “Kishkina”, “Вечір з Яніною Соколовою”. За кордоном такими програмами є: “The Graham Norton Show”, “The Late Late Show with James Corden” “ВДудь”, “Обережно! Собчак”.

Відомі інтерв'юери. Оскільки завданням дослідження є конкретні прийоми журналістів під час інтерв'ю, ми розглянули емпіричний матеріал,

який допоміг ідентифікувати та виокремити певні прийоми всесвітньо відомих інтерв'юерів.

Опра Вінфрі — американська телеведуча, продюсерка та громадська діячка. Вона неодноразово потрапляла у рейтинг журналу “Forbes” як найвпливовіша жінка Америки та світу. Найвідомішим проектом телеведучої є “Шоу Опри Вінфрі”, яке розпочали транслювати у 1986 році. Опра брала інтерв'ю, як у знаменитостей, так і у звичайних американців. Її стиль характеризують як сентиментальний та відкритий. У перші два роки існування програми прибуток від проекту перевищив 125 мільйонів доларів [28, с.30].

Ларрі Кінг — американський радіо та телеведучий. Його перший досвід як радіожурналіста відбувся на радіо “Wahr» у 1957 році. Пізніше він став колумністом «Miami News» та «Miami Herald». Дослідники його творчості відзначають, що інтерв'юер завжди знаходить особливий підхід до кожного гостя студії, з яким спілкується. З 1985 року розпочалось ток-шоу «Larry King Live» на CNN. Програма проіснувала 25 років і увійшла через свою тривалість у Книгу рекордів Гіннеса. За час своєї журналістської кар'єри Ларрі Кінг провів більше 60 тисяч інтерв'ю. [12, с.18]

Барбара Уолтерс — одна з найвпливовіших телеведучих світу. Одна з перших жінок, якій вдалось зробити успішну кар'єру на телебаченні. Вона розпочала свою медійну кар'єру на телеканалі “NBC” у ролі дослідника і авторки програми “Сьогодні”. Популярності та рейтингів їй додали репортажі, які вона створила після поїздок з тодішньою першою леді США Жаклін Кеннеді в Індію та Пакистан. Її стиль та манера інтерв'ю викристалізувались саме у інтерв'ю з високопосадовими особами: президентами, монархами, імператорами. Журналістка володіє багатьма медійними нагородами, зокрема “Еммі” та нагородою компанії Уолта Діснея [30, с.48].

Висновки до розділу

Для дослідження жанру інтерв'ю у відкритих джерелах ми знаходимо чимало теоретичної інформації, що полегшує аналіз конкретного аспекту цієї теми. Завдяки теоретичним посібникам, а також емпіричним матеріалам у

розділі ми пояснили основні понятійні категорії досліджуваної теми, зокрема: інтерв'ю, прийом, медіаформат.

Були виявлені характеристики інтерв'ю, які є спільними і відмінними у різних медіаформатах (друковані ЗМІ, радіо, телебачення та онлайн-ресурси). Спільні ознаки стосуються техніки інтерв'ювання та підготовки на всіх етапах цього журналістського процесу. Відмінними є технічні способи передачі інформації аудиторії (читачам, слухачам та глядачам).

Дослідження генези інтерв'ю розпочалось від Сократового визначення діалогу. Первинне значення інтерв'ю використовувалось з метою філософських вчень та відповідної комунікації під час цього процесу.

Завдяки кільком дослідженим типологіям інтерв'ю ми визначили основні характеристики інтерв'ю. Моніторинг емпіричного матеріалу та визначення певних стилістичних прийомів відомих інтерв'юерів продемонстрував можливі адаптації інтерв'ю для різних форматів.

РОЗДІЛ 2.

ПРОЕКТ “КРАФТОВА ЖУРНАЛІСТИКА”: ЗБИРАЄМО ІНТЕРВ’Ю

ПРО ІНТЕРВ’Ю

2.1. Творча лабораторія проекту. Від ідеї до практики

Тема проекту, яку ми обрали для дослідження, не випадкова. Інтерв’ювання — основна частина професійної діяльності авторки роботи.

Вона працювала з форматом інтерв’ю для львівського журналу “РІА”, інформаційного порталу “Твоє місто”, сайту “Medialab”, газети “Високий Замок”. Також була ведучою шоу “Святкове інтерв’ю” та “Донт Ворі” на студентському радіо “412”.

Назва “Крафтова журналістика” є авторською. Слово “крафт” — це ремесло, уміння. “Крафтовий” — прикметник, який відкриває суть проекту: він про мистецтво інтерв’ювання, про теоретичні правила, етичні норми під час однієї із найпоширеніших практик журналістської творчості.

Концепція проекту “Крафтова журналістика”: в інтерв’ю про інтерв’ю медійники діляться професійними прийомами на всіх етапах підготовки розмови з героєм. Кожне інтерв’ю — це жива історія і важливо передати її правдиво.

Для реалізації практичної частини проекту “Крафтова журналістика” ми спочатку освоїли теоретичну базу, простудіювали ключові наукові та публіцистичні роботи про інтерв’ю, які були написані протягом останніх 20 років.

Головна ідея нашого творчого проекту — ідентифікувати та проаналізувати прийоми інтерв’ювання у різних медіаформатах методом інтерв’ювання журналістів.

Для методу інтерв’ювання ми обрали журналістів, які працюють у таких медіаформатах:

- друковані ЗМІ,
- телебачення,

- радіо (водночас класичне частотне та онлайн),
- текстові онлайн-видання,
- відео-формат в Youtube.

Особливості питальника та вибірка респондентів. Для дослідження ми створили питальник (*див. Додаток №1*). Він налічує 35 запитань та розділений на блоки, а саме:

- підготовка до інтерв'ю,
- процес інтерв'ювання/викладу матеріалу,
- продакшн (особливості інтерв'ювання у телеформаті, радіоформаті, онлайн);

Наступна частина питальника відтворює не хронологічні рамки інтерв'ю, а психологічний аспект. При спілкуванні журналіста з інтерв'ююваним відбувається класична комунікація лише з професійною метою. У будь-якому комунікативному процесі варто зважати не тільки на технічну сторону, але й на емоційну. Повне включення журналіста у процес інтерв'ювання неможливе без налагодження зручних психологічних меж та, якщо виникає потреба, обмежень.

У блоці “бліц” ми зібрали 9 прийомів завдяки опрацюванню теоретичного та емпіричного матеріалу. Журналісти повинні прокоментувати застосування конкретного запропонованого прийому у своїй діяльності для того, аби було зрозуміло його універсальність та спосіб використання у різних медіаформатах.

Під час інтерв'ю ми дізнавались у респондентів, техніки інтерв'ювання якого українського чи зарубіжного журналіста вони вважають зразковими.

Вибірка респондентів здійснювалась за такими критеріями:

Журналіст:

- працює в актуальному часі;
- створює успішний/популярний медійний контент (про що свідчать аналітичні рейтинги) з використанням інтерв'ю і як методу, і як жанру;
- має завершені, або ті, які тривають досі, проекти, або авторські програми, де використовує жанр та метод інтерв'ю.

Важливим фактором вибірки респондентів був той, що кожен з них зміг би висвітлити тему інтерв'ю у максимально широкому фокусі. Тут зважали на місце роботи журналіста, тож серед п'яти респондентів є представники: українських столичних медіа, українського регіонального медіа та американського медіа.

Для формату **Друковані ЗМІ** ми обрали журналістку та літературознавицю Тетяну Терен. Попереднім емпіричним матеріалом дослідження професійної діяльності Тетяни була її книга “РЕСвізити. Антологія письменницьких голосів”. Це книга-інтерв'ю з відомими українськими літераторами. Окрім того, аналізували її книгу-інтерв'ю “Прості речі. Вісім розмов з Адою Роговцевою” та “Сотворіння світу. Сім днів із Тарасом Прохаськом”.

Для **Радійного формату** ми обрали Тетяну Трощинську, головну редакторку “Громадського радіо”. Вона веде авторські програми “40 нові 20”, “Хвостата хвиля” на “Громадському радіо” та авторські проекти “ОргКультура” та “Емоційний інтелект” на суспільному “Радіо Культура”.

Для **“Телевізійного формату”** ми обрали журналіста Остапа Яриша. Раніше він працював на “Громадському телебаченні”, а нині є кореспондентом “Голосу Америки”.

Для **“Текстового онлайн-формату”** респонденткою виступила Олена Лівіцька. Це луцька журналістка, яка працює у жанрі репортажного інтерв'ю на локальному сайті “Перший. Сайт соціальних новин”.

У **Формат Youtube-програм** обрали в респонденти Данила Мокрика. Він є автором та ведучим авторської програми “Мокрик По живому” на “Громадському телебаченні”.

Оскільки інтерв'ю з респондентами є частиною саме наукового завдання, то попередньо ми надсилали блоки обов'язкових запитань кожному інтерв'юваному. Надсилання попереднього матеріалу для підготовки — це також прийом інтерв'ювання.

Усіх героїв дослідження ми попереджали, що інтерв'ю триватиме близько двох годин. Це прийом підготовки до інтерв'ю, який дає можливість інтерв'юєру та респондентам мати конкретні очікування стосовно часового обмеження розмови.

Для систематизації аналізу отриману інформацію ми поділили на частини за допомогою підзаголовків: поступові етапи підготовки, сам процес інтерв'ювання та опрацювання зібраного матеріалу.

Основні завдання, які були виконані під час практичної частини (додані часові показники), логістика щодо часу:

- інтерв'ювання 5 респондентів (кожне інтерв'ю тривало в середньому 2 години);
- розшифрування (1 інтерв'ю — 2 дні);
- написання матеріалу (1 інтерв'ю — 1 день);
- редагування матеріалу (в середньому тричі, тривалість — від 3 днів);
- аналіз (1 матеріал — 1 день);
- макетування на сайті (1 матеріал — 1 день).

Для публікування матеріалів ми обрали сайт, проект Львівського медіафоруму, “Medialab”. Головна редакторка ресурсу попередньо погодилась опублікувати статті. Натомість один з половиною місяці комунікування із редакторкою були непродуктивними та безрезультативними. Після триразового редагування першого тексту, його відмовились публікувати, посилаючись на те, що багато речень повторюють уже раніше написане на сайті.

Тож для оприлюднення матеріалів ми вирішити створити власний сайт на платформі Wix.com. На сайті ми також створили дизайн з запропонованих шаблонів та після цього розмістили концепцію проекту та безпосередньо самі матеріали.

2.2 Розмова перша. Тетяна Терен: як брати інтерв'ю у письменників

Підготовка. Для того, аби підготуватись до інтерв'ю з Тетяною, найперше, що ми опрацювали, — це книгу “РЕСвізити. Антологія

письменницьких голосів”. Це поки найтриваліший проект Тетяни, який розпочався у 2013 році. Загалом вже вийшло друком три видання антології.

Досліджували Тетянині інтерв'ю з Юрієм Андруховичем, Сергієм Жаданом, Оксаною Забужко, Ларисою Денисенко та багатьма іншими. Це емпіричний матеріал, який допоміг самостійно проаналізувати та виокремити конкретні прийоми в текстах Тетяни ще до розмови з нею.

Після прочитання тому “РЕСвізити” ми віднайшли інформацію про саму авторку, про її творчі зацікавлення та іншу, крім журналістики, діяльність. Перед інтерв'ю за допомогою онлайн-джерел ми створили емоційний образ співрозмовниці, щоб підготуватись не лише теоретично, але й психологічно. Цьому також допоміг перегляд відео з Тетяною. Саме завдяки такому відео, на якому Тетяна Терен пояснює ідею “РЕСвізитів”, у нас викристалізувались додаткові запитання, крім тих, що є в питальнику.

Ідентифікація та аналіз прийомів Тетяни. “Найлегший спосіб створити конфлікт з вашим героєм — прийти непередготовленим” (тут і нижче в цьому підрозділі ми наводимо цитати з нашого інтерв'ю, *див. Додаток №2*). На думку Тетяни, підготовка до кожного інтерв'ю з письменником неможлива без опрацювання його творчого доробку. “Коли письменники бачать, що ви їх читали, з їхньої сторони ніколи не буде відторгнення. Це головний рушій проти бар'єрів, який зменшить дистанцію між вами”.

Ми з'ясували, що наша респондентка визначила для процесу інтерв'ювання оптимальний час на заочне ознайомлення з героєм-письменником, — 3 місяці. Щоб отримати максимальну кількість інформації вона радить використовувати:

- онлайн-джерела;
- бібліотечні матеріали (підшивки, перші публікації письменника);
- спілкування з друзями, рідними, колегами;
- літературу, яка може бути суміжною з тією, яку створює автор, або та, яка може краще його охарактеризувати.

Неповну інформацію про героя, або ту, яка висвітлює його не зі всіх ракурсів, можна використати як матеріал для власних запитань.

Якщо про героя-письменника майже немає інформації у відкритих джерелах, то потрібно прочитати не 1-2 його книги, а декілька.

Перед тривалими інтерв'ю корисно скласти питальник та ділити його на блоки. У “РЕСвізитах” такими блоками є:

- особисті історії,
- творчість,
- “постаті”, які вплинули на героя,
- ставлення до ситуації в країні та світі загалом і погляд у майбутнє.

Процес творення діалогу. Неможливо розпочати інтерв'ю з першої секунди зустрічі з героєм, каже Тетяна. Але, навіть привітавшись та почавши знайомитись, можна зібрати необхідну для себе інформацію, зокрема репортажну.

Small talk — це прийом, який журналіст має нагоду використати перед початком записування інтерв'ю. Тут можна говорити про будь-які буденні речі, щоб налагодити контакт з героєм. Наприклад, про навколишній інтер'єр, у якому відбувається розмова.

Жарти, розмова про побут — ці початкові елементи розмови теж є прийомами.

Варто домовитись з гостем про приблизну тривалість розмови, якщо не зробили цього раніше. Запас свіжості думки не такий вже й великий: 3-4 години. Розмову розпочинає та завершує журналіст, він є менеджером процесу.

Особисті запитання не варто озвучувати на початку розмови. Для глибшої розмови потрібно спочатку налагодити емоційний та візуальний зв'язок з інтерв'ююваним. Деколи це може відбутися тільки після 2-3 годин розмови. Навіть, коли герой не відповів на особисте запитання, — в тексті можна про це написати. Відсутність коментарів — це також реакція героя, вважає Тетяна Терен.

Тетяна зазначає, що самим запитанням є можливість звузити тему відповіді для вашого героя. Це додає тексту конкретики. Під час розмови журналіст має право зупинити героя, якщо він почав висловлюватись не за темою, яку мало розкрити конкретне запитання.

Тетяна надає класичному підходу при спілкуванні з героєм, тому використовує займенник “ви”, а не “ти”. Проте є моменти, коли використання “ти” є виправданим. Це трапляється, коли при написанні є необхідність передати читачеві зміну характеру спілкування між героєм та інтерв'ююваним. Коли це спілкування стає ближчим та більш дружнім, аніж до того.

Право на емоцію. “Тривалі інтерв'ю — це довгі психоемоційні хвили”. Роль журналіста під час інтерв'ю — це перш за все роль слухача. Перебивання героя та нав'язування власного досвіду — антиприйоми.

Тетяна вважає, що варто дотримуватись нейтралітету в спілкуванні з співрозмовником. Адже читач не повинен бачити у тексті якесь вже нав'язане упереджене ставлення. Компліменти доречні тільки тоді, коли вони напряду стосуються теми, запитання, яке обговорюється з героєм, коли вони є фактом. Наприклад, журналіст називає “вершинним” твір письменника, бо це оцінка літературних критиків та суспільства.

Редакторська місія. “Якби хтось порівнював оригінал і те, що виходить потім у публікацію, — це кардинально різні тексти. Хоча герої цього майже ніколи не помічають”, вважає Тетяна. Основний фактчек здійснюється під час роботи з розшифрованим текстом. Журналіст повинен перевірити імена, дати, дані.

Оскільки в інтерв'ю два автори, то інтерв'ю потрібно надіслати на вичитку героєві. Якщо людина хоче забрати великі шматки тексту, не обов'язково з нею погоджуватись. Основна ціль журналіста — об'ємний та цікавий портрет героя.

Нотатки після розмови. Спілкування з Тетяною відбувалось за допомогою програми Skype. Розмова тривала три з половиною години протягом двох днів. Тетяна відповіла практично на всі задані їй запитання. Під

час запитання про провокацію та маніпуляцію Тетяна попросила конкретизації, адже, як вона вважає, у медіа немає чітких визначень цих понять, тому кожен оперує ними на свій розсуд. Завдяки цьому першому інтерв'ю у нас сформувався певний обсяг запитань, які не мають змісту для дослідження теми інтерв'ю, або не є дотичними до конкретного медіаформату. Тетяна висловлювалась чітко та художньо, таким чином ми використали її прямі цитати у матеріалі. На запитання з бліцу про прийом, який респондентка використовує найчастіше, Тетяна Терен назвала прийом больової точки. Розкриття особистих історій людини, родинних перипетій та життєвих криз. Саме такі моменти з біографії героя, на думку Тетяни, викристалізують образ та внутрішній світ співрозмовника якомога чесніше для читача.

