

ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СУЧАСНЕ РАДІОІНТЕРВ'Ю: ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ
ПРОВЕДЕННЯ**

Студентки IV курсу 4Ж групи
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Романчук Світлани Олександрівни

Науковий керівник: **Каленич В.М.**,
доцент, кандидат філологічних наук

Розширена шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Романчук С.О. Сучасне радіоінтерв'ю: види, особливості проведення Спеціальність 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі розглянуто особливості розвитку жанрових форм радіоінтерв'ю в українському медіапросторі (на прикладі програм «Радіо Свобода»). Відзначено, що радіожурналістика наділена власною специфікою, особливості якої тим чи іншим чином впливають на її жанрове різноманіття та їх втілення. Підкреслено, що формат інтерв'ю в радіоефірі відзначається особливостями власної представленості, а його проведення вимагає від журналіста високого рівня підготовленості, як професійної та технічної, так і психологічної. Зазначено, що для радіоінтерв'ю притаманні різні втілення та форми проведення, але головною його особливістю є діалогічність, динамічність, специфічні форми впливу на слухача.

Здійснено аналіз комунікативних стратегій та мовних особливостей інтерв'ю на «Радіо Свобода». Розглянуті проекти «Радіо Свобода» в жанрі інтерв'ю дозволили з'ясувати, що радіоінтерв'ю присутнє в ефірі радіостанції у формах класичного радіоінтерв'ю та радіоінтерв'ю як частини більш складного матеріалу, інформаційного або аналітичного. На підставі виконаного аналізу сформульовано висновок, що для інтерв'ю в ефірі «Радіо Свобода» характерними рисами є наявність професіоналізму ведучих, розуміння ними специфіки жанру радіоінтерв'ю та вміле використання його переваг.

Ключові слова: інтерв'ю, медіапростір, радіожурналістика, радіоінтерв'ю, комунікативні стратегії

SUMMARY

Romanchuk S.O. Modern radio interview: types, features of conducting. Speciality 061 Journalism. Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2024.

The qualifying work examines the peculiarities of the development of genre forms of radio interviews in the Ukrainian media space (on the example of Radio Svoboda programs). It was noted that radio journalism is endowed with its own specificity, the peculiarities of which in one way or another influence its genre diversity and their embodiment. It is emphasized that the format of the interview on the radio is characterized by the peculiarities of self-presentation, and its conduct requires a high level of preparation from the journalist, both professional and technical, as well as psychological. It is noted that various embodiments and forms of conduct are characteristic of a radio interview, but its main feature is dialogicity, dynamism, and specific forms of influence on the listener.

An analysis of communicative strategies and linguistic features of interviews on Radio Svoboda was carried out. The considered projects of Radio Svoboda in the interview genre made it possible to find out that the radio interview is present on the air of the radio station in the form of a classic radio interview and a radio interview as part of a more complex material, informative or analytical. On the basis of the performed analysis, the conclusion was formulated that the professionalism of the presenters, their understanding of the specifics of the radio interview genre and skillful use of its advantages are characteristic features of interviews on the air of Radio Svoboda.

Key words: interview, media space, radio journalism, radio interview, communication strategies

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РАДІОІНТЕРВ'Ю	8
1.1. Феномен радіожурналістики в контексті журналістських напрямків	8
1.2. Сучасні підходи до визначення й типології жанру інтерв'ю	18
1.3. Жанрова специфіка радіоінтерв'ю та форми його реалізації	25
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІЙНІСТЬ СУЧАСНОГО РАДІОІНТЕРВ'Ю В ЕФІРІ «РАДІО СВОБОДА»	34
2.1. Жанрова типологія інтерв'ю в мовленні «Радіо Свобода»	34
2.2. Структура інтерв'ю на «Радіо Свобода»	39
2.3. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій учасників інтерв'ю на «Радіо Свобода»	46
Висновки до розділу 2	58
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	62

ВСТУП

Актуальність дослідження. До числа найважливіших жанрів радіоефіру є радіоінтерв'ю. Характерними ознаками радіоінтерв'ю як жанру є запитально-відповідна форма, що передбачає наявність сторони, що ставить запитання, і сторони, що відповідає, і загальна для всіх інтерв'ю мета – отримання інформації, що представляє суспільний інтерес.

Затребуваність інтерв'ю на радіо обумовлена сутністю аудіального каналу інформації, діалогічного за своєю природою. У радіоефірі можна почути і інтерв'ю-факт, і інтерв'ю-думку (різновиди інформаційного інтерв'ю), протокольні, портретні та проблемні інтерв'ю, інтерв'ю-анкети як форму спілкування з аудиторією, інтерв'ю-полілоги, діалоги та монологи. Спілкування журналіста та співрозмовника може відбуватися як у студії радіостанції, так і за її межами, як безпосередньо – віч-на-віч, так і опосередковано – зокрема, телефоном.

