

Савчук А. С.,

студентка 4 курсу групи 061-ж-416

*Навчально-наукового інституту філології та журналістики
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

Науковий керівник: Семенець О. О.,

доктор філологічних наук, професор,

*професор кафедри слов'янської філології та журналістики
Навчально-наукового інституту філології та журналістики
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

СПЕЦИФІКА ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ РАНКОВОМУ ШОУ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «СНІДАНОК З 1+1»)

Питання жанру телевізійного інтерв'ю є досить актуальним на сьогодні. Аналізуючи реалії, в яких зараз живе Україна, журналістам вкрай необхідно знати, скажімо, як коректно інтерв'ювати постраждалих від війни, як не завдати їм шкоди та правильно розповсюдити цю інформацію на загал. До того ж, телебачення як засіб масової комунікації, сьогодні посідає одну з провідних позицій оперативного інформування населення.

Власники медіахолдингів постійно розвивають свої продукти шляхом створення нових форматів, проєктів, пошуку нових облич, співпраці з блогерами. У цій діяльності вічного пошуку ранкові шоу міцно зайняли свою нішу, оскільки для пошуку цікавого чи важливого відео в інтернеті часу немає, а увімкнути телеканал і готуватися до робочого дня – значно простіше.

Використання жанру інтерв'ю у форматах ранкового шоу стає дедалі частішим явищем. Наше дослідження спрямоване на розгляд телевізійного інтерв'ю, і в першу чергу – інтерв'ю як діалогу, тобто спілкування однієї людини з іншою, незалежно від жанрової форми.

«Головне завдання журналіста у роботі над цим жанром – примусити людину сказати більше, ніж вона планувала, тобто змусити її вийти за межі тієї заяви, яку особа підготувала заздалегідь, і не стати підставкою до мікрофона», – зазначає О. Голуб у своєму практичному посібнику [1, с. 35]. На сьогодні жанр телевізійного інтерв'ю є одним з найбільш динамічних у журналістиці. Варто наголосити, що особливо в умовах пандемії та війни помітна активність використання жанру в практиці мас-медіа. Напевно, це викликано тим, що саме зараз люди

потребують найбільше комунікації. Телевізійне інтерв'ю стає елементом спілкування людей з іншими.

Проте, разом із усіма його перевагами, цей жанр має і чимало труднощів у роботі. По-перше, в телевізійному інтерв'ю потрібно мати чітку схему. Із текстовим варіантом легше – текст потім можна редагувати, поміняти місцями блоки. По-друге, важливо вміти утримати увагу глядача, інтерв'ю має бути настільки цікавим, щоб потім людям хотілося б вас процитувати.

Телевізійний журналіст має бути справді універсальною людиною: розумітись на створенні власної програми, спілкуванні з гостями та відповідати іншим вагомим критеріям, без яких така програма точно буде невдалою. Також не варто забувати, що тут журналіст працює в команді, а не сам. Тому без злагодженої командної роботи успіху не буде. Якщо оператор і журналіст успішно працюють разом, то кадри вийдуть ефектними і дозволять зробити сюжет наочним.

Окрему увагу звернемо на підготовку до проведення телевізійного інтерв'ю. Адже секрет вдалого інтерв'ю здебільшого полягає саме у підготовці. Важливою частиною цього етапу є опрацювання засад ефективного комунікування, які потрібні в роботі журналіста. До характерних ознак комунікативної стратегії в телеінтерв'ю, у першу чергу, слід віднести доступність подачі інформації і простоту мови. Перевага віддається грамотній розмовній мові. Підготовка до інтерв'ю – це важливий і обов'язковий елемент інтерв'ювання незалежно від типу розмови, співбесідника і тривалості. Неможливо заздалегідь обміркувати всі поточні моменти. Але, щоб стати фаховим та експертним журналістом, треба не забувати контролювати свою мову і поведінку. Це допоможе виглядати гідно під час інтерв'ю будь-якого формату.

Щоб краще дослідити специфіку телевізійного інтерв'ю та його теоретичні й практичні особливості, ми проаналізували досвід роботи журналістів ранкового шоу «Сніданок з 1+1».

Телевізійне ранкове шоу «Сніданок з 1+1» вже давно користується великою популярністю серед глядачів, адже зроблене таким чином, що поєднує цікаву інформацію, новинний контент і легку розважальну форму. Таке поєднання в тележурналістиці називають інфотейнментом. Дослідниця К. Чорна вважає, що «гібридний жанр інфотейнменту живе за власними законами, тобто орієнтується, передусім, на те, щоб заінтригувати, налякати чи насмішити глядача. У цьому жанрі головне – не дати споживачеві знудитися, і питання, в який це спосіб робиться, відходить на другий план» [3, с. 112].