На запитання про те, техніки яких інтерв'юерів Тетяна вважає зразковими, респондентка відповіла: Іза Хруслінська, Соломон Волков, Мирослава Барчук, Сергій Дорофеев.

2.3. Розмова друга. Тетяна Трощинська: “Я сподіваюсь, ви готові до всього”

Підготовка. Про онлайн-зустріч і відповідно інтерв'ю з Тетяною Трощинською ми домовились телефоном. До підготовки розмови з Тетяною використовували відкриті онлайн-джерела, серед яких були:

- радіо-ефіри Тетяни у ролі телеведучої;
- радіо-ефіри, де Тетяна є гостею студії;
- записані лекції, де Тетяна виступає в ролі комунікаційного тренера;
- журналістські матеріали-інтерв'ю з Тетяною про її професійну діяльність.

Ми окреслили основні поняття про комунікацію, якими оперує Тетяна та використали цей матеріал для додаткових запитань. При підготовці розмежували радіо-ефіри: авторські проекти та проекти, де Тетяна є ведучою чи співведучою.

Відмітили, що Тетяна реалізовує авторські проекти у трьох основних тематиках: емоційний інтелект, захист прав людини та процес комунікації.

Окрім того, Тетяна була ведучою та редакторкою політичних програм.

Практичні етапи інтерв'ювання на радіо. Респондентка подає класифікацію жанрового різноманіття інтерв'ю, якою послуговується у здійсненні журналістської діяльності. Це інтерпретативний коментар, репортажний коментар, особистісне або портретне інтерв'ю та lifestyle-інтерв'ю. Окрім різноманіття жанрів, які мають своє конкретне призначення та мету, блоки запитань також можна поділити на кілька категорій:

- резонансні теми,
- сфера компетенції спікера,
- запитання про актуальне,
- особистісний блок запитань.

Тетяна не дає заздалегідь своїм героям питальника. Зазвичай надсилає лише тези для того, аби співбесідник зрозумів основні вектори розмови.

Одна з практичних порад нашої респондентки під час інтерв'ю в режимі радіоформату: журналісту краще написати запитання на твердій картці, ніж на м'якому аркуші, щоб не створювати зайвого звуку під час ефіру. Перед інтерв'ю слід здійснити фактчекінг інформації, яка релевантна темі розмови, що відбуватиметься.

Завдяки уточнювальним запитанням стосовно здійснення Тетяною фактчекінгу, ми з'ясували, що вона приділяє особливу увагу на перевірку цифр, дат, імен. Коли в джерелах, до прикладу, подано дві різні цифри, з цього можна побудувати питання-уточнення для гостя.

Як стверджує Тетяна, посилаючись на власний практичний досвід, формулювання запитань перед ефіром та під час нього може суттєво відрізнятись. До уваги слід брати те, що розмова — це живий процес в режимі “тут і зараз” та має низку змінних чинників. Серед яких емоційний тон обох сторін діалогу та виділення актуальних акцентів.

Коли інтерв'ю стартувало. Ми з'ясували, що підготування до інтерв'ю, це також процес, який безпосередньо стосується інтерв'ююваного. Герой, запрошений у студію, має право використовувати заздалегідь підготовлений

меседж-бокс. Проте зачитування їх дослівно з аркуша — це неналежне ставлення героя до публіки. Журналіст повинен звернути на це свою увагу, наприклад, озвучивши процес зачитування аудиторії (тут і нижче в цьому підрозділі ми наводимо цитати з нашого інтерв'ю, *див. Додаток. №3*).

Тетяна, продовжуючи тему фактчекінгу, висвітлила цей прийом з ракурсу, коли ефір вже розпочався. Вона рекомендує за технічної можливості здійснювати перевірку суперечливої інформації. Якщо під час ефіру це неможливо, то потрібно подати спростування інформації після ефіру та сайті, або в іншому доступному форматі.

“Особливостями радіо-формату є те, що основними виражальними засобами ведучого є: голос, шуми, паузи і певний відрізок часу, який обмежує тривалість програми”.

Тетяна, розповідаючи про специфічні прийоми інтерв'ю, зазначає, що одним з таких є таємний гість.

“Інтерв'ю перед радіо-мікрофонами — процес, коли слухачі мають можливість не лише почути слова, але й відчутти емоції спікерів.” Тетяна пояснює, що журналіст працює не лише в режимі питання-відповідь, але напряду з емоціями та реакціями свого героя. Звідти й додаткові запитання і підсумування висновків стосовно відповіді на конкретне запитання”.

Важливо під час інтерв'ю отримати відповіді на оптимальну кількість запитань. Тож ми з'ясували, яким чином можна оптимізувати розмову: коли немає достатньо часу, щоб розгорнути тему за всіма ключовими аспектами, які підготовлені заздалегідь, варто використовувати пріоритезовані запитання. Важливо, щоб під час розмови герой відповів на ключові запитання. Наприклад, *чому? навіщо? які прогнози?*

Тетяна ділиться власною технікою роботи в ефірі за принципом медіаційного трикутника. Це означає рівноцінне подання та розкриття журналістом трьох основних компонентів розмови: змісту самої розмови, емоції, які присутні між співрозмовниками, та загалом процесу інтерв'ювання.

Приклади запитань. Під час опрацювання тематичної літератури, ми з'ясували, що саме запитання є основним інструментом журналіста. У Тетяни ми дізнались про те, який поділ запитань вона використовує. Отже, найповнішу та вичерпну відповідь можна отримати, задавши відкриті запитання. Їхніми узагальнювальними шаблонами є: *чому? як? навіщо? що ви зробили потім? що було далі?* Деколи закриті запитання є влучними, доречними. Особливо тоді, коли вони описують та уточнюють певний факт. Відповідно до ситуації та потреби у розмові можна також використовувати інші категорії запитань:

- інтерпретативні: *поясніть, чому ви вчинили саме так?*
- гіпотетичні: *ким ви були б, якби народились в Америці?*
- альтернативні: *що для вас важливіше: цінності чи посада?*
- запитання “*cauch out*”, щоб підловити героя на його внутрішній суперечності,
- уточнювальні: *чи ви переконані? чи ви впевнені? можливо, ви щойно надали неповну інформацію?*
- асоціативне запитання: *що ви все життя мріяли зробити, але вам так і не вдалось?*

Політичне інтерв'ю. Для спілкування з політиками часто використовують спеціальний формат програми — *hard talk*. Під час застосування журналістом та редакцією такого формату для інтерв'ю діє низка конкретних прийомів. Перш за все, це попередження героїв про обмеження в часі. Часовий баланс варто прописати заздалегідь і дуже чітко. Наприклад: 1 хвилина — на репліку, 3 хвилини — на відповідь, 30 секунд — на реакцію. Дуже важливо ставити чітко окреслені часові рамки для політиків, адже таким чином вдасться зберегти баланс думок та позицій.

“Інтерв'ю — не спосіб переконати гостя”, — стверджує респондентка. Це не завдання журналіста. Якісна робота інтерв'юера — це розкриття свого героя через призму його висловлювань. Але оскільки журналіст працює для своєї цільової аудиторії, то він має моральне право переконувати свою аудиторію. Це можна здійснити, додаючи фактологічні ремарки до висловлювань гостя.

Слухач повинен розуміти, що спікер, до прикладу, подає маніпулятивну інформацію, або не може себе тримати в нормальних етичних рамках.

Журналіст повинен чітко розмежовувати власний погляд героя на певну ситуацію та факт. Говорити неправду та необ'єктивно, нефактологічно описувати висловлювання героя — це антиприйом. Констатація — здорова альтернатива маніпуляції.

Психотерапевтична роль інтерв'юера. Кожна емоція, яка присутня в ефірі, щось розповідає слухачеві. Але нормальні та потрібні лише ті емоції, які не завдають шкоди ні аудиторії, ні героєві, ні інтерв'юеру. Так вважає Тетяна. Шкода може полягати в емоційному шоці, глибокому стресовому стані. Особливо обережно потрібно працювати з травматичним досвідом людини. Потрібно дати можливість героєві самому розпочинати говорити про найболючіші моменти цього некомфортного, а іноді трагічного досвіду. Журналіст у такому випадку повинен бути мінімалістичним: ставити більш загальні запитання і уважно використовувати уточнювальні. Загалом аудиторія позитивно сприймає сльози під час ефіру. Проте не потрібно плакати спеціально, чи навмисне нашттовхувати на плач співрозмовника. Така поведінка неетична.

На правах автора. Авторська програма — це офіційна можливість журналіста висловлювати власну думку та позицію. Власний погляд — це теж окремий прийом.

В авторських програмах журналіст повинен почувати себе на рівні з гостем. Важливо, щоб автор програми володів темою розмови на теоретичному та практичному рівнях. Відтак він може висловлювати свою позицію, пропонувати альтернативну думку до тієї, яку висловив герой.

Скепсис, іронія, жарт та сумнів — це ті прийоми, які притаманні авторським програмам. Використання кожного з них не лише створює образ героя, але загалом показує настрій розмови, суперечливі моменти, непогодження та здоровий конфлікт. Проте, тут, як і у випадку неавторських

форматів, хибно вважати, що інтерв'ю про ведучого. І в цьому випадку інтерв'ю про героя, або про його позицію чи пояснення ситуації.

Тетяна Трощинська вважає, що найважливіше відчувати психологічну свободу під час розмови з героєм, яку не досягти без якісної підготовки до розмови.

Нотатки після розмови. Інтерв'ю з Тетяною Трощинською тривало дві години через платформу Skype. Особливість журналістки у тому, що вона доволі швидко розмовляє. На початку інтерв'ю респондентка сама ідентифікувала цю особливість та зазначила, що свідомо намагається вповільнювати темп, коли працює інтерв'юером. Під час розмови Тетяна подавала багато конкретних прикладів, зазвичай з політичних інтерв'ю. Завдяки цій розмові ми дізнались про принцип медіаційного трикутника, який існує для збалансованого функціонування будь-яких сфер медіа. На запитання з бліцу про прийом, який респондентка використовує найчастіше, Тетяна Трощинська розповіла, що для неї цінно бути на моральному рівні з усіма своїми співрозмовниками.

На запитання про те, техніки яких інтерв'юерів Тетяна вважає зразковими, респондентка відповіла: Опра Вінфрі, Іза Хруслінська, Стівен Сакур, Андрій Куликов.

2.4. Розмова третя. Остап Яриш. “Культурна провокація зі згладженими кутами”

Підготовка. Для свого медіадослідження ми вирішили обрати респондентів, які працюють не лише в Україні, але й за кордоном. Остап Яриш вже як два роки є кореспондентом “Голосу Америки”, тому від нього ми дізнались про стандарти україно-американської журналістики, а зокрема про інтерв'ювання посадових постатей у США.

На час нашого Skype-інтерв'ю дім самого Остапа став його місцем роботи. Так як карантинні заходи обмежили можливість спілкуватись з людьми безпосередньо наживо. Для підготовки до інтерв'ю з Остапом ми перш за все промоніторили його соціальні мережі: FB, YouTube. Сторінка Остапа у FB є

діловою, там він розміщує свої журналістські матеріали та подає певну особисту оцінку у межах, допустимих для журналіста-кореспондента.

На офіційній сторінці “Голосу Америки” ми ознайомились з відеороботами, а також текстами, які написав Остап. Загалом виокремили основні теми, які входять у тематичну сферу діяльності журналіста. Найчастіше це міжнародні відносини, політичні питання, культурно-соціальні явища та останнім часом медицина.

Обрати героя. На “Голосі Америки” працюють згідно з журналістськими стандартами. Проте речників, героїв інтерв’ю перевіряють особливо детально. Зазвичай для цієї процедури використовують соціальні мережі: FB, LinkedIn. Саме там оглядають профіль людини також перевіряють інституцію, у якій вона працює.

Інтерв’ю на камеру. Коли журналіст обрав людину для коментаря, він особисто з нею спілкується стосовно тих тем, які будуть порушуватись під час розмови (тут і нижче в цьому підрозділі ми наводимо цитати з нашого інтерв’ю, *див. Додаток №4*). При попередній комунікації не обов’язково давати спікеру список запитань, які будуть озвучені. Корисно ознайомити людину з основними концептами розмови, ідеями. Іноді, коли певна конкретна тема, наприклад імпічмент, є табу для співрозмовника, при попередній бесіді журналіст може її більш узагальнити, щоб людина не відмовилась давати коментар чи оцінку загалом. Такий прийом можна назвати прийомом троянського коня.

Найважливіший контакт з людиною відбувається безпосередньо під час живої розмови, тому журналіст повинен чітко формулювати запитання та використовувати інтонацію доречно.

Для журналіста, який працює у відеоформаті, цілком допустимо та виправдано задавати ті запитання, які його героєві вже озвучували попередні інтерв’юери. Глядач все одно побачить конкретну реакцію людини навіть тоді, коли відповідь буде аналогічна попередній.

Прямий ефір. Це дуже відрізняє live-трансляцію від запису. Під час попереднього запису та монтування журналіст може ставити своє запитання

навіть хвилину часу, додаючи референси чи приклади. Оскільки на телебаченні час обмежений, то тут наживо запитання має звучати максимально чітко та лаконічно. Під час розмови журналіст повинен бути сконцентрованим на своєму співрозмовнику, дивитись у вічі, що налагодити емоційний та візуальний контакт.

Картинка у Skype. Слід розуміти, що Skype є лише одним з можливих, доступних інструментів для спілкування. Проте інтерв'ю такого формату складно проводити, коли є ціль відкрити особистість людини. У таких випадках без живого контакту не обійтись. Для того, аби Skype-розмова вийшла якісною та її можна було б подати в ефір, потрібно зважати на технічні особливості онлайн-запису. Для цього потрібно дотримуватись певних правил:

- добре освітлене приміщення, яке не засліплює обличчя героя;
- якщо спілкування ведеться з телефона, то лише у вертикальному положенні.

Драматургія відеоряду. Для того, аби новинне відео передавало історію, потрібно попередньо скласти ескіз кадрів, порядок та їхнє значення для сюжету. Саме у репортажних інтерв'ю є можливість повноцінно втілити характеристики сторітелінгу: опис героя, місця, кількох сюжетних ліній. Можна використовувати два підходи до оформлення репортажного інтерв'ю: хронологічний (коли події відбуваються згідно з часом), а також переплітати інтерв'ю з двома або кількома героями.

Емоційність за логікою. Емоційність у словах, рухах, погляді більше доречна у репортажному, особистісному інтерв'ю. Тоді глядачеві цінно передати живі почуття героя. Якщо інтерв'ю на суспільно важливу тему, то мінімально емоцій, максимально фактажу.

Журналіст має право наполягати та перепитувати, коли не отримує відповіді. Робити це можна двічі, тричі. Якщо навіть герой все одно не дав відповіді, глядачі помітять, що він ухилився.

Етичні принципи журналістики особливо актуальні у відеоформаті, адже, якщо у тексті чи радіо аудиторія не бачить певних емоційних ознак між

співрозмовниками, то на відео помітно усе. Зухвалість та нахабство журналіста — це антиприйом. Замість того, щоб сказати спікеру “ви брехун”, потрібно коректно відреагувати на очевидно помилкові твердження. Наприклад: *“Ваші слова не відповідають офіційним даним”*.

Інтерв'ю з політиками зазвичай критичні і основна їхня мета — отримати позицію, думку експерта або учасника суспільно важливої події. З самого початку варто розмовляти з людиною у тому тоні, який відповідає меті інтерв'ю. Немає сенсу бути компліментарним чи жартувати. Однак дотримання правил етики журналіста — це також про повагу. Журналіст не зобов'язаний погоджуватись зі своїм героєм, щоб його поважати. Це моральна сторона інтерв'ю, яка є дуже важливою. Адже, коли навіть під час суперечки проявляється поважне ставлення до людини, є більше шансів, що вона буде правдивою та відповідатиме якомога щиро.

Перебивати співрозмовника — дуже нормальна річ. Треба подякувати і нагадати, що ефірний час обмежений, і важлива лише конкретика. Під час особистісних інтерв'ю якраз не потрібно перебивати людину. Іноді вона може розслабитись і тоді розповісти найцікавіше.

Сльози в ефірі завжди приносять рейтинги, — каже Остап. Але не потрібно провокувати людину заплакати. Важливо співпереживати. Це піде на користь матеріалу та стосункам зі співрозмовником. Фразу-кліше *“я вас розумію”* варто використовувати тільки тоді, коли дійсно розумієте людину, коли були в такій ситуації. Це стосується травматичного досвіду. Краще сказати *“мені жаль”*, *“я співчуваю”*. Важливо бути щирим інтерв'юером. Є один підхід, який використовують для того, аби герой з травматичним досвідом, зміг розповісти його спокійніше. Треба запропонувати людині розповісти свою історію у зворотньому порядку.