Професійне спілкування вимагає від інтерв'юера глибокого знання предмета діалогу, а отже, передувати спілкуванню зі співрозмовником повинна ретельна робота зі збирання відомостей щодо теми майбутнього інтерв'ю. На підставі отриманої інформації, інтерв'юер формулює питання, приділяючи особливо пильну увагу першому. Вони повинні спонукати інтерв'юйованого на розгорнуті та самостійні відповіді, бути сформульовані коротко, ясно та вузькоспрямовано, а крім того – бути цікавими для аудиторії радіостанції. Саме тому радіоінтерв'ю зберігають свою актуальність для сучасної аудиторії.

При всій актуальності цієї теми, варто зазначити, що більшість досліджень українського радіо відносяться до початку 2000 років або ще раніше (як, наприклад, О. Сербенська, О. Штурнак, А. Капелюшний, О. Ваніна, О. Чекмишев, В. Здоровега та інші), і лише науковці намагались хоч якось охарактеризувати сучасний стан радіожурналістики. В їх числі

можна назвати М. Балаклицького (2019 р.), О. Білоуса (2020 р.). Отже вбачається також актуальність і наукового дослідження цієї теми.

Об'єкт дослідження: жанрові форми радіоінтерв'ю в українському медіапросторі.

Предмет дослідження: особливості розвитку жанрових форм радіоінтерв'ю в українському медіапросторі (на прикладі програм «Радіо Свобода»).

Мета дослідження: здійснити теоретико-емпіричне вивчення проблеми розвитку жанрових форм радіоінтерв'ю в українському медіапросторі (на прикладі програм «Радіо Свобода»).

Відповідно до мети в роботі вирішуються такі **завдання**:

- 1) проаналізувати феномен радіожурналістики в контексті журналістських напрямків;
- 2) визначити провідні підходи до визначення й типології жанру інтерв'ю;
- 3) простежити жанрову специфіку радіоінтерв'ю та форми його реалізації;
- 4) здійснити жанрову типологію інтерв'ю в ефірі «Радіо Свобода»;
- 5) охарактеризувати структуру інтерв'ю на «Радіо Свобода»;
- 6) виокремити мовні засоби реалізації комунікативних стратегій учасників інтерв'ю на «Радіо Свобода».

В роботі використовувалися такі **методи дослідження**: узагальнення (зібрано відомості з теми дослідження), класифікація (класифіковано отримані в ході аналізу наукової літератури й нормативно-правових документів відомості), систематизація (систематизовано отримані в ході аналізу наукової літератури й нормативно-правових документів відомості), аналіз наукової літератури (були проаналізовані наукові дослідження, присвячені темі роботи), аналіз нормативно-правових документів (були проаналізовані нормативно-правові документи, що стосуються діяльності радіомедіа).

Джерела дослідження: подкасти «Вдома не всі» (архівний, за авторством Артура Корнієнка), «Свої серед своїх» (інтерв'юєрка – Наталя Патрикєєва), ті випуски «Історичної Свободи», які містять в собі інтерв'ю у будь-яких його втіленнях (програма за авторством Дмитра Шурхало), а також онлайн-трансляції радіопередачі «Радіо Донбас. Реалії» (ведучий Денис Тимошенко).

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому досліджено й систематизовано механізми створення та функціонування радіоінтерв'ю в українському медіапросторі (на прикладі програм «Радіо Свобода»).

Теоретичне і практичне значення роботи полягає в описі досвіду роботи медіафахівців та філологів над проблемою розвитку жанрових форм радіоінтерв'ю в українському медіапросторі (на прикладі програм «Радіо Свобода»).

Структурно робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РАДІОІНТЕРВ'Ю

1.1. Феномен радіожурналістики в контексті журналістських напрямків

Сучасна журналістика в своєму розвитку значно відрізняється від тієї, якою вона була ще п'ятдесят чи навіть десять років тому. Деякі види, жанри, стилі, напрямки перестають існувати зовсім, деякі суттєво трансформуються, деякі тільки-но з'явилися і лише починають свій шлях встановлення та формування. Іноді доволі складно дати якомусь явищу однозначну оцінку – так, наприклад, ще недавно радіожурналістику вважали чи не найменш перспективною та такою, що майже втратила шанс на успішне майбутнє, замінившись стрімінговими сервісами та інтернет-ЗМІ, але зараз ми можемо стверджувати, що цей вид журналістської діяльності не тільки вистояв, але й вдало адоптувався до сучасних вимог та потреб суспільства. Той же доволі поширений жанр журналістського подкасту, який став дуже популярним в останні роки за кордоном (і трішки менше – на українському просторі) – фактично є проявом осучасненої радіожурналістики.

