

# НАПРЯМ 4. ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ЗАСОБІВ ТРАНСЛЯЦІЇ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ, ФАКТОЛОГІЧНОЇ ТА МЕТОДОГРАФІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВИХ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-400-2-9>

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

**Калинів А. Л.**

*асистент кафедри радіомовлення і телебачення  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
м. Львів, Україна*

З виникненням Інтернету людина отримала доступ до величезного обсягу інформації, яку створюють як журналісти, медійники, експерти, так і звичайні користувачі мережею.

Перевагами поширення контенту в мережі є вища оперативність, вільність, можливість створювати його самостійно або одразу коментувати чи обговорювати. Важливим є візуальний складник: споживачі інформаційного продукту мають можливість на власні очі спостерігати за подіями чи отримувати інформацію від конкретної особи. Досягати ефекту присутності, передавати рухоме зображення та спостерігати за невербальним мовленням допомагає відео. Від його якості залежить те, наскільки успішним буде медіапродукт.

Такі онлайн-платформи, як ютуб, створюють нову соціальну динаміку та відіграють особливу роль у поширенні інформації. Ютуб є найбільш призначеним для користувача онлайн-сервісом для розміщення відеофайлів. Тут користувачі можуть ділитися відеоконтентом, публікуючи, рекомендуючи його, пересилаючи посилання в соціальних мережах. Так само через утуб можна створювати власний відеоконтент. Платформа дозволяє не лише завантажувати власне відео, ділитися контентом, але й підписуватися на відеоканали та взаємодіяти з іншими користувачами [2, с. 99].

Ютуб легко синхронізується із популярними мережами, сприяючи подальшому поширенню інформації. Користувачі часто пов'язують свій акаунт в ютубі принаймні з однією соціальною мережею, щоб автоматично ділитися відео.

Поширення Інтернету відкрило додаткові можливості і для жанру інтерв'ю: його легко та швидко можна поширити на велику аудиторію. Онлайн-середовище створює більш неформальну атмосферу, що дає змогу створювати нові форми проведення інтерв'ю, розширює межі дозволених тем та тональностей бесіди. Інтернет дає простір для більшої взаємодії з аудиторією: журналіст має змогу прочитати відгуки, зауваження, пропозиції щодо інтерв'ю практично одразу після випуску. За останні десятиліття інтерв'ю набули ще більшого поширення та популярності завдяки таким онлайн-платформам, як ютуб [3].

Жанр інтерв'ю-розмови є одним з найпопулярніших на платформі ютуб серед журналістів-блогерів. Це зумовлено форматом каналу, який має унікальні умови для повноцінних оригінальних записів бесід із популярними особистостями. Вони не обмежені часом, як у традиційному телеінтерв'ю, не пов'язані жорсткими вимогами редактора, який випускає програму в ефір (на ютуб автор сам є «цензором» і «редактором»), де відтворюються природні умови невимушеної бесіди з добре спланованим ходом роздумів, де є місце актуальній «концентрованій інформативності» та оригінальній особистій думці персонажів. Саме ці можливості формату інтерв'ю-розмови на ютубі дозволяють багатьом відомим сучасним блогерам-журналістам «утримувати» високі рейтингові позиції [2, с. 100].

Зображально-виражальні засоби на телебаченні та ютубі відмінні в об'ємі використання, варіаціях та технічних доповненнях, які залежать від особливостей платформи: телебачення є структурою, роботу якої регулює Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Тоді як робота ютубу обмежується лише правилами ютуб-спільноти, які забороняють використовувати мову ворожнечі та порушувати авторські права. Це дозволяє додавати в онлайн-продукт більше розважальних та неформальних аспектів.

Програми на телебаченні мають обмежений хронометраж, оскільки повинні заповнити лише конкретний виділений ефірний час. Ютуб обмежень у часі не має. Це дозволяє використовувати різні засоби.

Зауважимо, що вирізняється також монтаж, який використовує телебачення, від монтажу кінематографічних та музичних індустрій, які використовують найсучасніші техніки монтажу, відеографіки, редагування, звукового зведення. Для ютубу часто є більш характерним саме складніший, професійний монтаж, такий як анімація, складні переходи тощо. Це пов'язано з тим, що платформа загалом зарекомендувала себе як багату саме на візуальний контент. Також тим, що бюджет у ютуб-каналів може бути більший через відмінність у способах отримання фінансів, та тим, що доволі часто монтажери, аніматори згодні працювати на ентузіазмі з різних причин: для здобуття досвіду, популярності тощо.