Під прицілом камери. У кадрі журналіст має добре виглядати. І це не тільки про те, щоб бути красивим, охайним. Важливо також не робити зайвих рухів, адже усі вони можуть зчитуватись глядачами та співрозмовником. Варто уважно стежити за киванням головою. Зазвичай цей знак сприймається, як

згода. Глядачі можуть зчитати цей рух як упередженість журналіста, а це непрофесійно. Зворотній сторона сприйняття рухів, погляду журналіста — це байдужість. Коли інтерв'юер демонструє своєму співрозмовнику, що йому нецікаво, це може зашкодити перебігу розмови.

Метод маски. Стати своїм. Остап Яриш висвітлював діяльність праворадикальних рухів, неофашистів у Європі. Для цього журналіст використав прийом маски.

Спочатку поїхав до Риму. Відкрито розповів, хто він та що шукає. На що місцеві потенційні герої сказали, що з журналістами категорично не спілкуються. Тоді Остап вирішив працювати під прикриттям, але вже у Франції. Респондент розповів про процес використання прийому маски. *“У них був закритий бар, де вони збирались по п'ятницях. Пускали тільки своїх. Постукав у двері та сказав, що я з української праворадикальної організації. Було небезпечно. Під час розмови вони часто казали, що, якби серед них був журналіст, вони б його побили. Я погоджувався з ними. В етичному плані це було на грані”*.

Такий формат інтерв'ю максимально інтегрований у повсякденне життя людини. І тут журналіст справді має стати хорошим актором, бути не тим, хто запитує, а другом, знайомим, зацікавленим слухачем. Найголовнішим аргументом використання цього прийому є історична цінність контенту та суспільне зацікавлення.

У постпродакшині прізвища та імена людей етично змінити на несправжні. Фотографії у такому випадку також не слід розміщувати.

Нотатки після розмови. Розмова з Остапом Яришем відбулась через годину після того, як ми сконтактувались з ним, через Skype. Журналіст розповів про особливості роботи тележурналіста з дому, адже всі інтерв'ю реалізовувались під час пандемії. Остап розповідав про свій актуальний досвід роботи на “Голосі Америки”, а також наводив приклади репортажного інтерв'ю для “Громадського Телебачення”. Завдяки нашому респонденту ми дізнались про реальний спосіб використання прийому маски, а також викристалізували

прийом троянського коня. На запитання з бліцу про прийом, який респондент використовує найчастіше, Остап Ярош розповів, що це прийом уникання суперечки з героєм, який веде контраверсійну діяльність, професійну чи на особистісному рівні. Таким чином, не відчуваючи осуду від журналіста, людина може якомога повніше відкритись. Це журналістське “переодягання”, щоб увійти в довіру.

На запитання про те, техніки яких інтерв'юерів Остап вважає зразковими, респондент відповів: Данило Мокрик. Додамо, що Данило Мокрик входить у вибірку респондентів нашого дослідження.

2.5. Розмова четверта. Олена Лівіцька: “У портретних інтерв'ю треба на трохи стати своїм героєм”

Підготовка. Олена Лівіцька — журналістка луцького медіа “Перший. канал соціальних новин”. Ще одна респондентка, вибір якої змотивований критерієм розширення географічної вибірки розташування журналістів. Олена у вибірці представляє текстовий онлайн-формат. Проте особливість інтерв'ю журналістки у застосуванні репортажних практик. Саме поєднання класичних теоретичних прийомів інтерв'ю та репортажу передають особливий стиль письма авторки, а також і збирання інформації та комунікації з героєм. До підготовки інтерв'ю з Оленою ми промоніторили ресурси, на яких розміщені її матеріали: “Перший. канал соціальних новин”, Волинь 24, Інформаційний патруль, Район.Луцьк. Для створення додаткових запитань були розібрані деталі статті журналістки: оформлення на сайті, підписи до фотографій, лексичні особливості та репортажні описи.

Обрати місце розмови. Олена розповідає, що підбір місця розмови повинен бути не випадковим, а логічним та цікавим. Завдяки цьому журналістка навіть започаткувала на сайті “Перший. Канал соціальних новин” рубрику “Розмова у книгарні”. Часто найтипівішим місцем, де журналісти призначають зустріч з героєм є кав'ярня. Тож Олена зрозуміла, що цінно шукати такий зовнішній простір, який буде не лише комфортним для

співрозмовника, а й зможе більше розповісти про людину, або показати її із зовсім іншого ракурсу.

Такі формати, де місце має вагоме значення, як під час самої розмови, так і у створенні тексту, журналістка називає інтерв'ю-експериментом. У рубриці “Розмови у книгарні” гість та журналістка разом гортають книги, хоча говорять не тільки про них. У книгарні Олена запрошує абсолютно різних людей: політиків, юристів, громадських активістів. І поміж розмовами про саму особистість, вплітаються розповіді про дитинство героя, його теперішнє життя, посаду та бачення рідного міста у майбутньому. У тексті авторка подає врізку, у якій йдеться про героя та його стосунки з книгами.

Олена згадує про найнеочікуваніші моменти, які траплялись під час інтерв'ю у книгарні. Наприклад, коли місцевий бізнесмен почав читати напам'ять вірші Степана Руданського. Тож такий формат може створити самостійне тло для сприйняття тексту читачем (тут і нижче в цьому підрозділі ми наводимо цитати з нашого інтерв'ю., *див. Додаток №5*).

Ще один прийом, який Олена використовує для репортажних вставок, а також, щоб описати героя у динамічній ситуації, — інтерв'ю у машині. Олена зазначає, що саме поїздки з героями у машинах та проведення там розмови є специфічною технікою. Коли інтерв'ю з політиком має проблемний характер, такий прийом може допомогти розпружити героя та дати можливість йому підготуватись до відповідей на ключові запитання інтерв'ю.

Обираючи та описуючи у тексті місце, Олена обдумує, наскільки включеним у розмову є читач. Репортажні врізки, доповнення, пояснення додають ефекту присутності читача у самій розмові, яка відтворена у тексті.

До підбору місця може наштотувати і сам герой. Наприклад, Олена проводила інтерв'ю у спортзалі з політиком, який у минулому був майстром спорту. Тобто у тексті, як і у бесіді, місце відіграло символічне значення, що є можливістю для уточнювальних запитань. Проте варто пам'ятати про те, що у інтерв'ю найважливіше поставити конкретні запитання та отримати конкретні

відповіді. Саме слова героя потрібно ставити на перше місце. А от репортажні вставки є лише додатковим інструментом оповідача.

Репортажні вставки, які є певними нюансами опису вигляду героя чи місця, вони роблять інтерв'ю легшим для сприйняття читачем, — вважає Тетяна. Наприклад, коли у тексті відзначений зовнішній вигляд людини, кольори одягу, або навіть якесь незвичне взуття.

Історичні теми та поєднання героїв. Коли Олена готується до інтерв'ю на історичну тематику, підхід до пошуку інформації про людину дещо інший, аніж з публічними особами. Адже зазвичай, окрім ім'я та прізвища героя, адреси та короткої історії життя, нічого немає. Тому тут варто простудіювати матеріали про історичне тло, у якому жив герой. Варто добре дізнатись про місце, де він мешкав під час певного історичного відтинку часу.

Для опису подій 1943 року на Волині Олена знайшла героя Веніаміна Пирожика, мешканця села Ягідне. У ході розмови виявилось, що у чоловіка є дядько у сусідньому селі, який також має свої індивідуальні життєві історії, які пов'язані з темою, яку досліджувала Олена. Після того, як Олена збрала достатньо інформації під час інтерв'ю про двох героїв, які були родичами, вона додала у два тексти об'єднувальні деталі розповіді. Таким чином складна історична тема стала більш ширшою та епічнішою через призму родинних цінностей. Головне у такій подачі двох розмов: щоб головний герой був один, щоб інший його не затьмарював, а лише був натяком на ще одну історію, текст, вартий уваги. І це саме той формат, коли доречним буде гортання фотоальбому з героєм. Заглиблення у спогади, які навіюють світлини, — новий виток розмови.

Як вважає респондента, часто мораль під час портретних інтерв'ю про події минулого виникає після провокативного запитання журналіста. У кінці розмови з Йосипом Олена запитала, що б він зробив, якби зустрів поляка, який у 40-их вбив його батька. Це нормально, що людині некомфортно відповідати на такі запитання, але відповідь на нього може підсумувати усе сказане раніше, — каже респондентка.

Початок та емоція. Інколи найскладніша частина інтерв'ю — це початок, як вважає журналістка. І тут знову можуть допомогти місце, а також деталі, які притаманні цьому місцю. Не завжди на початку розмови буде доречний жарт.

Якось інтерв'юерка розмовляла з героєм у місцевій філармонії. Там живе кіт. Отак і почалась все з нього. Розмова ні про що, але налаштувала на позитив перед основною частиною діалогу.

Для кожного інтерв'ю журналіст має складати індивідуальний сценарій, як і визначати свою роль. У книгарні — ти компаньйон, в історичних інтерв'ю — розвідник.

Олена під час інтерв'ю працює з емоціями героя та своїми власними. Таким чином, що свої мінімалізує та не завжди проявляє. А стан героя намагається ідентифікувати, дивлячись на його погляд, жести, інтонацію голосу та рухи. Героєві можна дозволити покурити, поплакати. Також іноді в розмові є затяжна пауза. Журналіст повинен почекати, герой в цей час або думає над відповіддю, або переживає минулу ситуацію, про яку запитав інтерв'юер.

При написанні матеріалу, вагітні паузи, або емоції зі сторони журналіста, Олена не відтворює зазвичай. Журналістка ділиться власним правилом емоційної цензури. Таким чином читач сприйме інформацію без зайвого психологічного фрейму.

Скласти все у текст. Драматургія репортажного інтерв'ю — це типова історія із вступом, кульмінацією та завершенням. Але, у випадку журналістського матеріалу, основну інтригу інтерв'ю потрібно виносити у заголовок або лід, хоча б частково.

Врізки — це акценти, зазвичай найемоційніші або найважливіші слова героя. Щоб виділити у тексті, можна написати їх на іншому фоні, або жирним шрифтом. Це зачіпки для читача, які мають спонукати прочитати більше. Можна виділити останні три слова в кінці. Показати, що це головні слова тексту.

Щоб підкреслити особистість, потрібно залишати її мовлення незмінним. У рубриці “Занесло в село” Олена в діалогах з людьми залишає діалекти, суржик, власні специфічні слова героя. Це додає колориту.

Іноді Олені мало того спектру розділових знаків у мові, який існує. Тож емоцію вона передає й двома дужками, як у соцмережах. До фоторафій Олена додає короткий опис — автономну частину тексту, яка його доповнює.

Журналістка також наголошує на важливості цілісної історії з важливим кінцем, а не тільки початком та кульмінацією. Коли з записаної розмови нічого взяти на кінець, щоб і його зробити яскравим, автор може зробити короткі висновки, додати репортажний фрагмент.

Нотатки після інтерв'ю. Розмова з Оленою тривала дві з половиною години. Під час інтерв'ю допомогли конкретні приклади з Олениних статей, які ми попередньо проаналізувати. Йдеться про спілкування з героєм, візуальна подача тексту, специфіка формування заголовків до текстів. У розмові з респонденткою ми дізнались про особливості підготовки інтерв'ю з людиною, про яку немає інформації у відкритих джерелах. Олена ґрунтовно пояснила значення зовнішніх обставин для проведення портретного інтерв'ю. На запитання з бліцу про прийом, який респондентка використовує найчастіше, Олена Лівіцька розповіла, що це увага до деталей, особливо до місця, в якому відбувається інтерв'ю. Це допомагає використовувати конкретні зовнішні частини розмови для репортажних описів, вставок у тексті.

На запитання про те, техніки яких інтерв'юерів Олена вважає зразковими, респондентка відповіла: Соня Кошкіна, Роман Романюк, Роман Скрипін.

2.6. Розмова п'ята. Данило Мокрик: “Любити своїх глядачів більше, аніж співрозмовника”

Підготовка. Данило Мокрик — ведучий та автор програми “Мокрик По Живому” на “Громадському ТБ”. Вибір саме цього журналіста змотивований перш за все тим, що його діяльність позитивно підмітив попередній респондент. І окрім того, він є представником одного з найновіших телеформатів, а саме YouTube-ефірів.

Після погодження з ним участі у нашому дослідженні, ми проаналізували випуски програми “Мокрик По живому” з лютого 2019 року. Дивлячись випуски, ми використовувала знання, які отримали в ході попередніх інтерв’ю та відповідей респондентів. Тож до фінального п’ятого інтерв’ю спектр додаткових запитань дещо збільшився.

Варто відзначити, що окремі випуски шоу можна назвати зразковими, згідно з основною функцією журналіста — отриманням інформації. Були проаналізовані й інші аспекти ведення прямого ефіру: візуальний, емоційний, етичний. Особлива увага була зосереджена на дослідженні концепції авторської програми у сучасному телеформаті.

Формат “Мокрик По живому”. За словами Данила Мокрика, концепція програми полягає у тому, що на прямі ефіри запрошують топ-чиновників, політиків, суддів, тих осіб, які наділені певними державними повноваженнями. Журналіст складає довгий список публічних осіб, з якими хотів би поспілкуватись у студії. І кожного тижня з редактором вони обирають людину, якої стосується певна актуальна, або ж резонансна подія. Якщо розпал Справи Гандзюк — запрошують суддю Ірину Венедіктову. Прийняли проект закону про дезінформацію — кличуть тодішнього міністра культури Володимира Бородянського.

Інтерв’ю не для того, щоб сидіти і з гостем одне одного облизувати, каже Данило (тут і нижче в цьому підрозділі ми наводимо цитати з нашого інтерв’ю, див. *Додаток №6*). Підбір співрозмовника змотивований ще й тим, що у ставленні до цієї людини в журналіста повинна виникати інтелектуальна опозиція.

Стосовно часових обмежень, то тут варто зважати на ефірні часові рамки. У випадку авторської програми Данила Мокрика — це максимум 50 хвилин. Бувають винятки: 39 хвилин, 45 хвилин, 52 хвилини. Підготовка конкретних тез розмови, які потенційно є темами для дискусій, також повинна попередньо осмислитись по тривалості.

Перед інтерв'ю журналіст переглядає кілька телевізійних розмов з гостем, якого запросив. Навіть, якщо раніше відбулась професійна розмова з цією людиною, важливо почути і побачити, як вона поводить себе в актуальний час. Корисно зрозуміти, яка риторика у людини сьогодні, про що говорить, а що замовчує. Данило наголошує на тому, що потрібно обирати і герої і теми такі, які цікавлять журналіста. Коли нудно ведучому, то і глядачеві нудно.

Запитань перед інтерв'ю журналіст не дає ніколи, для себе теж не завжди їх прописує. Якщо люди все ж таки їх просять, то відповідає: *“Йтиметься виключно про питання, які є у сфері ваших повноважень”*. Попри те, що підтем інтерв'ю може бути 3-4, наскрізна проблематика тільки одна. Вся розмова зводиться до пошуку відповіді на базове запитання. Хоча саме запитання не обов'язково звучить у ефірі. Для отримання інформації стосовно основної теми розмови Данило здійснює фактчекінг.

Респондент залучає до ефіру зацікавлених глядачів: вони задають свої запитання у соцмережах. Ведучий озвучує їх наприкінці розмови. Часто це такі питання, які не потрапили у попередньо складений short-list, бо не були доречні до цілісної структури інтерв'ю, його контексту.

Особистий підхід. Данило вважає, що перед ефіром не варто спілкуватись на теми майбутнього інтерв'ю. Також тут є етичний момент для журналіста. Бувають випадки, коли все ж відбувається small talk перед записом, а вже на самому інтерв'ю людина відмовляється озвучувати сказане. Некоректно зловживати фактами, озвученими off records.

Призначення запитань. Загалом усі запитання Данило поділяє на два типи. Ті, які озвучити необхідно незалежно, чи дадуть відповідь, чи ні, і ті, на які очікуєш отримати чітку відповідь.

Закриті запитання можуть відігравати різну роль в залежності, коли вони озвучені. Іноді вони є прологом до однієї з тем розмови. Деколи закриті запитання — це встановлення фактів, коли відповіді людини розмиті і неточні. Тут важливо почути просту відповідь: так чи ні.

Гіпотетичні запитання доречні у кількох випадках. Перший, коли дають можливість отримати обіцянку. Наприклад, запитуючи чиновника, чи візьме він на себе відповідальність у випадку професійної помилки. Другий випадок використання — апелювання до досвіду людини. Тут йдеться про те, щоб герой пояснив через себе, як він ставиться до того, що відбувається з іншим.

Особисте запитання. “Я не маю на меті розкрити в кожному гостеві людське, показати, якою є людина у приватному житті. Це не те, що мене цікавить”, — каже респондент Але, коли йдеться про політичну чистоплотність та наявність кумівства, такі запитання цілком доречні та виправдані.

Запитання-уточнення. Запитань такого формату є два види. Перший, коли намагаєшся сформулювати коротко те, що сказав гість, підсумувати. Це дає можливість підкреслити або нову інформацію, або просто абсурдний факт, який ймовірно не відповідає реальності. Другий, коли гість не конкретизує свою відповідь, відповідає загальними реченнями. Тут завдання журналіста деталізувати.