Радіожурналістика є сталим, зрілим і сформованим видом журналістської діяльності, який, втім, все ще продовжує відозмінюватись та пристосовуватись до вимог сучасності. В її основі лежить безпосередня звукова комунікація, чийі головні особливості формуються природою звуку та його можливостями, а також психологією аудіального сприйняття інформації. Радіожурналістика покладається саме на звук (манера вимови та голос, звуковий супровід та інтонації, тощо), чим вже відрізняється від інших видів журналістики, але разом із тим вона заснована і на ряді сталих специфічних принципів, які лежать в основі створення матеріалів. Найважливіші чинники, які впливають як на безпосереднє сприйняття передач, так і на їх цілеспрямований вибір аудиторією, полягають в спектрі тематичної актуальності, жанрової різноманітності, високого літературного рівня підготовки всіх матеріалів та умілого використання виражальних засобів

радіо. Не можемо не погодитись з думкою, висловленою Т. Хітровою щодо того, що «недооцінюючи радіо, сьогодні український медіапростір втрачає низку можливостей та перспектив» [52, с. 91].

Та ж Т. Хітрова у своєму дослідженні сучасної української радіосфери зазначає, що вона в нашій країні все ще є розвинутою та прогресивною, але змістова наповненість ефірів є такою, що не задовольняє всі смаки аудиторії [52, с. 92]. Переважає у нас розважальний та музичний контент, який останнім часом почав доповнюватись освітніми (зазвичай на тему психології) проєктами, проте дуже суттєвою є нестача молодіжних проєктів, які були б спрямовані на формування патріотичної свідомості, пояснювали б, наприклад, чому саме погано продовжувати слухати російських виконавців (це, насправді, є суттєвою проблемою сьогодення), цікаво та захопливо розкривали б нюанси як української історії, так і української культури – класичної та сучасної.

О. Журавська [22, с. 21] пропонує виокремлювати такі групи специфічних виражальних засобів радіожурналістики: природні (або натуральні) – усне слово, музика, шуми; технічні – монтаж у всіх його утіленнях та інші технічні можливості. Всі ці виражальні засоби підпорядковані тим завданням, які ставить перед собою автор передачі (журналіст), та як він планує втілити ці завдання у творчому процесі. І звісно, всі вони існують не окремо, а у поліфункціональних зв'язках між собою, які визначаються ідейним та творчим задумом, стилістичними особливостями, обраним журналістським жанром, професійною підготовкою як журналіста, так і всієї команди, що працює над його проєктом. Бажаним результатом використання будь-яких прийомів та методів є певна акустична цілісність, в якій панівну роль може виконувати як голос (наприклад, в новинних радіотрансляціях), так і музика чи шуми (наприклад, у радіонарисах).

Сучасне радіомовлення характеризується більш-менш стійкою системою жанрів, які, втім, все ще продовжують розвиватись та трансформуватись відповідно до актуальних потреб суспільства. І перш, ніж

розкривати їх специфічні особливості, наведемо визначення самого власне журналістського жанру. Отже, журналістський жанр це «усталений тип твору, який склався історично та відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури» [22, с. 21]. Кожен з існуючих жанрів відіграє дуже конкретну роль в системі ЗМІ та характеризується чіткою композиційною організацією матеріалу. Поділ на жанри в журналістиці є певною мірою умовним, оскільки дуже часто чіткі межі між тим чи іншим видом жанру розмивається, проте кожен жанр все ж демонструє ряд постійних та доволі стійких ознак. В системі радіомовлення конкретне призначення жанру визначає його місце, виступає в ролі його головної ознаки та формує його характерні риси.

С. Станчев називає сім таких основних елементів, які характеризують та визначають жанр журналістського твору: тема, характер опису фактів, якість та кількість (масштаб) суджень, якість та літературна форма матеріалу, спосіб вивчення матеріалу та характер спостережень, обсяг матеріалу, теоретичне охоплення [47, с. 55].

Професор В. Здоровега пропонує наступні критерії поділу творів журналістики на жанри: об'єкт відображення (в ролі якого виступає конкретний життєвий матеріал, що, власне, і лягає в основу твору); призначення матеріалу; масштаб узагальнення (охоплення дійсності); особливості літературно-стилістичних засобів втілення задуму [23, с. 33].

Такі дослідники, наприклад, як П. Мірошниченко [37], В. Лизанчук та О. Кузнєцова [34, с. 23], В. Куйбіда [32, с. 16], виокремлюють такі особливості жанрів радіожурналістики:

1. Акустичне відображення події, місця дії (звукова характеристика в межах журналістського опису);
2. Документальне усне мовлення (в межах особливостей різних жанрів);

3. Ілюзія участі (створювана за допомогою технічних засобів та журналістських прийомів, та здатна справити сильний психологічний вплив на аудиторію);

4. Психологічна напруга або емоційне звучання (що досягаються за допомогою інтонацій та прийомів усного мовлення, музичного оформлення та прийомів монтажу).