Команда платформи «Маніфест» підготувала перелік українських ютуб-каналів, що містять цікаві бесіди-розмови з різними особистостями, які зараз творять образ України [4]. Цей перелік містить 171 канал з українськими інтерв'ю на різноманітну тематику. Цікаво, що в списку вказано кількість відео, підписників та переглядів.

Виокремлюємо кілька чинників, що впливають на якість та ефективність інтерв'ю на ютубі. Передусім це простір, в якому відбувається розмова, та імідж учасників розмови, що дає змогу відтворити потрібну «рамкову» композицію жанрового простору. Не менш значущим для розуміння атрибутики жанрової моделі та намірів автора інтерв'ю буде контекстне знайомство з біографією учасників розмови та їх «світосприйняттям» [2].

Узгодженість зовнішнього та внутрішнього планів інтерв'ю досягають завдяки зовнішньому іміджу інтерв'юера та інтерв'ююваного та прояви їхньої комунікативної поведінки.

Звертаємо увагу також на оригінальність комунікативного інструментарію сучасної форми інтерв'ю на ютубі, у якому вдало поєднані можливості класичного інтерв'ю-розмови та відеотрансляції, що дозволяє детально відтворити та зберегти всі нюанси вербального й невербального діалогу й домогтися затребуваного сьогодні в інтернет-комунікації «ефекту присутності».

Важливо, що текст інтерв'ю зберігається на сайті роками, на відміну від аудіофайлів і відеозаписів, які зникають набагато раніше. Відповідно, зростає відповідальність за кожне слово, щоб воно не було використано проти того, хто його сказав.

Для ефективності та забезпечення високих рейтингів важливе значення має заголовок інтерв'ю: що коротшим буде заголовок і що він буде менш інформативним, то більше шансів на те, що, прочитавши його, у користувача виникне бажання продовжити перегляд. А далі все вже залежить від майстерності та досвіду самого журналіста, який узяв інтерв'ю та відповідним чином підготував його до публікації.

Отже, сучасні онлайн-платформи, зокрема ютуб, створюють додаткові можливості для трансформації журналістських жанрів, зокрема інтерв'ю-розмови. Перспективи подальших досліджень полягають у тому, що величезна кількість новостворених українських інтерв'ю на ютуб-каналах потребують свого дослідника. Адже кожен канал має своєрідну тематику, форми подання та композиційні особливості цього жанру, які вирізняють його від традиційного телеінтерв'ю.

### **Література:**

1. Бутко О., Семенова К. Відеоінтерв'ю в сучасному медійному просторі. *Вісник Київського національного університету культури*

*і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, К., 2020. 3(2). С. 190–196. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.3.2.2020.217640>

2. Галудзіна-Горобець В. І. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 2. С. 95–102.

3. Williams J. How the critical interview became a major academic genre. *Inside Higher Ed*. 2019. Режим доступу: <https://www.insidehighered.com/views/2019/07/09/growing-ubiquity-critical-interview-academic-genre-opinion>

4. <https://manifest.in.ua/rt/interview/>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-400-2-10>

## **ІНФОПЕРСУАЗИВНІСТЬ НОВИНИХ ТЕКСТІВ: КОНСТРУКЦІЙНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ**

**Талавіра Н. М.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
докторантка кафедри англійської філології і філософії мови  
Київського національного лінгвістичного університету  
м. Київ, Україна*

Комунікації в нашому суспільстві здійснюються за допомогою різних інститутів, які виробляють, опрацьовують, обмінюються та зберігають інформацію. Проте останнім часом почастишали заяви про те, що новинний дискурс перебуває у кризі [5, с. 1], йому пророкують вимирання через низьку довіру адресатів до точності викладу фактів у новинах [6, с. 1854]. Насправді репрезентація новин зазнає змін під впливом технологій, адже інформація представлена не лише в новинних текстах, але й у соціальних мережах. Тому постає питання, що вважати новинами і які характеристики їм притаманні у текстах ЗМІ.

Новини потрактовують як репортажі або обговорення подій, яким притаманна відносна новизна [3, с. 588]. Особливості сучасних новинних текстів включають високу періодичність публікацій, різноманітну та анонімну масову аудиторію, опосередкованість виробництва новин сучасними технологіями [3, с. 589]. Крім того, новини не просто інформують про стан справ у певній місцевості або на міжнародній арені, а надають авторське бачення події у певній перспективі, формують сприйняття, впливають на переконання [1, с. 18]. При цьому за ступенем вияву персуазивності виокремлюємо подієві тексти, які