Гра на нервах. Данило Мокрик вважає, що телебачення будь-якого формату конкурує за емоції глядачів. Іноді журналіст повинен гіперболізувати свою міміку, щоб показати свою реакцію максимально чітко, як глядачеві, так і гостеві студії. Натомість сміх чи хихикання варто стримувати у під час обговорення суспільно важливих тем.

Сьогодні у медіапросторі є тенденція, коли ведучий перестає бути ментором. Його запитання та оцінка повинні стосуватись перш за все глядача та бути їм цікавими. Емоції у гостя може викликати вже те, що журналіст кілька разів озвучує одне і те ж запитання. Якщо відповіді все одно немає, то можна використати наступні фрази для оцінки поведінки героя: “ваша відповідь неповна”, або “ви проігнорували моє запитання”. Гість у свою чергу також має можливість якось взаємодіяти з журналістом після такого висновку. “Ходіння по колу” — так можна назвати прийом посиленого повторення одного і того ж запитання.

Данило акцентує на тому, що цінно перевірити, на що саме герой реагує бурхливо та емоційно. Закрита поведінка героя свідчить про прихований контекст, який людина відмовляється коментувати. Це також інформація.

Драматургія у прямому ефірі. Структуру інтерв'ю у прямому ефірі неможливо передбачити без урахування часу, який на цей ефір виділено. Журналісту допомагає режисер, спілкуючись з ним через прихований наушник. Він називає ведучому відрізки часу. Таким чином ведучий усвідомлює, чи є достатньо часу на те, щоб висвітлити нову підтему, чи потрібно підводити розмову до логічного завершення.

Коефіцієнт корисної дії. “Бути автором програми — не означає, що потрібно постійно говорити: “а от я вважаю...”. Чітко сформульовані тематичні запитання — це вже виявлення позиції ведучого. А для того, щоб висловити певну власну характеристику до відповідей співрозмовника, цілком допустимо вжити у своїх словах сарказм та іронію.

Данило Мокрик ділиться, що працює за правилом: “Інтерв'ю — це не проповідь, а сповідь. І єдиний, хто ставить тут запитання, — це журналіст”.

Нотатки після розмови. Спілкування з Данилом Мокриком тривало дві з половиною години протягом двох днів у Skype. Попередньо ми проаналізували 10 програм “Мокрик По живому” від лютого 2019 до квітня 2020 року. Аналіз допоміг нам сформулювати уявлення про особливості авторського стилю нашого респондента. Під час розмови ми ідентифікували та дали назву прийомам: “ходіння по колу” та “рефрен”. Данило описав використання різних типів запитань дещо по-іншому, ніж попередні респонденти, що дає змогу розглядати запитання не як стандартизований інструментарій для кожного інтерв'юера, а індивідуальну гнучку сукупність прийомів. На запитання з бліцу про прийом, який респондент використовує найчастіше, Данило Мокрик розповів, що це прийом ходіння по колу, який полягає у кількаразовому повторенні запитання. Якщо герой так і не дає відповіді, то журналісту важливо передати глядачеві саме процес ігнорування запитання та емоційний стан героя при цьому.

На запитання про те, техніки яких інтерв'юерів Данило вважає зразковими, респондент відповів: Мирослава Барчук, Сергій Щербина, Левко Стек.

2.7. Бліц: як, коли і навіщо використовувати прийоми інтерв'ювання

Однією з важливих складових частин інтерв'ю був блок бліц-запитань (*див. Додаток №1*). Цей бліц містив у собі виключно найменування прийомів, які використовують під час інтерв'ю. Для створення бліцу ми використали теоретичну частину роботи, метою якої було дослідження конкретних методик проведення інтерв'ю у різних медіаформатах.

П'ять респондентів, відповідаючи на бліц, допомогли сформуванню загального уявлення про використання чи уникання певної методики у різних досліджуваних медіаформатах. У бліці були розміщені такі прийоми: “нога в дверях”, “вагітна пауза”, “жаба в окропі”, “режим off records”, суперечка з героєм, гіпотетичне питання, street talk, “капкани у запитаннях”, “роль непомітного офіціанта”. Окрім цього, кожен з респондентів окреслював власний унікальний прийом, який є у їхньому журналістському арсеналі.

Нога в дверях. Тетяна Терен розповіла, що використовує цей прийом на етапі перемовин зі своїм героєм. Трапляється, що людина зазвичай відмовляється від інтерв'ю, тому сам процес домовляння вже може стати початком комунікації журналіста з героєм, яка стане частиною ліду чи врізки на початку матеріалу. Тетяна Трощинська використовує цей прийом при спілкуванні з політиками. Олена Лівіцька, використовує цей прийом для того, щоб наполягти на конкретному форматі інтерв'ю, наприклад вибору місця. Данило Мокрик зазначає, що цей прийом — це наполегливість журналіста у постановці запитань. Остап Яриш використовує відповідний прийом у власній модифікації, а саме прийом троянського коня. Він, знаючи, що спікер відмовляється коментувати певну тему, узагальнює її.

Прийом вагітної паузи. Цей прийом використовують зазвичай у текстових форматах, що зазначили Тетяна Терен та Олена Лівіцька. На радіо та телебаченні такий підхід не завжди допустимий через хронометражні

обмеження ефіру. Остап Яриш зазначив, що взагалі не використовує під час прямих ефірів на “Голосі Америки” вищезгаданий прийом. Данило Мокрик описав цей прийом у психоемоційному блоці питальника, наголосивши, що така техніка допомагає розкрити психологічний стан героя. Тетяна Трощинська використовує прийом вагітної паузи лише під час особистісних та lifestyle інтерв’ю.

Жаба в окропі. Тетяна Терен використовує прийом тоді, коли переходить у розмові з героєм до особистого блоку запитань. Усі респонденти зазначили, що відповідний прийом допомагає побудувати логіку у запитаннях, тобто спочатку слід давати більш загальні, а потім поступово переходити до більш особистих та болючих. Остап Яриш зазначив, що іноді перед самим записом ефіру дає можливість героєві розповісти щось про себе, щоб підготувати його до більш гострих запитань вже під час прямого ефіру.

Режим off records. Усі респонденти пояснили цей прийом, як такий, який вимагає від журналіста дотримання етичних норм. Данило Мокрик зазначив, що він мав досвід, коли у цьому режимі розмови герой розповідав йому те, що не озвучував в ефірі для аудиторії. Проте журналіст не повинен самостійно подавати глядачам відповідну інформацію, якою він володіє. Відповідь можна отримати виключно, задаючи конкретні запитання. Тетяна Терен та Олена Лівіцька зазначили, що відповідний режим вони використовують для того, щоб зафіксувати певні репортажні деталі для написання матеріалу. Тетяна Трощинська та Остап Яриш наголошують, що в режимі off records не варто говорити з інтерв’ююваними на теми, які плануєте використати у подальшій розмові на запис.

Гіпотетичне запитання. Тетяна Терен та Тетяна Трощинська розповіли, що використовують цей прийом в особистих інтерв’ю та особистих блоках запитань. Цей запитання допомагає відкрити людину з іншого ракурсу, дати можливість їй оцінити свої вчинки по-іншому. Данило Мокрик використовує такі запитання, щоб апелювати до досвіду людини, з якою його героя пов’язує професія чи особисте життя. Олена Лівіцька використовує такий тип запитань,

адже вважає, що часто відповідь на них може додати тексту влучну мораль. Остап Яриш вважає, що такі запитання недоречно задавати політикам.

Суперечка з героєм. Тетяна Терен розповідає, що їй не притаманна така манера ведення інтерв'ю. Проте у книзі-інтерв'ю “Сотворіння світу. Сім днів із Тарасом Прохаськом” вона вдається до суперечки. Тетяна пояснює, що коли в розмові з'являється дружній тон, то суперечка не зайва, а навпаки додає героєві та розмові нових деталей для сприйняття читачами. Тетяна Трощинська та Данило Мокрик акцентують на тому, що такий прийом варто використовувати, проте тоді, коли журналіст, ведучий володіє точними фактами. Остап Яриш уникає цей прийом, адже вважає, що стримавши емоційність, можна отримати навіть від контраверсійного героя точніші та правдивіші відповіді.

Street talk. Усі респонденти використовують прийом, проте Тетяна Терен зазначила, що він не може слугувати для побудови більш особистої розмови. Олена Лівіцька у своїх репортажних інтерв'ю часто використовує цей прийом у різних модифікаціях: поїздка з героєм у машині, обід на автозаправці. Вона вважає, що такі побутові розмови під час цього прийому можуть підготувати сприятливу основу для подальшої розмови у більш офіційних обставинах.

Капкан. Опитані респонденти уточнили, що цей метод потрібно використовувати, зважаючи на структуру розмови та тематичні блоки. Тетяна Терен використовує його у особистому блоці. Данило Мокрик використовує прийом капкану тоді, коли потрібно поговорити з героєм на резонансну тему. Спочатку він задає запитання, яке може бути не в компетенції героя і знає, що той не відповість. Але саму реакцію Данило використовує для побудови наступних запитань.

Роль непомітного офіціанта. Остап Яриш, один із респондентів, модифікував прийом “роль непомітного офіціанта” на “роль бармена”. Це тоді, коли інтерв'юер не лише слухає, але може, наприклад, запропонувати якесь порівняння, чи альтернативу, розповісти коротко про власний формат відповіді на певне запитання. Тетяна Терен зазначає, що для неї це роль уважного включеного слухача. Данило Мокрик не повністю використовує цей

прийом, проте наголошує, що уважне слухання відповіді героя може допомогти журналісту дати уточнювальні запитання, або підсумувати сказане співрозмовником.

Бліц, як частина питальника, був останній етапом інтерв'ювання респондентів і займав в середньому 10 хвилин. Практично усі прийоми є активними інструментами опитаних респондентів. Проте використання відповідних технік залежить від медіаформату, хронометражу інформаційного продукту, індивідуального стилю автора, теми розмови та особливості героя. Слід додати, що багато найменувань прийомів, які були присутні у бліці, приємно здивували героїв, вони поділились, що використовуючи певний прийом, не могли підібрати відповідної назви.

Висновки до розділу

За допомогою складеного питальника, який був розділений на кілька блоків, вдалось під час інтерв'ю отримати від респондентів якомога розгорнутіші відповіді на запитання.

Вибірка із п'яти респондентів демонструє не лише представників різних медіаформатів (друковані ЗМІ, телебачення, радіо, тестові онлайн ресурси та ефіри в Youtube). Респонденти також є представниками столичних, регіонального та закордонного медіа.

На основі п'яти інтерв'ю ми виокремили конкретні техніки інтерв'ювання на всіх етапах інтерв'ю: підготовка, сам процес інтерв'ювання, постпродакшн, а також психологічним аспект. Ми з'ясували, що при підготовці журналісти використовують такі прийоми, як: фактчекінг, складання довгого питальника або short list, спілкування з людьми, які дотичні до героя. У процесі інтерв'ю респонденти застосовують техніки street talk для початку інтерв'ювання та налагодження психологічного контакту з героєм, також обумовлюють тривалість розмови. Запитання поділяють на основні типи: закриті, відкриті, гіпотетичні, уточнювальні, caught out.

Для структурування інтерв'ю під час постпродакшину інтерв'юери попередньо беруть за зразок правила сторітелінгу (сюжетні лінії та логіку

розвитку подій: початок, кульмінація, завершення). Респонденти використовують наприкінці матеріалу прийом репортажної вставки.

Що стосується психологічних, етичних технік процесу інтерв'ю, то журналісти використовують прийоми уважного слухання, не перебивають героя, якщо він розповідає про травматичний досвід, пропонують розповісти про події у зворотньому порядку.

Загалом п'ять респондентів охарактеризували інтерв'ю як живий процес, у якому стандартні журналістські правила та прийоми часто доводиться адаптувати відповідно до реакції гостя, завдання журналіста та запитів аудиторії.

ВИСНОВКИ

Для створення магістерського проекту, темою якого є “Прийоми інтерв’ювання у різних медіаформатах”, ми дослідили генезу такого журналістського явища як інтерв’ю. Взявши за основу наступні підручники: “Десять заповідей журналіста” Е.Фіхтеліуса, “Інтерв’ю у журналістиці: як це робити” С.Ільченка, “Радіожурналістика” під редакцією А.Шереля, “Телевізійна журналістика” В.Цвіка, ми відзначили найбільш ключові семантичні визначення понять, таких як: інтерв’ю, прийом, медіаформат, street talk, лід, врізка. Найбільш узагальнювальним поясненням ключового терміну є: “інтерв’ю як метод збору інформації та як жанр”.

Ми з’ясували, що існують різні типології процесу інтерв’ювання як жанру та як методу. До прикладу, було взято за основу при реалізації практичної частини дослідження типологізацію Е.Фіхтеліуса. Він поділяє інтерв’ю на: інтерв’ю-думку, інтерв’ю з очевидцем, прес-конференцію та інтерв’ю-конфронтацію.

Кожен тип та підхід інтерв’ювання притаманий всім досліджуваним медіаформатам: друковані ЗМІ, телебачення, радіо (водночас класичне частотне та онлайн), текстові онлайн-видання, відео-формат в Youtube. Для розуміння спільних та відмінних рис медіаформатів було досліджено їхнє історичне походження і особливості кожного з них.

Інтерв’ю як метод та як жанр виник ще за часів Сократа та Платона. Сократ у своєму понятті маєвтика пояснював визначення діалогу. Тож інтерв’ю, як діалогічність розмови, розвивалось ще за античних часів, а сьогодні, при наявності онлайн-засобів, трансформується. Про це свідчить поява нових особливостей у класичних форматах та створення нових цифрових форм інтерв’ю, наприклад блогерства.

За допомогою практичного проекту “Крафтова журналістика” нам вдалось дослідити ремесло журналіста через використання загальних, стандартних чи індивідуальних прийомів журналіста.

На початку реалізації проекту був створений питальник. Особливість питальника у тому, що він вміщує запитання в кількох блоках: підготовка до інтерв'ю, процес інтерв'ювання/викладу матеріалу, психоемоційний аспект, продакшн (особливості інтерв'ювання у телеформаті, радіоформаті, онлайн). Додатковою рубрикою був бліц, який налічував найменування конкретних прийомів. Саме завдяки бліцу вдалось якомога краще уніфікувати прийоми у всіх медіаформатах та дослідити підлаштування прийомів під конкретний етап інтерв'ю.

Вибірка журналістів, з якими ми провели інтерв'ю, репрезентує п'ять фахівців, які працюють у жанрі інтерв'ю в актуальному часі, а також створюють свої авторські проекти. Крім того, респонденти проживають та працюють не лише у столиці України, але й у регіоні, а саме в Луцьку. Один з респондентів є журналістом “Голосу Америки” та здійснює свою професійну діяльність у Вашингтоні.

Обравши метод збору інформації інтерв'ю, ми на практиці використали теоретичні засади, які були описані раніше. Зокрема відбулось ґрунтовне опрацювання медійних продуктів, створених респондентами. А саме: публіцистичні книги, друковані інтерв'ю, радіоефіри, телеефіри. Уже на етапі створення проекту ми також почали використовували журналістські прийоми, а саме фактчекінг та small talk.

Процес інтерв'ю відбувався за допомогою Skype. Варто відзначити, що цей формат спілкування якнайкраще зміг налагодити контакт з респондентами, тому що була присутня візуальна комунікація.

У процесі інтерв'ю під час озвучення позицій із основного питальника, нами було поставлено уточнювальні запитання, які змогли якомога повніше виявити власний авторський стиль інтерв'юваних журналістів.

Отримана інформація була поділена на блоки, згідно з питальником, при створенні матеріалу для проекту “Крафтова журналістика”. Із кожного блоку ми ідентифікувати та проаналізували конкретні прийоми.

При підготовці інтерв'ю журналісти здійснюють фактчекінг. Перевіряють дані, особливо цифрові, здійснюють пошук фактологічного матеріалу. Фактчекінг використовують і при створенні матеріалу для публікації або трансляції. Перевіряють правдивість суперечливих висловлювання героя за допомогою відкритих баз.

Початку інтерв'ю часто передує small talk. Під час застосування цієї техніки журналіст та герой спілкуються про речі, які зазвичай не пов'язані з темою інтерв'ю.

Створення питальника — це не обов'язковий процес підготовки журналіста. Якщо інтерв'ю довготривалі, як наприклад для книги Тетяни Терен “РЕСвізити”, то питальник є допоміжною частиною розмови, адже так простіше побудувати діалог з наявністю конкретних обов'язкових блоків. Навпаки, Данило Мокрик у авторській програмі “Мокрик По живому” надає перевагу short-list. Туди він вносить кілька основних тем розмови, які будуть озвучені гостеві. Згідно з журналістськими стандартами, автор може сам визначити потребу ознайомлення свого героя з конкретними запитаннями, які будуть озвучені під час інтерв'ю.

Основний інструмент журналіста — це запитання. Вони теж поділяються на кілька типів, їхнє використання зумовлене структурною частиною тексту (початок, кульмінація, завершення інтерв'ю) та метою інтерв'юера.