Саме ж власне поділення на радіожанри спирається на способи відображення дійсності, а саме:

- На повідомленні фактів (інформаційні, такі як: радіозвіт, радіоповідомлення, радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіоогляд преси та радіовиступ, інформаційна кореспонденція, інформаційне інтерв'ю, і, сучасний жанр – інформаційний подкаст);

- На інтерпретації фактів та подій (аналітичні, такі як: радіокоментар, радіокореспонденція, радіоогляд, радіорецензія, радіобесіда, аналітичний радіорепортаж, дискусія, аналітичне журналістське розслідування, аналітичне радіоінтерв'ю, і, сучасний жанр – аналітичний радіоподкаст);

- На художньо-публіцистичне розкриття події (явища, факту) (художньо-публіцистичні жанри, такі як: радіофейлетон, радіонарис, радіокомпозиція, радіодрама чи радіофільм, радіозамальовка, радіооповідання).

Також доречним є поділ жанрів за формою звучання: монологічні (як, наприклад, інформаційне радіоповідомлення, радіокоментарі, радіорепортаж та інші); діалогічні (радіобесіди, радіоінтерв'ю, радіодискусії); синтетичні (в яких використовуються різні або всі звукові засоби мовлення та аудіосупроводу).

Як становлення, так і функціонування системи жанрів радіожурналістики є складним історичним процесом, залежним від суспільних реалій та потреб, технічних інновацій та внутрішнього розвитку власне журналістики, в динаміці всіх цих компонентів.

Невпинний поступ сучасної медіасистеми стимулює постійний розвиток медіаканалів, у тому числі електронних. Науковці з різних країн нині розробляють стратегії розвитку ЗМІ на найближчі роки, утім досі не вироблено єдиного бачення подальших векторів їхнього розвитку. Подібна ситуація є прогнозованою, адже внутрішня кон'юнктура в кожній державі насичує інформаційний простір особливостями, урахування яких формує унікальне середовище для розвитку кожного з каналів медіа, та навіть вужче – кожної конкретної медіакомпанії.

Стандарт DAB+ – одна з найбільш популярних технологій цифрового радіомовлення у світі. В Україні його впровадження заплановано на 2017–2020 рр. Новітня можливість доступу до радіосигналу відрізнятиметься від традиційної вищою якістю звуку, відсутністю слабого сигналу, а також додатковими можливостями одночасного мовлення багатьох програм у реальному часі на тій самій частоті з паралельною передачею текстів, зображень та інших типів документів. За визначенням професора О. Гояна, «йдеться про сервісні послуги, що супроводжують інформацію. Наприклад, коли музичні програми супроводжують повідомлення про виконавців та авторів, появу на дисплеї цифрового приймача текстового контенту програми, фото та відеозображень виконавців тощо, цілком можна вважати сервісною (мультимедійною) подачею інформації. Вся ця інформація може бути записана в приймачі, і користувач, слухаючи радіо у фоновому режимі, може повернутися до неї тоді, коли є потреба» [2].

Утім, сьогодні в Україні радіомовлення знаходить свого слухача через аналогове, дротове радіомовлення, а також засобами супутникової та інтернет-трансляції. Відтак проблеми, з якими зіткнулося телебачення під час переходу на цифрове мовлення, демонструє багатогранність та складність процесу, що, залучаючи колосальні фінансові ресурси, не дає очікуваних результатів, а отже, і прибутків.

Для традиційного радіо одна з найбільш очевидних переваг інтернет-мовлення полягає в тому, що воно дозволяє радіостанціям

продовжувати свою діяльність в Мережі, після того як їм довелося через яку-небудь причину піти з офлайна. Це не вимагає великих витрат – як матеріальних, так і в організації робочого процесу.

Інтернет відкриває перед радіо нові мовні можливості. І це пов'язано не тільки з тим, що, втрачаючи частоту або ефірні години, станції можуть продовжити своє життя в Мережі. Більше простору дозволяє радіостанціям створювати онлайновий контент – той продукт, який транслюється виключно за допомогою Інтернету [3].

Таким шляхом пішли численні музично-розважальні станції. Складно це в першу чергу з тим, що для створення додаткового музичного контенту потрібно мінімум зусиль – на відміну від розмовного. Сайти та мобільні додатки сприяють розширенню контенту, який ЗМІ може запропонувати своєму слухачеві.

Наразі термінологія, пов'язана з подкастингом і його похідними, досить заплутана. Різні фахівці і ресурси наводять суперечливі визначення, чим ставлять у глухий кут рядових користувачів. За найпоширенішою версією, слово «подкастинг» походить від злиття двох слів: broadcasting («трансляція широкого мовлення») та iPod («торгова марка серії портативних мультимедійних програвачів компанії Apple»). Автором цього терміна прийняти вважати ведучого MTV Адама Керрі.

Як видно з етимології слова, про подкастинг можна говорити як про нову форму мовлення. Але незважаючи на це, не всі фахівці дотримуються такої думки. Так, наприклад, О. Білоус розглядає подкастинг як «формат радіомовлення в Інтернеті, що дозволяє завантажувати передачі по мережі Інтернет, слухати їх на комп'ютері» [3, с. 96].