З 19 вересня 2017 року «Сніданок з 1+1» ведуть Людмила Барбір, Руслан Сенічкін, Єгор Гордєєв та Неля Шовкопляс. Зазвичай на роль

журналістів у ранкових шоу відбирають харизматичних, приємних людей, бо зранку глядач має налаштуватися на цілий день своїх турбот і проблем, тому не захоче дивитися чи слухати тих, хто йому не подобається чи дратує. Тут журналісти відповідають всім критеріям, вони активні, емоційні, часто сміються та радіють щирими посмішками, рухаються разом із гостями (танцюють, стрибають). Відчувають і підхоплюють настрій гостей і діють з ними «на одній хвилі», що додає щирості і безпосередності, яка не залишається поза увагою глядачів.

У програмі «Сніданок з 1+1» використовується жанр портретного інтерв'ю – це самостійний телевізійний продукт співпраці журналіста й героя програми, створений за допомогою запитань інтерв'юєра та відповідей респондента, що являють собою бесіду рівноправних співрозмовників.

Зрозуміло, що «Сніданок» – це легке, інформаційно-розважальне шоу, тому тривожних тем і занадто гострих чи болючих запитань тут практично не має бути, але після 24 лютого 2022 року, початку повномасштабної війни на території України, цього не уникнути. До цього моменту, якщо все-таки в програмі згадувалися теми злочинів чи чогось подібного, то лише щоб показати і розказати глядачу, як захистити себе від цього.

Проаналізувавши декілька випусків «Сніданку», можна побачити певні особливості роботи журналістів під час інтерв'ювання. Це активне слухання (завдяки якому створюється ефект щирої і цікавої розмови), зміна локацій разом з гостем (щоб уникнути одноманітності), вміння швидко переключитися з новин на інтерв'ю чи жарти, але при цьому інтерв'ю не виглядає відірваним, а сприймається цілісно в контексті всієї передачі. Також до особливостей можна віднести екранну мову ведучих, вона є живою, натуральною.

Щоб досягти ефекту психологічного заспокоєння та відвернутися від драматичного (наслідків війни, бідності, трагічних випадків), у «Сніданку» використовують фоторубрики. «На думку творців телепрограми Сніданок з 1+1 – це поживляє інтерес і до інших рубрик програми. А також теми фотозвітів, що їх ведучі просять надсилати, акцентують увагу на мирному щасливому близькому й рідному кожній людині» [2, с. 126].

Аналізуючи ефіри «Сніданку», ми помітили й певні типові помилки під час проведення телевізійного інтерв'ю. Ведучі припускалися мовних помилок, а саме: вживання висловів російською (окрім випадків, де це дійсно було необхідно, або цитат), тобто використання росіянізмів, стилістичних та синтаксичних помилок. У деяких інтерв'ю, що проводилися в студії кількома ведучими, спостерігалось

неузгодженість їхніх дій, коли запитання збігаються, або запитання одного ведучого перебиває іншого. Наявні також і неточності у формуванні відеосюжетів. Проте, завдяки аналізу роботи ведучих в ранковій програмі «Сніданок з 1+1», ми зрозуміли, що навіть найдосвідченіші журналісти з багатолітнім досвідом припускаються певних неточностей. Як висновок, професіоналізму буває недостатньо, тому потрібно завжди пам'ятати про людський фактор та моральні цінності.

Загалом, телевізійне інтерв'ю на прикладі ранкового шоу «Сніданок 1+1» має свою специфіку, що полягає в реалізації сукупностей правил, які формуються в результаті дотримання професійних стандартів та особливостей власної методики проведення інтерв'ю.

Список використаних джерел:

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 35 с. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf> (дата звернення 11.10.2022).
2. Носова Б. Комунікативна філософія Ю. Габермаса: екстраполяція у медійному дискурсі. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна, 2018. 126 с. URL: http://212.87.236.17:8080/Content/5641/9_Nosova_KiK_1.pdf (дата звернення 05.05.2022).
3. Чорна К. В. Переваги та недоліки інфотейнменту в телевізійних програмах українського телебачення. *Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство*. 2015. С. 108–113. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO M=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/mvkfm_2015_2_23.pdf (дата звернення 20.04.2022).