Ми з'ясували у респондентів, що найповнішу та вичерпну відповідь дають після відкритих запитань. Проте закриті запитання, які в деяких теоретичних посібниках вважаються табуйованими, теж можуть бути доречними. Особливо виправдане їхнє використання, коли журналіст уточнює певний конкретний факт. Інші типи запитань поділяються на: інтерпретативні, гіпотетичні, альтернативні, запитання “сauch out”, щоб підловити героя на його внутрішній суперечності, уточнювальні, асоціативні.

Емоції в інтерв'ю використовувати доцільно, а саме сміх, сльози, сарказм чи іронію. Проте різниця у проявах емоційного сприйняття слів героя пов'язана з форматом програми. У авторському форматі є можливість більш активно

проявляти свої емоції. Особливо це є доречним у телеформаті, під час hard talk-розмов, або інтерв'ю з політиками. Сльози в ефірі доречні тоді, коли інтерв'ю є або портретним, або розповідає про травматичний досвід людини. Жарти не завжди логічні, тут теж варто зважати на тему інтерв'ю та психоемоційний стан героя.

Кожне інтерв'ю — це розповідь, і його, як інші формати розповідей, потрібно продумувати з погляду сторітелінгу. Драматургія інтерв'ю поділяється на початок, розвиток висловлювань героя, кульмінативну частину та завершення. Для підсилення певних частин драматургії інтерв'ю у текстовому форматі використовують врізки, у телевізійному форматі — перебивки, в у радіоформаті — звукові ефекти.

Усі респонденти відзначили, що у будь-якому форматі інтерв'ю потрібно надавати найбільшого значення висловлюванням, позиції героя, а не власним думкам. Навіть у авторських програмах позиція журналіста повинна проявлятися у його запитаннях та підсумках, а не у відкритих висловлюваннях.

Під час проведення інтерв'ю з п'ятьма респондентами викристалізувався брак визначення поняття “маніпуляція” та “провокація”. Є психологічне значення цих термінів, проте респонденти вважають, що ці два поняття досі є розмитими у сфері медіа.

Формат роботи, який був обраний для реалізації творчого проекту “Крафтова журналістика”, а саме проведення інтерв'ю, зумовив отримання авторкою навичок комунікування, інтерв'ювання з науковою метою. Ми отримали навички створення інформаційних матеріалів та їхнього редагування. У процесі роботи були проаналізовані журналістські прийоми, які досі не ідентифіковані у теоретичних посібниках.

Коли створені матеріали були запропоновані українським редакціям, а саме “Medialab” та “The Lede”, ми зіштовхнулися з проблемою комунікації. Також було виявлено, що вищезгадані українські медіа зазвичай не публікують медіааналітичний контент наукового характеру, а надають перевагу розповідному, сторітелінговому стилю. Врешті ми вирішили створити власний

сайт для опублікування там створених матеріалів з поясненням концепції проекту “Крафтова журналістика”.

Отримані результати можуть бути використані дослідниками і практиками в журналістській діяльності. Ідентифіковані прийоми та техніки інтерв'ювання у різних медіаформатах можуть бути основою для створення відповідних класифікацій та посібників для студентів медійних спеціалізацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Аньєс І. Підручник із журналістики / Ів Аньєс. – Київ: Вид. Києво-Могилянська Академія, 2013. – 544 с.
- 2) Бахтин М.М. Естетика словесного творчества / Михайл Бахтин. М.: Искусство, 1986. – 445 с.
- 3) Берн Е. Ігри, у які грають люди. / Ерік Берн. – Клуб сімейного дозвілля, 2016. — 256 с.
- 4) Говердовская-Привезенцева, С. История мирового кино (1895 – 1945) : учеб. пособие / Светлана Говердовская-Привезенцева. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2017. – 208 с.
- 5) Гордієнко Т. Ща таке подкаст і як його зробити, - розповідає Валерій Калниш, “Радіо НВ” [Електронний ресурс] / Тетяна Гордієнко. – 18.12.20192007. – Режим доступу до ст. : <https://www.thelede.media/lifehacks/536/>.
- 6) Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості / Володимир Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
- 7) Ильченко С. Интервью в журналистике: как это делается / Сергей Ильченко. – С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с.
- 8) Ким М. Технология создания журналистского произведения / Максим Ким. — СПб., 2001. – 320 с.
- 9) Ковалів Ю. Сценічність драматичного твору. Літературознавча енциклопедія у 2 т. / Юрій Ковалів. К. : ВЦ «Академія», 2007. – 450с.
- 10) Корнеєв В. Перспективи дослідження медіаформату / Віталій Корнеєв. // Актуальні питання масової комунікації, – 2008. – Вип. 9. – С. 21-24.
- 11) Кузьменко О. Презентація респондента в англійськомовному інтерв'ю масмедійного дискурсу: лінгвокомунікативний і лінгвокогнітивний виміри: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. філологічних наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / О. Кузьменко. – Херсон, 2019. – 21с.

- 12) Ларри Кинг, Путь журналиста/ Ларри Кинг [пер. з англ.М.Кульнева]. – Изд. Альпина Паблишер, 2015. – 298с.
- 13) Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. / Марк Лівін. – Видавництво Наш Формат, 2019. – 184с.
- 14) Лісневська А. Мистецтво телевізійного репортажу [навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки „Кіно-, телемистецтво» та „Тележурналістика] / Аліна Лісневська, Тетяна Коженівська. – Вид-во ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2013. – 190 с.
- 15) Лукина М. Технология интервью / Мария Лукина. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 192 с.
- 16) Мостовий В. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту / Володимир Мостовий, Володимир Різун. – К. – ТзОВ «ЗН УА», 2014. – 224 с.
- 17) Платон Теэтет / Платон [пер. с греческого, и примечания В. Сержникова]. – М.: Соцэкгиз, 1936. – 192 с.
- 18) Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інформаційного інтерв'ю / Наталія Симоніна // Науковий вісник Ужгородського університету. – Філологія. Соціальні комунікації. – No27. – 2012. – 9с.
- 19) Сосницкая О. Small talk: большое искусство "маленькой беседы"[Електронний ресурс] / Ольга Сосницкая. - 05.09.2014. – Режим доступу до ст. :<https://www.dw.com/ru/a-4454249>.
- 20) Сыченков В. Интервью в системе современных публицистических жанров / Владимир Сыченков. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – С. 108-114.
- 21) Терен Т. Ресвізити. Антологія письменницьких голосів / Тетяна Терен. – Видавництво Старого Лева, 2015. – 280 с.
- 22) Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Эрик Фихтелиус [пер. з шв. В. Менжун]. – Мультипортал ЮНПРЕСС, 1999. – 55 с.
- 23) Цвик В. Телевизионная журналистика: История, теория, практика / Валерий Цвик. — М.: Аспект Пресс, 2004. – 382с.

- 24) Шерель А. Радиожурналистика / Александр Шерель. – Издательство Московского университета, 2000. – 480 с.
- 25) Baran S. Introduction to mass communication: media literacy and culture / Stanley Baran. – Boston: McGraw Hill Irwin, 2009. – 518 p. – 464 p.
- 26) Barltrop M. Introducing the media triangle [Электронный ресурс] / Michael Barltrop. – 20.06.18. – Режим доступа до ст. : <https://whatbinder.com/2018/06/20/>.
- 27) Bryant J. Media Effects: Advances in Theory and Research. 3rd ed. Routledge / Bryant J., Oliver M.B. – Taylor and Francis, 2008. – 576 p.
- 28) Mayer L. Oprah Winfrey: The Soul and Spirit of a Superstar/Larry Mayer. – Triumph Books, 2000. – 96 p.
- 29) Natsvlishvili P. For the genesis of interview as a genre / Paata Natsvlishvili. – Grigol Robakidze University, Georgia, 2014.– 672 p.
- 30) Walters B. Audition : a memoir/ Walters, Barbara . – New York : A.A. Knopf, 2008. – 612 p.

ДОДАТКИ

Додаток №1

Питальник

Підготовка до інтерв'ю

- Який ваш особистий алгоритм підготовки до інтерв'ю?
- Чи необхідно здійснювати фактчек зібраної інформації? Коли і як ви це робите?
- Чи готуєте заздалегідь питальник для інтерв'ю з вашим героєм? Чим питальник може бути корисним, а чим шкідливим?
- Чи визначаєте перед інтерв'ю головну ціль розмови, теми, підтеми? Для чого це робити?
- Опишіть драматургію (структуру) інтерв'ю, якої найчастіше дотримуетесь
- На які типи/різновиди розділяєте інтерв'ю?
- Чи даєте ви своєму героєві запитання перед інтерв'ю і навіщо?
- Чи є запитання, які свідомо не оприлюднюєте перед інтерв'ю? Чому?

Процес інтерв'ювання/викладу матеріалу

- Чи є у вас чітка напрацьована стратегія/тактика проведення інтерв'ю? Охарактеризуйте її.
- Скільки зазвичай часу витрачаєте на розмовне інтерв'ю? Чи є у вас будь-які обмеження з цього приводу?
- Як розпочинаєте інтерв'ю, як розігриваєте “героя” (факти/питання/розмова/жарти тощо)?
- Чи є у вашому робочому арсеналі конкретні характерні запитання, які використовуєте на початку, під час кульмінації та наприкінці інтерв'ю відповідно? Що в результаті ви отримуєте?

- Які типи запитань використовуєте та з якою метою (вільні, уточнюючі, гіпотетичні, провокативні)?
- Чи любите провокувати своїх героїв? Яким чином робите це?
- Якщо герой уникає відповіді на запитання, як ви дієте?
- Якщо герой, відповідаючи на одне запитання, витрачає надто багато часу, чи перебиваєте його? Яким чином?
- Які запитання вважаєте особистими/інтимними і чи адресуєте їх вашому героєві?
- Якщо вами намагаються маніпулювати та вивести розмову на іншу тему, яка ваша тактика?
- Чи задаєте закриті питання? У чому їхня користь/школа?
- Що бліц-запитання дають інтерв'юєру? Якщо використовуєте бліц, то коли озвучуєте його героєві (на початку, коли розмова розвинулась, в кінці)?
- Герой висловив некоректне твердження під час інтерв'ю, як з цим бути? Наприклад, коли герой (працівник державного органу) називає некоректну цифру, дані.
- Які елементи сторітелінгу ви вважаєте найдоречнішими у викладі інтерв'ю? (опис героя, основна та додаткова сюжетні лінії)

Психоемоційним аспект

- Коли ваш герой не в гуморі під час інтерв'ю, які журналістські/психологічні методи/підходи використовуєте?
- Які ролі виконуєте в розмові з героєм? (слухач, коментатор)
- Чи для різних категорій ваших героїв (вікових, соціальних) використовуєте різний журналістський підхід?
- Чи може журналіст маніпулювати героєм у своїх цілях цілями? (чи варто залишати це запитання?)
- Чи робите компліменти своїм героям? Яким чином і навіщо?

- Коли розмова заходить в тупик (довга пауза, закритість героя) як перезавантажуєте процес?
- Чи можете ви назвати себе емоційним інтерв'юером? Як проявляєте емоції під час інтерв'ювання/викладу матеріалу?
- Чи потрібні у медіа емоційні інтерв'ю? Що потрібно зробити журналісту, щоб інтерв'ю вийшло емоційним?
- Якщо позиція/думка вашого героя суперечить вашій, висловлюєте її під час інтерв'ю?
- Які висловлювання/думки/позиції ваших респондентів дивували вас найбільше?

Постпродакшин

- Охарактеризуйте технічні особливості реалізації інтерв'ю на всіх етапах у медіаформаті, в якому ви працюєте.

Бліц з прийомами

- Розкажіть, чи використовуєте цей прийом. Якщо так, то коли, з якою метою та яким чином.
 - Нога в дверях;
 - Прийом вагітної паузи;
 - Жаба в окропі;
 - Режим off records;
 - Гіпотетичне запитання;
 - Суперечка з героєм;
 - Street talk;
 - Капкан;
 - Роль непомітного офіціанта.

Додаткове

- Техніки інтерв'ювання якого українського чи зарубіжного журналіста вважаєте зразковими?

Як брати інтерв'ю у письменників — розповідає Тетяна Терен

Тетяна Терен — журналістка, кураторка культурних проектів, виконавча директорка Українського ПЕН поділилась власними прийомами на всіх етапах створення тексту-інтерв'ю. Коли вона навчалась у Харківському університеті, темою магістерської роботи обрала інтерв'ю з письменниками. “Вже тоді це було моє головне професійне зацікавлення”.

З розмов з Дімаровим, Іваничуком, Андруховичем, Забужко, Павличком, Роздобудько журналістка створила книгу-антологію “РЕСвізити”.

Тож як побудувати розмову, як до неї підготуватись і як “по дорозі” не втратити головного — свого героя?

Робити інтерв'ю для книжки — це дещо інше, ніж, наприклад, для глянцю чи на сайт. А, коли твій герой — письменник, потрібно не лише дізнатись про саму особистість, але й про творчість людини. Найлегший спосіб створити конфлікт з героєм — прийти непередготовленим. Письменникам важливо одразу зрозуміти, що ви читали їхні тексти. Що ви в темі того, про що вони пишуть та як вони пишуть. Тоді з їхньої сторони ніколи не буде відторгнення. Коли журналіст обговорює, посилається на творчість свого співрозмовника, це зменшує емоційну дистанцію. У книзі Тетяни “РЕСвізити” є немедійні письменники. Дехто з них мешкає не в Україні, або просто не веде світське життя. Серед таких були письменники Василь Голобородько та Віра Вовк. Тож в онлайн не так багато інтерв'ю, які дають інформацію про них.

У цьому випадку саме твори вищезгаданих авторів дали можливість Тетяні зрозуміти: які ж вони, її герої. Прочитати один чи два тексти недостатньо. Потрібно осягнути багато збірок, статей, есеїв їхнього авторства. Адже часто історія книжкового персонажа є власною історією письменника. На таку підготовку журналіст може витратити кілька місяців. Незадовго перед самим інтерв'ю потрібно скласти собі актуальний образ людини. Попередньо дослідити її з різних ракурсів.

Попри переваги Інтернету та велику кількість інформації, яка у ньому є, не варто гребувати іншими ресурсами. У бібліотеках, підшивках, перших публікаціях письменника можна знайти те, чого не прочитаєш онлайн. Є ще один помічний метод при зборі інформації про людину. Це поспілкуватись з її рідними, друзями, колегами. Важливо зрозуміти, як людину сприймають зовні; якою мамою, батьком, другом є ваш герой чи героїня.

У момент підготовки до самого інтерв'ю та складання питальника потрібно зробити те, що є одним із найскладніших завдань інтерв'юера. Знайти щось нове навіть у тій історії, яка була розказана вже тисячу разів. Побачити новий ракурс у творчості письменника, спробувати по-своєму сприйняти його особисте життя.

“Коли, готуючись, знаходиш свою мотивацію для розмови, ця людина стає тобі страшенно близькою. Починаєш розуміти її життєві рішення, навіть неправильні”.

Цілком нормально складати запитальник, або не робити цього. Оскільки у книзі “РЕСвізити” містяться блоки, які є складовою кожного інтерв'ю, то Тетяна складає питальник. Деколи він має 12, або й більше сторінок.

Письменник не обов'язково повинен отримати список того, про що запитає його інтерв'юер. Якщо людина просить надіслати попередньо запитання, тоне проблема це зробити. Проте інтерв'ю — це живий жанр. Тому журналіст під час розмови може запитувати те, що потрібно йому для цілісного образу героя. Та й письмово все може звучати геть по-іншому, ніж усно.

Коли розмова почалась

Всередині інтерв'юера відбувається багато паралельних процесів. Потрібно стежити за структурою, яку запланували, але й одночасно будувати плавний зв'язок між запитаннями та відповідями. Саме журналіст вирішує, чим почнеться і чим закінчиться розмова.

Перші хвилини зустрічі з героєм — неофіційний період. Це хороший момент, щоб ненав'язливо поговорити про робочий кабінет героя, прокоментувати книги на його полицях чи картини на стінах. Тут можна

зібрати репортажні деталі для вступу інтерв'ю. Часто письменники запрошують до себе додому. Тому сам простір митця теж має бути під прицілом.

Герой іде заварювати чай, а фотограф, якщо він теж присутній, налаштовує світло. Фото для “РЕСвізитів” робив Олександр Хоменко. Іноді на етапі роботи з текстом фото можуть допомогти журналістові повернутися в місце, де відбулася розмова, нагадати важливі деталі. Як і в будь-якій звичній розмові, так і в інтерв'ю є преамбула. Вона дуже важлива. Поговорити про буденні речі — непоганий початок серйозного інтерв'ю. Людина повинна звикнути до свого співрозмовника та налаштуватись на відвертість.

Перед початком розмови потрібно узгодити приблизний час розмови, щоб вона була продуктивною. Запас свіжості думки не такий вже й великий: 3-4 години. Далі не бажано говорити. Люди старшого віку хочуть передати свій колосальний досвід. Тому тут доречний компроміс. Давати людині висловлювати свої думки, але при потребі перебивати та нагадувати ваше запитання. Інколи довгі історії, які розповідає герой, будуть недоречними у тексті, тому це втрата часу. Важливо, щоб сказане не лишилось сказаним у порожнечі.