Ми не можемо повністю погодитися з подібним визначенням. У класичному підручнику з радіожурналістики під редакцією професора А.А. Шереля під поняттям «формат» «маються на увазі перш за все основні принципи і параметри мовлення, тобто визначення концепції роботи радіостанції, орієнтованої на певну потенційну аудиторію, її можливості для

слухання та інформаційні та естетичні запити» [3, с. 97]. В нашому уявленні це не дозволяє говорити про подкастинг як про формат.

Нам здається найбільш точним визначення подкастингу, яке призводить Михайло Львов в журналі «Звукорежисер» за 2007 рік: «Подкастинг – це доставка контенту на портативні медіаплеєри за запитом користувача, який може прослухати отриманий контент, коли йому буде зручно <...> Одним з основних достоїнств технології є те, що слухач може підписатися на подкасти конкретної тематики. Це означає, що на його комп'ютер будуть завантажуватися тільки матеріали, що задовольняють критерію пошуку по темі». Якщо користувачеві цікава тема музики, то на його комп'ютер будуть надходити всі матеріали саме на цю тему» [3, с. 97].

Розшифруємо ще кілька понять, які необхідні будуть нам надалі. Подкаст-термінал – це сайт, який підтримує хостинг медіафайлів і автоматизує підписку на їх оновлення. Подкастом називається або окремий файл, або серія файлів, що публікуються на одному сайті. Подкастер – це людина, яка створює подкасти. Под-слухач – людина, що слухає подкасти (наразі цей термін практично не використовується). Подкаст-стрічка - група аудіофайлів, розміщена на сайті в хронологічному порядку.

Принцип поновлення подкастів аналогічний механізму появи нових записів в блозі, тому, розглядаючи технологію подкастингу, необхідно приділити увагу і блогосфері.

Блогом прийнято називати «мережевий журнал або щоденник подій в Інтернеті, що містить регулярно оновлювану інформацію особистого характеру, яку власник блогу (блогер) надає користувачам Мережі. Як правило, інформація в блозі розміщується в хронологічному порядку, допускається можливість залишення коментарів іншими користувачами» [54, с. 275].

На початку ХХІ століття виникло явище, яке можна вважати одним з важливих етапів розвитку подкастингу. Деякі блогери замість набору тексту почали записувати свої замітки (корисні думки, ідеї, інтерв'ю та лекції) в

аудіоформаті, а потім давали їх прослуховувати відвідувачам своїх блогів. Це надавало експресії їх записам і привносило якусь новизну в вже сформовану систему блогосфери. Зазвичай подібні записи робилися на найпростіші диктофони, в зв'язку з чим якість була низькою. Але, незважаючи ні на що, явище поширювалося. Блогерам хотілося не тільки писати, але і розповідати історії власним голосом. Помітивши це, ряд компаній запустив сайти, що дозволяють вести аудіоблоги.

Аудіоблоги – це ті ж інтернет-щоденники, тільки в форматі MP3. Їх основний зміст – голосові записи, які публікуються у відкритому для всіх доступі, до них також можна залишити коментар. Основним недоліком аудіоблогів було те, що читачам доводилося витратити багато часу для прослуховування записів. Потрібно було постійно перевіряти сайт на наявність нових аудіозаписів в цікавих блогах, завантажувати їх на комп'ютер і т.д. Виходив досить довгий ланцюжок дій [3].

Подкастинг – те саме, що і аудіоблог з тим лише застереженням, що під блогом зазвичай розуміється послідовність записів у вигляді звичайних веб-сторінок, а подкастинг завжди забезпечує автоматичну перевірку оновлень за допомогою технології RSS.

Як ми вже писали вище, прийнято вважати, що в 2004 році Адам Керрі придумав термін «подкастинг». Однак деякі джерела вважають автором терміну журналіста Бена Хеммерслі, який 12 лютого 2004 вперше вжив слово «подкастинг» в The Guardian, використавши його як синонім для аудіоблогінга або аматорського інтернет-радіо. У будь-якому випадку термін прижився.

Впровадження подкастингу не відбулося б без швидкого поширення файлів формату MP3 і MP3-плеєрів. MP3 дозволяє стискати аудіо в досить маленькі файли, які легко передаються через Інтернет і можуть бути збережені в портативних пристроях.

Ресурс, присвячений історії виникнення і розвитку подкастингу, називає плеєри двигунами революції нової технології: «Оскільки MP3-

плеєри поширилися, і на них стало можна зберігати досить багато інформації, слухачі, втомлені від старого змісту радіопередач, керованих великими корпораціями, почали шукати новий звуковий контент» [2].

Перевага подкастингу полягає в тому, що з його допомогою у рекламодавця з'являється можливість звернутися саме до своєї цільової аудиторії. Подкасти конкретної тематики спочатку спрямовані на нечисленних слухачів, вони не дозволяють звернутися до мільйонів слухачів, але при цьому дають можливість привернути увагу саме тих, хто може зацікавитися даною рекламою. Відсоток людей, які споживають ефірну продукцію за допомогою подкастингу, не так вже й великий, щоб турбуватися стосовно будь-якої суттєвої втрати трафіку.