Під час розмови, особливо 3-4 годинної важливе уважне включене слухання інтерв'юера. Напроти герой має відчутти довіри, щоб відкритись посправжньому. Тривалі інтерв'ю — це довгі психоемоційні хвилі. У режимі видимого або невидимого конфлікту з героєм ви не зможете прихилити його до себе. Щоб налагодити комунікацію, не потрібно ставати компліментарним. Ні до чого нав'язувати читачеві власні оцінки. Це певне порушення правил, маніпуляція. Комплімент доречний тільки тоді, коли він є фактом і сам герой знає про це. Наприклад, коли твір митця вершинний і це визнано суспільство та професійні критики.

Для того, аби герой почав довіряти, потрібно ставити різні запитання у різний час розмови. І важливо використовувати знеособлені запитання. Журналіст не має ображати або оцінювати вчинок свого героя. Для цього можна почати запитання зі слів: “ви знаєте, говорять”, або “я зацитую вам

фрагмент”. Незручні, болісні запитання ніколи не потрібно озвучувати на початку. Це може одразу напружити людину. Деколи тільки на 2-3 годині спілкування такі запитання є вчасними. У ситуаціях, коли йдеться про інтимне, людину варто попередити, що якщо вона не захоче, може не відповідати.

Але все ж таки озвучити запитання варто. Коли журналіст відкритий і співпереживає, а не просто виконує свою роботу, зазвичай люди відповідають і потім не просять вирізати сказане із розшифрованої розмови. Якщо запитання все ж вивело з рівноваги вашого героя, треба змінити тему. Після того, як відчуєте, що “лід трохи розтанув”, треба спробувати озвучити його знову. Водночас згадка про те, що людина не відповіла на котресь із запитань, теж є цінною інформацією для читача. Немає слів, але є емоція. В текстовому інтерв'ю з нею працювати складніше. Читач не бачить очей, рук героя. Психологічні зміни в його поведінці передаються простими словами: «сміється», «усміхається», «довго думає».

Також, щоб передати стан людини, потрібно якомога точніше зберегти її мовлення. Втрата близької людини, хвороба, зміна професії – це ті ситуації, які розкривають внутрішню трансформацію людини. Говорячи на важкі теми, люди можуть не завершувати речення – тоді виправданими стають крапки наприкінці.

В інтерв'ю кожен виконує свою роль. Герой завжди на першому місці. Інтерв'юер — це той, хто має відійти вбік, щоб підсвітити іншого. Його завдання – розкрити героя, а не себе. Людині важливо відчувати, що ви підтримуєте її внутрішню сповідь.

У “РЕСвізитах” є сюжетна амплітуда

Якщо багато інтерв'ю утворюють одну книжку, то вони мають якимось уніфікуватись. Зробити це допоможуть обов'язкові блоки в розмові. Сторітелінг починається бесідою про особистість героя. Також є блоки: особисті теми, творча частина, постаті, які вплинули на героя, ситуація в країні та світі загалом і погляд у майбутнє. Цих пунктів варто дотримуватись, щоб не потонути під час розшифрування у перебіганнях з теми на тему.

Під час інтерв'ю з його уточнювальними, актуальними запитаннями журналіст безліч разів відхиляється від задуманого плану. Але приготований шаблон залишається маяком та опорою ведення розмови. У композиції тексту інтерв'ю репортажні складові та врізки — страшенно важливі. Про них потрібно подбати заздалегідь. І зробити це можна знову ж таки, описавши деталі оселі героя, його побут, або ж деталі його самого.

Тетяна додала до своїх інтерв'ю “цитатник”. Це останній блок матеріалу. Лексична гра, яка має на меті розслабити героя після довгої розмови. А також це можливість під іншим ракурсом запитати те, що було недоречно запитувати під час основної частини інтерв'ю. Під час цієї гри герой дає своє визначення певних слів, іноді тих, які часто використовує у своїх текстах. *“Що для вас віра?”, “Що таке любов?”, “Що таке гуманізм?”, “Що для вас означає смерть?”, «У чому полягає сенс життя?»*

Назва інтерв'ю — це перше, що бачить читач. З банального заголовка відразу видно, що журналіст над ним не думав. Він може бути метафоричним, інформаційним, або просто цитатою. Іноді підзаголовки грають роль паузи у читанні. Це певний відпочинок у сприйнятті тексту.

“Якби хтось порівнював розшифровку розмови і те, що виходить потім в публікацію, — це кардинально різні тексти. Хоча герої цього майже ніколи не помічають”. Основний фактчек здійснюється після розмови, під час роботи з текстом. Помилки, які побачить читач, — спільна відповідальність. Саме автор найбільше працює з текстом, тож має перевіряти дані — насамперед факти, дати, імена. Із редагуванням “РЕСвізитів. Антології письменницьких голосів” також працював харківський журналіст, головний редактор журналу «Березіль» Володимир Науменко.

Існує етап наскрізного читання. Якщо ви бачите, що якийсь момент інтерв'ю явно випадає із загального плану сюжету, — забирайте, скорочуйте.

Книги-інтерв'ю передбачають роботу з дуже великим об'ємом записаного і опрацьованого матеріалу. Тому Тетяна воліє завжди надсилати завершений текст на погодження. Іноді люди бувають дуже відвертими. Журналіст має

звернути увагу на чутливі місця. Часто співрозмовник відчуває, що нарешті готовий говорити про те, що до цього тримав лише при собі. Головне — не нашкودити героєві його ж відвертістю.

Буває так, що герої хочуть усе переписати. Тут варто бути одночасно і дипломатичним, і жорстким. Забравши певні деталі, можна зробити портрет героя пласким та нікому нецікавим. Під час особистої зустрічі варто чітко пояснити людині, що аудиторія цінує в інтерв'ю не лише інформацію, а й живу інтонацію, особливе мовлення героя.

Найбільша робота відбувається всередині інтерв'юера: психологічна, редакторська, режисерська

У портретних інтерв'ю читача найбільше цікавить психологія людини, її стосунки, як розвивалась її життєва історія, складні шляхи життєвих виборів та рішень. Тож завдяки особистим, а іноді больовим запитанням вдається якнайоб'ємніше розкрити людину. А журналіст має стати невидимим у тексті, щоб підсвітити свого героя.

“Я сподіваюсь, ви готові до всього”, — головна редакторка Громадського радіо про інтерв'ю

“Тебе не відволікає картинка. Немає ніякого антуражу. Проте в тебе є слово, жива емоція, інтонація, усмішка і паузи”, — розповідає радіоведуча та медіаторка Тетяна Троцинська. Вона веде авторські програми “40 нові 20”, “Хвостата хвиля” на Громадському та авторські проекти “ОргКультура” та “Емоційний інтелект” на суспільному “Радіо Культура”.

Успішна імпровізація — добре підготовлена

Тетяна, готуючись до інтерв'ю, розділяє запитання на основні блоки, серед яких:

- резонансні теми,
- сфера компетенції спікера,
- запитання про актуальне,
- особистісний блок, якщо інтерв'ю портретне.

Для практичності краще підготувати собі для ефіру не аркуші, які шелестять, а тверді картки. Щоб не створювати зайвого шуму.

Як правило, її гості отримують не запитання, а тези. “Те, як я сформулюю запитання, залежить від цілої низки змінних, включно з моїм настроєм та настроєм співрозмовника”. Майже всі гості готують меседж-бокси. Це заготовлені короткі відповіді очікувані тези, запитання під час інтерв'ю. І це чесно у стосунку до аудиторії тільки тоді, коли вони переказують їх своїми словами. Журналіст не може собі дозволити давати майданчик для зачитування з листочка. Розмовне, друковане інтерв'ю — це не опитувальник.

Готовність до розмови повинна відбутись і на фактичному і на емоційному рівні. Так простіше почувати себе вільно. Інтерв'ю без фактчекінгу часто провисає. Особливу увагу слід приділити перевірці цифр, дат, імен. Коли в джерелах, до прикладу, подано дві різні цифри, саме з цього можна

побудувати питання-уточнення для вашого гостя. В українських реаліях радіостудії зазвичай не мають людини, яка займалась б виключно перевіркою інформації. Тож цю редакторську роботу виконує сам ведучий. Сумнів під час інтерв'ю — це інтуїція, яка базована на досвіді. Треба до себе прислухатись і “йти перевіряти інформацію”. Клацання клавіш журналіста чутно в ефірі, але нічого погано в цьому немає. Коли вдалось знайти неточність в інформації після ефіру, обов'язково потрібно давати спростування інформації.

Розмова і хронометражні рамки

“Буває так, що я свідомо руйную той сценарій, який написано. Інколи розмова веде в цікавіше русло, ніж планувалось”. Якщо ви йдете по заготовленому опитувальнику — це дуже відчутно. Анкетність нівелює інтерв'ю. У розпорядженні журналіста голос, шуми, паузи і певний відрізок часу. Встигнути за ефірним хронометражем допомагають пріоритизовані запитання. Можна обрати бодай три ключових, які найповніше висвітлять тему.

Коли гість починає відповідати на ще не поставлені журналістом запитання, це може збити емоцію. Тому small talk перед інтерв'ю потрібно обмежувати загальними темами, які не стосуються основних тез майбутньої розмови у студії. Мікроміміка, невербальні сигнали також дають інформацію про співрозмовника. Тож важливий візуальний контакт між ведучим та гостем. Якщо він налагоджений, то слухачі, хоч не бачать цього, але відчують. Інтерв'юер працює не просто з питаннями-відповідями, а з реакцією людини та своєю власною. Ведучий може озвучити аудиторії, що відповідь гостя заготовлена. Такі репортажні описи дають додаткову інформацію. Люди мають розуміти правила гри, за якими слідує журналіст та його гість.

Тетяна працює за принципом медіаційного трикутника: контекст розмови, виробничий процес та вплив, взаємодія з аудиторією. За цими трьома сторонами медійного процесу повинен стежити журналіст. За тим, про що він запитує у гостя, чи це цікаво аудиторії, і наскільки технічні особливості процесу є вигідними та максимально відображають дійсність в момент інтерв'ю.

Що б такого запитати. Приклади

Тільки відкриті запитання дають людині можливість думати. *Чому? як? навіщо? що ви зробили потім? що було далі?*

Деколи влучні закриті запитання. Для уточнення конкретного факту. *“Суд сказав, що ви вкрали 5 мільйонів. Ви вкрали 5 мільйонів?”*

Інтерпретативні: поясніть, чому ви вчинили саме так?

Гіпотетичні: ким ви були б, якби народились в Америці?

Альтернативні: що для вас важливіше: цінності чи посада?

Запитання couch out, щоб підловити героя на його ж внутрішній суперечності. супер

Уточнюючі: чи ви переконані? чи ви впевнені? можливо, ви надали щойно неповну інформацію?

Асоціативне запитання: що ви все життя мріяли зробити, але вам так і не вдалось?

Інтерв'ю з політиками

У спілкуванні з гостями, особливо з політиками, важлива система часу. Тим паче, коли в студії кілька спікерів. Наприклад: 1 хвилина — на репліку, 3 хвилини — на відповідь, 30 секунд — на реакцію. Насправді це стимулює висловлюватись чітко та по суті. Усіх людей можна поставити в рамки, просто іноді ніхто навіть не намагається це зробити.

Державний посадовець має мати власну позицію з приводу резонансних тем. Журналіст просто не може не запитати в нього те, що є обговорюваним у суспільстві. Важливо не просто почути думку, яка часто вже і так відома. Цінно зрозуміти, чому людина думає саме так. Співрозмовник має розвинути свою позицію.

Інтерв'ю — не спосіб переконати гостя. Це не завдання журналіста. Таке переконання навпаки заважає добре працювати. Переконувати у чомусь можна лише свого слухача. Журналіст повинен чітко відрізнити думку, з якою він не погоджується, і маніпуляцію або навіть факт, якого об'єктивно не існує. Власна

точка зору героя завжди має право на існування, а от брехню — потрібно освітлювати. “Все що я можу — це домагатись точнішої, правдивішої відповіді. Але кращою, або такою, що мені більше сподобається, відповідь бути не може”.

Психотерапевтична роль

Через запитання інтерв'юер має розкрити сутність людини. Інколи потрібно передати аудиторії суперечливі моменти у вашому героєві. Слухач повинен розуміти, що спікер, до прикладу, дає маніпулятивну інформацію, або не може себе тримати в нормальних етичних рамках. Хороший журналіст — не маніпулятор. Він може лише озвучувати факти. Констатація — здорова альтернатива маніпуляції. У журналістів є спокуса, розуміючи що їхній гість маніпулятор, працювати лише в цьому руслі маніпулювання. Така тактика веде в глухий кут. Найважливіше: не порушувати права людини під час розмови, дотримуватись балансу думок та не”джинсувати”.

Сьогодні час емоційного сприйняття. Всі емоції нормальні, крім тих, які завдають шкоди іншим людям. Наприклад мордобій в ефірі. Плач в ефірі може бути дуже продуктивним. Але тільки тоді, коли герой готовий разом зі слухачами ще раз проживати травматичний досвід. Для публіки сльози працюють. А буває, що плач завдавати шкоду. Тоді журналіст повинен обов'язково вивести людину з важкого психоемоційного стану, дати зрозуміти, що все гаразд. Найголовніше: не має завдавати шкоди аудиторії, своєму героєві та собі.

На правах автора

Я дозволяю собі сказати: ця відповідь мене не задовольняє. Інтерв'ю — це перш за все розмова. В авторських програмах журналіст повинен почувати себе на рівні з гостем. Власна точка зору — це окремий прийом.

“Майбутнє за ведучими та журналістами, які мають особисте ставлення та харизму”. Автор програми та ініціатор діалогу може озвучити свою позицію, пропонувати альтернативну точку зору, скепсис, іронію, жарт, сумнів. Можна навіть сказати “добре, що ви так можете, у мене б так не вийшло”. Але сказати “Як ви лише могли?!” — це не про журналістику.

“Інколи я дозволяю собі жарти, або щось таке на рівні мемів”.

Хибна думка ведучого, вважати, що інтерв'ю в тому числі і про нього. У автора програми обов'язок добре виконати свою роботу як інтерв'ю'ер.

Цікаві ті гості, які роздумують про цінності та можуть обґрунтовувати свої рішення на рівні добра і зла.

Тетяна Трощинська описує інтерв'ю як хімічний процес. Відстоює використання фемінітивів, адже “вони дають видимість жінкам на посадах”. А ще часто говорить своїм гостям: “я сподіваюсь, ви готові до всього”.

Культурна провокація зі згладженими кутами: Остап Яриш про інтерв'ю з “Голосу Америки”

Остап Яриш — український журналіст, який втілює у життя свою американську мрію. Ще кілька років тому він навчався в Українському католицькому університеті та працював на Громадському ТБ. Сьогодні Остап є кореспондентом Голосу Америки у Вашингтоні та інтерв'ює міністрів, послів, конгресменів.

Правильний спікер

Якісний фактчекінг у Вашингтоні такий самий, як і в Києві. Щоправда, у Голосі Америки прискіпливіше ставляться до підбору спікера, який може прокоментувати конфлікт чи актуальну ситуацію. Бекграунд людини перевіряють дуже ретельно. Щоб, до прикладу, якийсь лікар-шарлатан не давав поради про те, як захиститись від зараження коронавірусом.

Зазвичай коментарі дає хтось із групи експертів-українців. Це люди з різних сфер: міжнародні відносини, політика, економіка, медицина. Якщо є потреба взяти для коментаря когось нового, то особистість людини перш за все перевіряють у соцмережах: FB, LinkedIn. Для коментування політичної ситуації важливо пам'ятати про баланс думок. Експерти в Штатах поділяються на дві категорії: ті, хто за республіканців і ті, хто за демократів. Тож для висвітлення якогось контраверсійного питання, потрібно брати коментарі у прихильників різних сторін конфлікту.

Якщо це реально, ідеально обрати таких людей, які мають нейтральну позицію. Щоб думка спікера була репрезентативна. Додатково слід детально ознайомитись з інституцією, яку представляє людина.

Розслабити героя

Складати список запитань перед інтерв'ю — це не завжди те, що потрібно журналісту. Розмова відбувається значно природніше, коли є просто ідеї для розмови з героєм, а не конкретні теми.

Деякі посадовці не погоджуються на інтерв'ю без затвердження тем, які вони будуть коментувати. Піти на хитрість заради суспільної користі варто. Наприклад, коли запитання про імпічмент точно буде відхилене спікером, можна вказати тему “трансатлантичні відносини між Америкою та європейськими країнами”. Якщо зробити певні культурно-історичні паралелі, то таку техніку можна назвати прийомом троянського коня.

Цілком нормально для фактажного, подієвого інтерв'ю задати спікеру ті самі запитання, на які він відповідав раніше. Глядач не обов'язково чув відповіді раніше. Якщо розмова буде критичною, то починати потрібно з легких запитань. Можна запитати про те, що людина сама б залюбки розповіла.