Для налаштування трансляції програм на подкаст-термінал потрібно затратити мінімум зусиль, після чого завантаження контенту буде відбуватися автоматично. При цьому користувачі, які звикли споживати контент саме таким способом, будуть вдячні редакції за те, що їм не потрібно змінювати усталені звички. Можливо, що також хтось зможе дізнатися про радіостанцію або програму тільки завдяки тому, що вона представлена на подкаст-терміналі.

Якщо в другій половині 2000-х про подкастинг писали як про новий і перспективний напрямок, який може потіснити традиційну журналістику, то сьогодні в подібному ключі говорять виключно про блогосферу, яка виявилася більш зрозумілою, простою і оперативною. Раніше основною причиною слабого поширення подкастингу називали недостатнє проникнення Інтернету, але тепер, коли великі міста покриті високошвидкісним доступом, подкастинг так само залишається технологією для просунутих споживачів. Ймовірно, на сьогоднішній день подкастинг продовжує бути занадто складним для технічно не підкованих користувачів, яким не потрібні додаткові знання – вони хочуть отримувати інформацію максимально простим і звичним способом.

Подкастинг дозволяє користувачеві самому формувати своє власне радіо, вибирати, що і в який час він буде слухати. Однак, як ми вже писали вище, дана технологія виявилася досить складною для технічно не підкованих людей, більшість з яких завжди прагнуло до простоти в використовуваних ними сервісах [3].

Повсюдне поширення звуку в Інтернеті стало другим етапом розвитку радіомовлення в новому просторі. Тепер користувачі могли прочитати не тільки розшифровку програми або текстову новину, але і послухати аудіоверсію матеріалу. Таким чином, Інтернет перетворився в додатковий канал розповсюдження програм традиційного радіо, а у відвідувачів з'явився доступ до відкладеного прослуховування передач.

Інтернет відкриває перед радіо нові можливості: сприяє розширенню ефірного контенту і зони мовлення, дозволяє радіостанціям продовжувати свою діяльність, незважаючи на вимушений відхід з офлайна, а також змушує журналістів освоювати альтернативні способи доставки продукції до свого користувача.

Подкастинг дозволяє слухачам підписуватися на цікавий для них контент, автоматично приймати його на свої пристрої і споживати в найбільш зручний час. Нове явище набуло широкого поширення на Заході, проте в Україні подкастинг прижився тільки серед технічно підкованих користувачів. На нашу думку, спеціалізовані на подкастах портали більше нагадують вузькопрофільні співтовариства, і вже потім - новий спосіб транспортування журналістського контенту до кінцевого споживача. Незважаючи на відносно низьку популярність подкастингу в Україні, на сайтах радіостанцій продовжує зберігатися можливість підписки на цікаву для відвідувачів продукцію з допомогою RSS, і це особливо важливо для тих користувачів, які звикли споживати контент саме таким чином [3].

Сервіси, за допомогою яких слухач може сформувати свою власну радіостанцію, придбали високу популярність серед користувачів – в першу чергу через простоту у використанні. Пошук музики відповідно до

пристрастей конкретного користувача і генерація контенту всіх радіостанцій на одній платформі – функції, які стали доступні завдяки новому виду ресурсів.

Сучасні технології змінюють ставлення користувачів до радіо, і медіаменеджерам слід це розуміти. Незважаючи на те, що ряд сервісів забирає користувацький трафік у сайтів радіостанцій, вони пропонують користувачам альтернативний спосіб доставки контенту, який часто більш зручний, ніж офіційний.

1.2. Сучасні підходи до визначення й типології жанру інтерв'ю

Жанр інтерв'ю вважається одним з основних інформаційних та фундаментальним аналітичним жанром в журналістиці як такій та радіожурналістиці зокрема [2, 8, 11, 12, 17]. Він використовується у практиці масмедіа дуже активно, і як самостійна форма подання інформації, і в структурі інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних програм, і як метод збирання інформації.

Наразі існує велика кількість визначень інтерв'ю – і як жанру журналістики, і як методу збирання інформації. Дослідженням цієї теми займалось багато вчених та журналістів-практиків, як, наприклад, В. Здоровега, В. Качкан, І. Михайлин, М. Балаклицький та інші.

Визначення інтерв'ю наведене в «Словнику журналіста» в такому вигляді: «Інтерв'ю (англ. Interview – бесіда, зустріч) – інформаційний або аналітичний жанр, який передає розмову журналіста у вигляді запитань і відповідей із суспільно важливими, компетентними у визначених питаннях особами чи просто з цікавими особистостями» [46, с. 43]. Найбільш повне та розлоге визначення жанру, на нашу думку, дає О. Чекмишев: «Інтерв'ю – це інформаційний жанр, який покликаний передати позицію, погляд, ставлення, оцінку, коментар ключової особи з приводу події, ситуації, проблеми. Обсяг та хронометраж інтерв'ю, як правило, визначаються форматом періодичного друкованого видання» [53, с. 22]. Тут варто зазначити, що хоча формально

інтерв'ю більшістю дослідників визначається саме як інформаційний жанр (тому що воно належить до емпіричних методів дослідження), насправді воно може мати куди більш різноманітну форму втілення.