Перед інтерв'ю дайте людині розслабитись, гостріші запитання поставте в середині, а ті, які передбачають висновки, - наприкінці. Якщо коментар, який взяли, монтується, то початкові лайтові запитання можна просто обрізати і залишити виключно обговорення основної теми. Уточнюючі запитання доречні тоді, коли людина має на увазі щось конкретне, але до кінця цього не проговорює.

Прямий ефір/ записана розмова

Важливе завдання журналіста під час прямого ефіру — поставити чітко сформульоване лаконічне запитання та зробити інтонаційні акценти. Вижимка основного та конкретика без власних роздумів чи коментарів на телебаченні цінується.

У прямому ефірі журналіст повинен бути сконцентрованим, зібраним, давати собі менше простору для маневру. Тобто варто обмежувати самого себе: у кількості слів, у рухах, похитуваннях головою. Важливо при цьому дивитися співрозмовнику у вічі. Коли інтерв'ю потрібно зробити на запис, ставити одне запитання можна хоч хвилину. Надавати героєві приклади, референси, щоб

запитання було максимально зрозумілим. А от під час монтажу запитання потрібно знову ж таки перезаписати лаконічно та чітко.

Картинка у Skype

На Голосі Америки скайп був популярний навіть до карантинних обмежень. Це хороша альтернатива зробити відео-інтерв'ю за неможливості зустрітись наживо. Проте скайп не для більш особистісних інтерв'ю. Журналіст в екрані бачить обмежену картинку, деколи навіть не бачить рук людини. Тож максимум, що можна зробити для вдалого запису - якісна картинка. Людина має сісти в приміщенні з хорошим освітленням. Якщо говорить з телефона, то лише у вертикальному положенні. Повноцінне зображення один одного допоможе швидше налагодити емоційний контакт.

Драматургія від першої особи

Репортажне інтерв'ю можна знімати навіть весь день, а в ефір піде 4-8 хвилин. Тож перед процесом зйомок використовують прийом ескізування історії, яку хочуть розповісти глядачеві. Найголовніше — з'ясувати для себе, про що ви хочете розповісти глядачеві.

Основною для драматургії репортажного інтерв'ю може бути хронологія. Наприклад, людина розповідає історію послідовно, так, як вона і відбувалась насправді. Іноді лінійності у розповіді немає. Натомість, коли є кілька героїв, то історію можна розказати так, щоб їхні паралельні історії у сюжеті перетнулися. Такий прийом можна використати для репортажних інтерв'ю під час виборів. Відповіді на запитання двох кандидатів в президенти створюватимуть контраст для сюжету.

Журналіст під час інтерв'ю не завжди у кадрі. Іноді потрібно просто записати слова героя. Перед цим варто попередити людину, щоб вона відповідала на запитання повними реченнями. Це створює враження, що людина не відповідає на кілька запитань поспіль, а сама веде канву своєї розповіді.

Репортажне інтерв'ю — це зазвичай інтерв'ю в русі. Інтерв'юер та герой можуть йти містом, і розмовляючи, відволікатись на описи того, що

відбувається довкола. Коли Остап робив для Громадського ТБ репортаж з Єревану про революцію (протести у Вірменії тривали у квітні 2018 р.), його героїнею стала власниця хостелу. З нею він спілкувався протягом тижня. А для сюжету провів з нею весь день. Період революції там саме збігся з Днем пам'яті жертв геноциду. Журналіст та оператор разом з героїнею йшли покладати квіти, тиснулись у натовпі вірмен та святкували перемогу.

Емоційність за логікою

Для проблемного інтерв'ю необхідно мінімум емоцій, максимум фактажу. Журналіст має право наполягати та перепитувати, коли не отримує відповіді. Робити це можна двічі, тричі. Якщо навіть герой все одно не дав відповіді, глядачі помітять, що він ухилився. Щоб отримати важливу інформацію, варто іноді йти на культурну провокацію. Це, наприклад, коли журналіст висловлює невідповідність у логіці спікера, але нахабність недопустима, наприклад сказати прямо: *“Ви брехун”*.

Інтерв'ю з політиками зазвичай критичні. У такому випадку немає сенсу бути комплементарним чи жартувати. Якщо інтерв'ю буде жорстким, “теплі ванни ні до чого”. Однак цінно показати, що ти поважаєш цю людину, навіть коли з нею не погоджуєшся. Зверхність - це поганий прийом. Переривати співрозмовника — це дуже нормальна річ. Треба подякувати і нагадати, що ефірний час обмежений, і важлива лише конкретика. Навпаки, в особистісному інтерв'ю емоція доречна. Ось тут не потрібно перебивати розповідь людини. Бо іноді герой може розслабитись і тоді розповісти найцікавіше.

Коли герой плаче, не обов'язково казати: вас розумію”. Часто журналіст є в набагато кращій ситуації, аніж герой з травматичним досвідом. Вищезгадана фраза-кліше може бути тригером для людини. Натомість є такі фрази: “мені жаль”, “я співчуваю”. Важливо в цей момент дати людині зрозуміти, що плакати — це нормально. Найкраще просто мовчати і дати людині продовжити так, як їй буде комфортно. Якщо інтерв'юований показує перед інтерв'юером сльози — значить вона довіряє. Для того, аби йому легше було розповісти про

травматичний досвід, можна запропонувати їй розповісти все в зворотньому порядку, від найсвіжіших спогадів цього дня.

Коли герой боїться відповідати на запитання, його варто підштовхнути, довести, що будь-яка відповідь є окей. Що одні роблять так, інші так, а от у мене була така-от історія. Додати власну рефлексію. Так людина заспокоюється, розуміє, що це не допит, а жива розмова.

Під прицілом камери

У кадрі журналіст має добре виглядати. І це не тільки про те, щоб бути красивим, охайним. Важливо також не робити зайвих рухів, адже усі вони можуть зчитуватись глядачами та співрозмовником. Наприклад, звичне журналістське похитування головою, як знак уважного слухання. Іноді під час критичного інтерв'ю це може сприйматись як те, що ви підтримуєте людину, яка говорить. Тож, навіть, коли це не так і ви просто звикли ствердно хитати головою, варто стримувати себе.

Якщо жестами інтерв'юер показує, що йому не цікаво, то це так само впливає на відповідь співбесідника. Особливо в інтерв'ю з політиками, нейтральність у словах, погляді, рухах вкрай необхідна.

Метод маски. Стати своїм

Для свого колишнього магістерського проекту Остап Яриш обрав тему висвітлення діяльності право-радикальних рухів, неофашистів в Європі. Спочатку він поїхав до Риму. Відкрито розповів, хто він та що шукає. На що місцеві потенційні герої сказали, що з журналістами категорично не спілкуються. Тоді Остап вирішив працювати під прикриттям, але вже у Франції.

“В них був закритий бар, де вони збирались по п'ятницях. Пускали тільки своїх. Постукав у двері та сказав, що я з української праворадикальної організації. Було небезпечно. Під час розмови вони часто казали, що, якби серед них був журналіст, вони б його побили. Я погоджувався з ними. В етичному плані це було на грані”.

Оскільки чоловіки розповідали все доволі відверто, Остап пішов на компроміс. Матеріал з'явився де?, але без справжніх імен та фото.

Коли маску одягає журналіст, зазвичай у тих, хто довкола, вона спадає. Мистецтво інтерв'юера у тому, щоб не проявляючи власної позиції, не бути просто прісним журналістом, який читає запитання із заготовленого списку. Хороший журналіст - це не "голова, яка говорить", це "голова", яка свідомо йде на конфлікт або згладжує кути.

“У портретних інтерв’ю треба на трохи стати своїм героєм”, — Олена Лівіцька про репортажне інтерв’ю

Журналістка Олена Лівіцька живе у Луцьку і пише про його героїв. На сайті Перший. канал соціальних новин вона розповідає про стареньких, які пережили 1943 рік, про легендарного місцевого водія травмаю або колишню сутенерку. Олена вважає, що правильно підібране місце розмови може краще розкрити співрозмовника, а також додати яскравих репортажних деталей самому тексту.

Місце зустрічі

Свої інтерв’ю Олена називає експериментом, важливе значення у якому має місце, де відбувається розмова. Простір впливає на аудиторію. Тим паче, коли інтерв’ю портретне.

Просто розмова за кавою — банально. От книгарня — інша справа, тематичне місце доповнює людину. А для портретного інтерв’ю — це саме те, що потрібно журналісту, новий неочікуваний ракурс.

Тетяна вигадала рубрику “Розмови у книгарні”. Гість та журналістка разом гортають книги, але говорять не лише про них, а про особистість героя, його дитинство, теперішнє життя, посаду та бачення Луцька у майбутньому.

На самому початку у тексті авторка дає лід, у якому розповідає про героя та як він вписується у простір книгарні. На якому стільці сидить перед нею, який книжковий стенд поруч. За цим - врізка про героя та його стосунки з книгами. Комусь до рук потрапила книга “Атлант розправив плечі” Айд Рейнд і він провів паралелі з українськими та американськими бізнесменами. А інший дістає Берна “Ігри, у які грають люди” і розповідає про війну в середину кожної людини. Колишній лікар коментує про те, як в студентські роки прочитав три томи “Атласу анатомії людини”, а адвокат коментує найулюбленіші книги про людей, які мають керувати державою. Так і створюється портретне репортажне

інтерв'ю. Читач дізнається про людину крізь призму прочитаних романів чи сучасного нонфікшину.

Тетяна згадує про найнеочікуваніші моменти, які траплялись під час інтерв'ю у книгарні. Наприклад, коли місцевий бізнесмен почав читати напам'ять вірші Степана Руданського.

Не книгарнею єдиною. Інтерв'ю у машині ще одна незатерта альтернатива розмові за кавою. В журналістиці є прийом *move talk*, коли розмова відбувається у русі. Олена часто використовує такий формат для розмови з політиками, особливо, коли інтерв'ю про якусь конкретну проблему чи суспільно важливе питання. І тут момент місця теж матиме значення у тексті. Який білборд помітили, проїжджаючи центральну вулицю міста, як зупинились на заправці та з'їли з політиком по хот-догу. Цей смисловий фон не обов'язково прописувати у тексті, а він може допомогти зав'язати розмову. Коли починаєш розмовляти з людиною в неочікуваному місці, не в його кабінеті, це створює ефект несподіванки, додає тексту емоцій.

Звичайно, під час такої імпровізації журналіста не завжди вийде поговорити з людиною про проблемні речі на ходу. Проте ненав'язливий діалог готує ґрунт, щоб сісти і поговорити серйозно.

У тексті Олені важлива максимальна включеність читача. Наче він і сам сидить у машині нардепа, або обирає собі книгу та паралельно спостерігає за інтерв'ю.

До підбору місця може наштовхнути і сам герой. Наприклад, з колишнім директором Укртранснафти Олександром Лазорком Олена обрала спортзал. У минулому її герой був майстром спорту. Такий простір може бути, як звичним, так і неочікуваним для героя. Але у будь-якому випадку — це вихід із зони комфорту. Так людина швидше проявляє свою справжність, реагуючи на все, що діється у новому для неї просторі.

Інтерв'ю — це перш за все запитання, а не репортажні врізки. Важливо описувати для читача те, що справді логічно влітається у розмову або має символічне значення. З опису місця можна розпочати текст.

Нюанси, опис вигляду людини робить інтерв'ю легшим. Вони вплітаються у текст, як мереживо. Наприклад, іноді коротка вставка журналіста про якісь незвичайні туфлі, у яких одягнений герой під час зустрічі, може дати додаткове сприйняття людини.

Історичні теми та поєднання героїв

Коли йдеться безпосередньо про саму розмову, а потім про написання тексту, то тут потрібно зрозуміти, про що журналіст/оповідач хоче сказати людям. Олена робила кілька матеріалів, які є водночас історичними й особистісними і. Наскрізна тема 1943 рік на Волині. Призма розповіді - люди, які його пережили.

Журналістка знайшла своїх героїв у селі. Легко готуватись до інтерв'ю з публічною людиною, а про героїв історичних подій часто дізнатись_наперед? нічого. Тоді потрібно детальніше про те історичне тло, яке було реальним для героя багато років тому, а також про місце, в якому він тоді жив.

Якось Олена домовилась про інтерв'ю з Веніаміном Пирожиком. І з'ясувалось, що в сусідньому селі живе його дядько Йосип Зламанець, який теж має що розповісти. Таким чином, у двох окремих інтерв'ю Олена розповідає про історію однієї родини. Такою можливістю не варто нехтувати. Вплітання історію однієї людини у розповідь іншої це інструмент сторітелінгу. Головне у такій подачі двох розмов: щоб головний герой був один, щоб інший його не затьмарював. І це саме той формат, коли доречним буде гортання фотоальбому з героєм, заглиблення у спогади, які навіюють світлина — новий виток розмови. гарно

Мораль під час таких портретних інтерв'ю про минуле з'являється після провокативного запитання журналіста. У кінці розмови з Йосипом Олена запитала, що б він зробив, якби зустрів поляка, який у 40-вих вбив його батька. Це нормально, що людині некомфортно відповідати на такі запитання, але відповідь на нього може підсумувати усе сказане раніше.

“Якби я на того Богуша попав, що то було б, не знаю. Чи я його вбив би, чи він мене. Але тепер нам всім історію треба відкинути і жити красиво й культурно. На своїй землі”, — відповів Йосип.

Початок та емоція

Репортажні деталі допомагають Олена використовувати і для початку інтерв'ю, коли основне завдання — налаштувати героя на відвертість. Якщо недоречно почати з жарту, то завжди можна зачепитись за місце, де відбувається розмова.

Якось інтерв'юерка розмовляла з героєм у місцевій луцькій філармонії. Там живе кіт. Отак і почалось все із нього. Розмова ні про що, але налаштувала на позитив перед основною частиною діалогу. А ще, каже Олена, намагається не відмовлятися від кави, якщо пропонують. Таким чином журналіст стає частиною простору героя, в офісі чи вдома. Тож кава іноді теж має значення.

Для кожного інтерв'ю свій сценарій, як і роль, яку виконує журналіст. В книгарні — ти компаньйон, в історичних — розвідник, коли важливо подати розповідь людини як монорозмову — ти ставиш запитання “як за кадром”.

Героя потрібно відчувати. Помовчати, коли він мовчить, почекати, коли він довго думає. Дозволити поплакати або покурити. У всіх цих проявах журналіст може впіймати емоцію, зрозуміти її. Інколи жарт розслабляє, а буває, що взагалі недоречний. При цьому свої емоції інтерв'юер має стишити, дозувати. І в тексті так само. Така собі емоційна цензура. Іноді треба забрати емоційно забарвлені слова, описи. Бо достатньо буває правильно підібрати розділовий знак, щоб читач сам вирішив для себе, як сприймати розповідь.

Скласти все у текст

Для текстового інтерв'ю найпотрібніші відкриті питання. Коли багато закритих запитань, це нечитабельно. Їх варто уникати. А якщо передавати у тексті односкладову відповідь героя: так, ні, - то обов'язково її доповнювати авторськими коментарями. Можна словом або навіть кількома реченнями. Тут стануть в нагоді репортажні описи: герой заплакав, закурив.

Драматургія репортажного інтерв'ю — це типова історія зі вступом, кульмінацією та завершенням. Але, щоб читач не покинув читання, на початок, у ліду або врізку, треба коротко дати щось інтригуюче.

Врізки — це акценти. Зазвичай — це найемоційніші або найважливіші слова героя. Щоб їх виділити, можна написати їх на іншому фоні або жирним шрифтом. Це зачіпки для читача, які мають спонукати прочитати більше. Можна виділити останні три слова в кінці. Показати, що це головні слова тексту. Такі фрагменти роблять текст живим.

Щоб підкреслити особистість, потрібно залишати її мовлення незмінним. Наприклад, слово “офігів”, хоч і не літературне, але в контексті може звучати природньо.

У рубриці “Занесло в село” Олена у діалогах з людьми залишає діалекти, суржик, власні специфічні слова героя. Це додає колориту. У художньому репортажі важливі природні голоси.

Іноді Олені мало того спектру розділових знаків у мові, який існує. Тож емоцію вона передає й двома дужками, як у соцмережах.

Фотографії — це частина проекту, яким є кожен текст. Підписи під фото — автономні маленькі текстики, які доповнюють розповідь. Фото доповнює образ людини. І важливо обрати, яке з них розмістити на початку, а яке в кінці. Щоб людина прочитала історію так, наче подивилась фільм.

Яскрава крапка

“Танцювали, а не вклонились”, — так Олена говорить про незавершене інтерв'ю. Читач заслуговує, щоб і в кінці на нього чекало щось цікаве. Картина має бути цілісною. У тексті має бути яскрава і крапка, не тільки зачин.

“Якщо у мене немає фінальної відповіді героя, яка змушує задуматись, то я роблю свої короткі висновки, додаю репортажні фрагменти, про те, як розмова закінчилась. Буває, що після інтерв'ю людина телефонує, ми спілкуємось. Тоді можна завершити навіть цим”.

А буває й таке, що останнє речення розмови стане головним посилом тексту. Олена якось брала інтерв'ю у художнього керівника Волинського

народного хору Олександра Стадника. І останнє запитання Олени було “чи не хотів би він очолити хор Верьовки”. Він сказав, що йому це навіть пропонували, він відмовився. І це пішло у заголовок.

Одного разу Олена розповіла читачам дуже відверту історію: про колишню луцьку сутенерку, Маму Чолі. Жінка була у в'язниці, а зараз мешкає у геріатричному будинку. Жінка погодилась розповісти свою історію, яка є дуже показовою. Попри те, що Олена замінила справжнє ім'я героїні, в дуже відвертих розповідях її все ж таки впізнали. А потім вона потерпала від того, що стала відомою після публікації інтерв'ю. Журналістка картає себе за те, що, що, можливо, розповіла занадто багато через свій професійний інтерес. Але жінка на неї не ображається, вони тепер друзі.

Людські життя — це шафи нерозказаних історій, каже Олена і на трохи стати своїм героєм, щоб відкрити його історію по-справжньому.

“Любити своїх глядачів більше, ніж співрозмовника”, — автор програми “Мокрик По живому”

Данило веде авторську програму “Мокрик По живому” на Громадському Телебаченні з 2019 року. Із сарказмом, іронією, а деколи з усмішкою ставить політикам, депутатам, суддям суспільно запитання, відповідь на які прагне отримати суспільство.

Журналіст розповідає про те, як не боятись здатись набридливим і як любити своїх глядачів більше, ніж співрозмовника.

Формат “Мокрик По живому”

Гостями студії є топ-чиновники, політики, від рішень яких без перебільшення залежить стан країни. Експертів, речників журналіст не запрошує, адже ті зазвичай говоритимуть: “Це не сфера моєї компетентності, я цього не коментуватиму”. А от для зібрання інформації перед інтерв’ю Данило до експертів звертається. Журналіст складає для себе та редактора програми довгий список людей, з якими би загалом хотів поспілкуватись. І щотижня у студії визначають, хто з них є найактуальнішим. Якщо розпал Справи Гандзюк - запрошують Ірину Венедіктову. Прийняли проєкт закону про дезінформацію - кличуть Володимира Бородянського.

“Інтерв’ю не для того, щоб сидіти і з гостем одне одного облизувати”. Тож Данило уникає того, щоб запрошувати до студії людей, до яких він не відчуває інтелектуальної опозиції. Адже здоровий конфлікт — це те, на чому будується драматургія розмови. Оскільки програма виходить у прямому ефірі, то потрібно попередньо підготуватись до інтерв’ю навіть стосовно часових рамок. Орієнтовно кожна розмова триває 50 хвилин.

Вже тоді, коли Данило запрошує гостей, він знає, про що їх питатиме, адже теми майже завжди резонансні. Потім дивиться кілька попередніх

інтерв'ю з цією людиною. Навіть якщо з цією людиною журналіст розмовляв раніше, все одно потрібно промоніторити найсвіжіші заяви, виступи, коментарі. Важливо зрозуміти, яка риторика у людини сьогодні, про що говорить, а що замовчує. Це знахідки для побудови власної розмови з нею гостем. Данило наголошує на тому, що потрібно обирати і героїв, і теми, які цікавлять журналіста. Коли нудно ведучому, то і глядачеві нудно.

Для розмови варто виділити 3-4 підтеми. Проте основна проблематика розмови завжди одна. І, як правило, все інтерв'ю зводиться до пошуку відповіді на ключове запитання. Хоча часто напряду в ефірі воно не звучить. До цього повинні підвести запитання журналіста та відповіді гостя. Наприклад: наскільки чесний прокурор Ірина Венедіктова?

Окрім спілкування з експертами, фактчекінг потрібно робити обов'язково. Бо, коли озвучиш в ефірі дурницю з серйозним обличчям, це може добряче зіпсувати авторитет та довіру до програми. Також Данило залучає до ефіру зацікавлених глядачів: вони задають свої запитання у соцмережах. Ведучий озвучує їх наприкінці розмови. Часто це такі питання, які не потрапили у попередньо складений short-list, бо не були доречні до цілісної структури інтерв'ю, його контексту.

Коли інтерв'юер запрошує героя, то тему розмови озвучує коротко і тезово, запитань не дає. Якщо люди все ж таки їх просять, то відповідає: “Йтиметься виключно про питання, які є у сфері ваших повноважень”.

Запитує лише журналіст

Людина сприймає інформацію не лише вербально, але й візуально. Навіть той спосіб, у який людина відмовляється відповідати, вже дуже показовий. Поставити запитання, на яке завідомо відповіді не буде, — це теж прийом. А іноді прогнозуєш, що гість відповість, а цього не стається. Це засмучує, особливо, коли таких випадків багато під час одного інтерв'ю. Але на те це живий формат спілкування.

Данило мінімалізує спілкування з гостем перед самою розмовою. Бо важливо стримати енергетику до прямого ефіру, щоб розмова вийшла

насиченою. Проте бувають також випадки, коли все ж відбувається small talk перед записом, а вже на самому інтерв'ю людина відмовляється озвучувати сказане. Тут є певна пастка. Некоректно зловживати фактами, озвученими off records. Є червоні лінії під час розмови, заходити за які не можна. Загалом усі запитання Данило поділяє на два типи. Ті, які озвучити необхідно, незалежно, чи дадуть відповідь, чи ні, і ті, на які очікуєш отримати чітку відповідь.

Закриті запитання можуть відігравати різну роль, в залежності, коли їх озвучити. Іноді вони є прологом до однієї з тем розмови. Деколи закриті запитання — це встановлення фактів, коли відповіді людини розмиті і неточні. Тут важливо почути просту відповідь: так чи ні.

Завдяки такому запитанню можна отримати сенсацію. Дуже часто це заголовок у стрічку новин. Закриті запитання, це як частини великого конструктора. Самі по собі сформувати повноцінну розмову не можуть, але все одно корисні.

Гіпотетичні питання доречні у кількох випадках. Перший: коли дають можливість витягнути з людини обіцянку. Наприклад запитання до Ірини Венедіктової: “Якщо виявиться, що доказів у справі Гандзюк недостатньо, чи готові ви взяти на себе відповідальність та подати у відставку?”. Відповідь людини можна використати для майбутніх інтерв'ю з нею.

Другий випадок використання: апелювання до досвіду людини. Журналіст наводить героєві конкретну історію іншої людини, зазвичай критичну. І герой має відповісти, як в такій ситуації повів себе він.

Особисте запитання. “Я не маю на меті розкрити в кожному гостеві людське, показати, якою є людина у приватному житті. Це не те, що мене цікавить”. Але, коли йдеться про політичну чистоплотність та кумівство, тут особисті запитання доречні. У інтерв'ю з Ольгою Богомолець звучало запитання про те, що тодішня кандидатка в президенти — хрещена мати онука Черновецького. Це прозвучало не для того, щоб розкрити особисте життя людини. Тут йдеться про суспільний інтерес.

Запитання-уточнення. Тут знову ж таки два типи. Перший: коли намагаєшся сформулювати коротко те, що сказав гість, підсумовати. Це також дає можливість підкреслити або нову інформацію, або просто абсурдний факт, який ймовірно не відповідає реальності. Другий: коли гість не конкретизує свою відповідь, відповідає загальними реченнями. Тут завдання журналіста деталізувати.

Гра на нервах

Емоція — це гачок для глядача. На телебаченні, класичному чи онлайн, завжди конкуренція за емоції. Добре, коли аудиторія відчуває напруження, яке виникає під час інтерв'ю. Це своєрідна інтелектуальна розвага. Проте інтерв'ю має бути розважальним, не втрачаючи змістовність. Деколи журналіст повинен трохи гіперболізувати своє здивування від слів співрозмовника. Глядачів це інтригує. Попри важливість емоцій, себе треба стримувати під сміху чи хихикання. Серйозність зберігати важливіше, аніж веселитись.

Назва самої програми пояснює те, що у студії — живі люди зі своїми почуттями. І сьогодні у такому медіаформаті є тенденція, коли журналіст перестає бути ментором, або просто красивим напудреним ведучим. Він має бути близьким глядачеві. Ми рухаємось від журналістики до блогерства, від Гордона до Дудя. До більш безпосередніх речей. Емоція — одна з ознак безпосередності.

Функція ведучого в ефірі — тим чи іншим чином проштовхнути своє запитання так, щоб все ж таки отримати на нього відповідь. Якщо запитання потрібно поставити 5 разів, то це нормально. Такий собі прийом рефрену. Коли журналіст говорить “ваша відповідь неповна”, або “ви проігнорували моє запитання” він не робить це, щоб глядач зрозумів його почуття. Це резюме на поведінку гостя, який просто уникає відповіді. Глядачу це потрібно. Гість, у свою чергу, також має можливість прокоментувати це резюме також, наприклад заперечити.

У спілкуванні, поведінці інтерв'юера та його героя є елемент гри, яка, на жаль, не завжди закінчується успіхом для журналіста. Іноді на найважливіші запитання відповіді отримати так і не вдається. Тому своєрідне “ходіння по колу” — це нормальний процес. Ти намагаєшся пробитись крізь оборону, яку ставить співрозмовник. Уважне та включене слухання допомагає журналісту робити слушні висновки. І навіть, коли відповіді все одно немає, вчасно підмічені за героєм неточності, абсурдна інформація доповнюють розмову.

Інтерв'ю “Мокрик По живому” завжди повні експресії. *Проте* Данило каже, що ніколи не має на меті довести гостя до того, щоб він занервував або емоційно зірвався. *Але* буває цікаво перевірити, на що саме герой реагує бурхливо та емоційно. Закрита поведінка героя свідчить про прихований контекст, який людина відмовляється коментувати.

В інтерв'ю з українським журналістом та політиком Сергієм Лещенком Данило методом поступових очевидних запитань намагається налаштувати комунікацію з героєм.

Данило Мокрик: навіщо ви сюди прийшли?

Сергій Лещенко: бо ми мене запросили

Данило Мокрик: це причина. А мета?

Сергій Лещенко: щоб відповісти на ваші запитання

Данило Мокрик: ну то відповідайте

І хоча такий прийом може звучати дещо агресивно, журналіст має на нього цілковите право. Часто буває так, що конкретними запитання треба підвести гостя до якоїсь точки, де в журналіста вже є заготовлена пастка. Тобто запитання може бути свідомо некоректне. Наприклад таке, яке не входить у сферу компетенції людини. І саме аргументація, чому вона не відповідатиме, може створити нову лінію розмови. Цей прийом можна назвати прийомом “капканом”. Деколи варто згустити фарби та показати глядачеві, що логіка людини абсолютно абсурдна.

Драматургія у прямому ефірі

Розмову потрібно почати з головного, адже це турбота про глядача. Зазвичай головне — це найрезонансніша тема, в якій компетентний ваш гість. Бувають винятки, коли початок — це щось веселе. Як ось інтерв'ю з Володимиром Бородянським, коли все почалось із запитання про “Битву екстрасенсів”. Політик є одним з членів управління телеканалу СТБ, де транслюють цю програму. Тут і про щось смішне, і про серйозне. Адже темою розмови був закон про дезінформацію. І “Екстрасенси” — це продаж художньої інформації під виглядом правди.

Структуру інтерв'ю у прямому ефірі неможливо передбачити без урахування часу, який на цей ефір виділено. Журналісту допомагає режисер, спілкуючись з ним через прихований наушник. Він називає ведучому відрізки часу, наприклад: пройшла половина розмови, залишилось 5 хвилин, хвилинка. Це допомагає інтерв'юєру або прискоритись, або навпаки зупинитись на певній дискусії.

Коефіцієнт корисної дії

Бути автором програми — не означає постійно говорити “а от я вважаю...”. Позиція ведучого повинна бути сформульована у його запитаннях. І все ж важливо вносити у кожне інтерв'ю свій коефіцієнт корисної дії. Сарказм та іронія - найпростіші способи висловити свою недовіру або сумнів. Данило Мокрик розповідає, що у прямому ефірі зовсім інша енергетика розмови. І що у цьому є щось наркотичне, драйвове, яке не передає у записі або текстом. Живі емоції виникають перш за все через те, що герої розуміють, що нічого не виріжеш. А ще він працює за правилом: “Інтерв'ю — це не проповідь, а сповідь. І єдиний, хто ставить тут запитання, — це журналіст”.

Цитати респондентів

Від Тетяни Терен

- Інтерв'ю — це живий жанр
- Найлегший спосіб створити конфлікт з вашим героєм — прийти непередготовленим
- Коли, готуючись, знаходиш свою мотивацію для розмови, ця людина стає тобі страшенно близькою. Починаєш розуміти її життєві рішення, навіть неправильні.
- Із запитаннями інтерв'юер має бути делікатним, обережним, думати про героя, як про рідну людину, якій не хочеш нашкодити.
- Коли письменники бачать, що ви їх читали, з їхньої сторони ніколи не буде відторгнення.
- Інтерв'юер — це той, хто має відійти вбік, щоб підсвітити іншого. Не потрібно розкривати себе.
- Якби хтось порівнював оригінал і те, що виходить потім в публікацію, — це кардинально різні тексти. Хоча герої цього майже ніколи не помічають.
- Головне — не нашкодити героєві його ж відвертістю.
- Важливо, щоб сказане не лишилось сказаним в порожнечі

Від Тетяни Трощинської

- Те, як я сформулюю запитання, залежить від цілої низки змінних, включно з моїм настроєм та настроєм співрозмовника
- Розмовне, друковане інтерв'ю — це не опитувальник
- Сумнів під час інтерв'ю — це інтуїція, яка базована на досвіді
- Виявляється, що всіх людей можна поставити в рамки, просто іноді ніхто навіть не намагається це зробити.
- Інтерв'ю — не спосіб переконати гостя. Це не завдання журналіста.

- ❑ Сьогодні час емоційного сприйняття.
- ❑ Я дозволяю собі сказати: ця відповідь мене не задовольняє.
- ❑ Можна навіть сказати “добре, що ви так можете, у мене б так не вийшло”. Але сказати “Як ви лише могли?!” — це не про журналістику.
- ❑ Цікаві ті гості, які роздумують про цінності та можуть обґрунтовувати свої рішення на рівні добра і зла.

Від Остапа Яриша

- ❑ Щоб отримати важливу інформацію, варто іноді йти на культурну провокацію.
- ❑ Розмова відбувається значно природніше, коли є просто ідеї для розмови з героєм, а не конкретні теми.
- ❑ Перед інтерв'ю дайте людині розслабитись, гостріші запитання поставте в середині, а ті, які передбачають висновки, - наприкінці.
- ❑ У прямому ефірі журналіст повинен бути сконцентрованим, зібраним, давати собі менше простору для маневру
- ❑ Для проблемного інтерв'ю: мінімально емоцій, максимально фактажу.
- ❑ Якщо інтерв'ю буде жорстким, “теплі ванни ні до чого”.
- ❑ Переривати співрозмовника — це дуже нормальна річ. Треба подякувати і нагадати, що ефірний час обмежений, і важлива лише конкретика.
- ❑ Коли людина плаче, не обов'язково казати: “я вас розумію”. Часто журналіст є в набагато кращій ситуації, аніж герой з травматичним досвідом.

Від Олени Лівіцької

- ❑ Простір впливає на аудиторію
- ❑ тематичне місце доповнює людину
- ❑ Коли починаєш розмовляти з людиною в неочікуваному місці, не в його кабінеті це створює ефект несподіванки, дає тексту емоцій.

❑ Ньюанси, опис вигляду людини робить інтерв'ю легшим. Вони влітаються у текст, як мереживо.

❑ Часто мораль під час таких портретних інтерв'ю про події минулого виникає після провокативного запитання журналіста.

❑ У портретних інтерв'ю треба на трохи стати своїм героєм. Помовчати, коли він мовчить, почекати, коли він довго думає

❑ В написанні тексту варто дотримуватись мовної цензури

❑ Драматургія репортажного інтерв'ю — це типова історія із вступом, кульмінацією та завершенням.

❑ Щоб читач не покинув читання вже на другому абзаці, найцікавіше треба виносити вгору

❑ Підписи під фото — автономні маленькі текстики, які доповнюють розповідь.

❑ Незавершене інтерв'ю — це “танцювали, а не вклонились”

❑ Людські життя — це шафи нерозказаних історій.

Від Данила Мокрика

❑ Інтерв'ю не для того, щоб сидіти і з гостем одне одного облизувати

❑ Якщо люди все ж таки їх просять, то відповідає: “Йтиметься виключно про питання, які є у сфері ваших повноважень”.

❑ Завдяки такому запитанню можна отримати сенсацію. Дуже часто це заголовки у стрічку новин.

❑ Попри важливість емоцій, себе треба стримувати під сміху чи хихикання. Серйозність зберігати важливіше, аніж веселитись.

❑ Ми рухаємось від журналістики до блогерства, від Гордона до Дудя. До більш безпосередніх речей.

❑ Розмову потрібно почати з головного, адже це турбота про глядача.

❑ Позиція ведучого повинна бути сформульована у його запитаннях.

❑ Сарказм та іронія — найпростіші способи висловити свою недовіру або сумнів.

❑ Інтерв'ю — це не проповідь, а сповідь. І єдиний, хто ставить тут запитання, — це журналіст.