С. Шебеліст пропонує розглядати класифікації інтерв'ю в залежності від засобу масової інформації, тематичної спрямованості, особливостей спілкування, характеру та багатьох інших визначальних особливостей. Він наводить такі види інтерв'ю: інформаційне, аналітичне, портретне, проблемне, інтерв'ю-монолог, протокольне, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-анкету, критичне, інтерв'ю-сповідь, гумористичне, сатиричне [54]. В цьому списку деякі автори наводять також телеінтерв'ю та радіоінтерв'ю як окремі різновиди цього жанру [16]. Існують, звісно, і інші класифікації. Так, наприклад, В. Здоровега виділяв такі різновиди інтерв'ю як: діалог, монолог, звіт, анкета, полілог, замальовка, конференція та нарис [23, с. 67].

В будь-якому випадку, важливою жанровою рисою інтерв'ю є його діалогічний характер, що дозволяє відносити його до діалогічних жанрів, хоча іноді в контексті радіопрограми воно може отримати ознак синтетичного виду. Також специфіка інтерв'ю проявляє себе в тому, що подія (явище, факт або навіть їх суспільно-політичне значення) розкривається через повідомлення, думку спеціаліста або просто компетентного співрозмовника, людини, яка володіє інформацією. І тому отримання відомостей від «спеціаліста» або «очевидця» створює певне відчуття достовірності та реальності висвітлюваної теми чи проблеми [33].

У сучасній журналістиці прийнято чітко розділяти інтерв'ю як метод збору інформації та як форму її подачі. В межах радіожанрів це більшою мірою саме форма подачі інформації, навіть якщо мова йде про оперативно-інформувальний матеріал з місця події.

Н. Благовірна пропонує вирізняти чотири ключові аспекти будь-якого інтерв'ю:

1) більше – мова йде про те, щоб за допомогою інтерв'ю журналіст дізнався більше, аніж знає читач (глядач, слухач), та здатен повідомити щось нове, або альтернативний погляд на вже відоме;

2) визнання – цей аспект спрямований на те, у кого саме береться інтерв'ю, кого журналіст вважає достатньо обізнаним чи авторитетним в питанні, про яке йдеться, і чи обирає він тільки якихось «визначних» особистостей, чи також дає слово і звичайним пересічним людям. Цей аспект також стосується і того, як саме журналіст підготувався до інтерв'ю (в тому числі, і, що дуже актуально в наші часи – чи перевірів він кваліфікацію інтерв'юйованого та його право віщати на велику аудиторію);

3) довіра – інтерв'ю варто вважати певним актом взаємодовіри, де інтерв'юйований погоджується розкривати свою думку на публіку, а інтерв'юєр – правильно передати сенс розмови, не викривлюючи сенси та підтекст;

4) обережність – журналіст має усвідомлювати свою відповідальність, як морально-етичну, так і юридичну. Саме він вирішує у кого та на яку тему брати інтерв'ю, як подавати матеріал, яку остаточну форму він буде мати, в який час випущений в етер тощо [4].

Хоча будь-яке інтерв'ю за фактом має схожу основу та являє собою комунікативно-вербальний процес, його підвиди все ж будуть мати свої характерні властивості. Так, наприклад, в оперативно-інформативному інтерв'ю найголовнішими будуть точність та оперативність, у розважальній бесіді – незвичність та яскрава подача інформації, в аналітичному інтерв'ю – значущість та глибина суджень. Що, звісно, не виключає можливості того, що названі ознаки можуть проявляти себе в інших підвидах інтерв'ю.

Популярність інтерв'ю як жанру заснована на його авторитетності, змістовності, свіжості інформації, діалогічності спілкування журналіста та інтерв'юйованого, вільна будова та композиційна своєрідність матеріалів цього жанру.

Жанр інтерв'ю специфічний не тільки формою, але й структурою подачі матеріалу. Це не просто бесіда в форматі «питання-відповідь», як можна помилково вважати, судячи з формальної характеристики жанру. Насправді структура інтерв'ю демонструє набагато більш складну подачу матеріалу.

О. Журавська [22] пропонує розглядати структуру інтерв'ю таким чином:

1. Формування початкової стратегії. В цей розділ входить не тільки пошук теми, матеріалів до теми, підбір співрозмовника, але й орієнтація на рубрику, в межах якої повинен виходити матеріал, специфіку власне самого каналу ЗМІ та підбір відповідних технічних елементів оформлення та подачі матеріалу.

2. Репрезентативна частина інтерв'ю. Цей елемент об'єднує анонс, заголовок, номінація респондента (в заголовку), підводка до інтерв'ю, підбір ілюстративного матеріалу (якщо це друковане або телеінтерв'ю).

3. Зачин. Цей компонент вважається стратегічно важливим, та мати різний характер (підзаголовки, текстові врізки, передмова, авторський вступ тощо). Для газет, ютуб-каналів інтерв'юєрів та інтерв'ю як постійної рубрики на ТВ чи радіо часто формують концепт талого оформлення (наприклад, перед власне інтерв'ю інтерв'юєр презентує свого гостя, називаючи конкретні відомості або демонструючи якісь матеріали, які його чи її презентують). В якості зачину можуть розцінюватись такі «позатекстові» елементи оформлення, як винесені окремо цитати респондента (наприклад, на обкладинці відео-інтерв'ю на ютубі чи в описі до відео).

4. Саме власне інтерв'ю. Основний матеріал може мати стале оформлення або піддаватись інтуїтивному оформленню в процесі його проведення (наприклад, якщо інтерв'ююваний випадково повідомив щось сенсаційне, що для аудиторії буде цікавішим чи важливішим, аніж заявлена на початку тема розмови). Великі за обсягом матеріали прийнято поділяти – в тексті на логічні блоки з підзаголовками, на радіо чи телебаченні – на блоки з

поділом на рекламу чи музичні вставки, на ютубі – рекламні вставки або звернення ютубера з призовом підписатись чи задонатити на якусь ініціативу тощо. Поділ матеріалу на логічні блоки може відбуватись відповідно до логіки матеріалу (наприклад, автобіографічні довідки, вступна частина, основна частина, вставки з відомостями чи іконографікою чи відеоматеріалом, тощо), або відповідно до умов власне формату чи рубрики. Існують також варіанти стихійного оформлення та структурування, які покладаються на професійне чуття та досвід інтерв'юєра, що вмє відчувати час та динаміку розмови та корегувати її відповідно до об'єктивних показників в динаміці (наприклад, якщо респондент «поплив» чи навмисно відповідає розтягнуто і розмито, щоб затягти час чи змінити тему розмови), але такі приклади зазвичай винятки, аніж правило, та дуже сильно прив'язані до постаті власне журналіста.

Під час інтерв'ю журналіст може займати позицію модератора-слухача, активного модератора або рівноправного учасника розмови. Вибір форми спілкування сильно залежить від рубрики, типу інтерв'ю, постаті журналіста та постаті інтерв'ююваного.

В основній частині інтерв'ю мають бути присутніми: ключові теми, мотивації наміру, комунікативна мета та власне матеріал, всебічне ознайомлення з заявленою темою (або постаттю інтерв'ююваного), виявлення особистісного бачення респондента, і багато іншого.

5. Завершення або підсумок. В залежності від типу інтерв'ю може бути різним. Найпростіший варіант – повторення найважливішої думки всього матеріалу, дублювання імені та регалій респондента, нагадування назви рубрики (чи ютуб-каналу). Звісно, варіанти можуть бути різними. Багато що залежить від мети журналіста та завдання, яке мав би виконати створений матеріал.

Визначальним в проведенні будь-якого інтерв'ю є мистецтво розмови та мистецтво проведення власне інтерв'ю. Е. Фехтеліус в книзі «Десять

заповідей журналістики» наводить такі «смертні гріхи» журналіста-інтерв'юєра, як:

- 1) запитання з можливістю дати односкладні відповіді («ні» або «так»);
- 2) твердження замість запитань;
- 3) декілька запитань в одному;
- 4) запитання, що наводять на відповіді або підказують їх;
- 5) перевантажені запитання;
- 6) домисли та припущення у запитанні;
- 7) власні оцінки та суб'єктивні коментарі у запитанні;
- 8) занадто складні запитання або такі, що навмисно плутають респондента, є неоднозначними [30].

Відповідно до вищезазначених ознак та характерних особливостей, інтерв'ю може отримати вигляд: структурованого (послідовного, проведеного відповідно до сформульованих попередньо запитань); напівструктурованого (спілкування у вільній формі зі здатністю журналіста оперативно корегувати теми чи питання, реагувати на неочікувані відповіді); сфокусованого (спрямованого на отримання непередбачуваних відповідей або думок респондента) [12].

Домінуючою формою спілкування людей є діалог, який має велике значення в журналістиці. М. Халер пояснює це тим, що за допомогою діалогу «дійсність осмислюється з позиції реальної людини: проводиться (нехай і суб'єктивна) її структуризація, позначається набір певних ціннісних установок, що значно полегшує процес засвоєння інформації» [51]. Ознаки цієї форми комунікації найбільш повно вбирає в себе таке поняття, як «інтерв'ю».

І. Михайлин пропонує таке визначення: «Інтерв'ю – метод збирання інформації в журналістиці, сутність якого полягає у здобутті новин і повідомлень шляхом усного спілкування суб'єкта (журналіста) з об'єктом (політичним діячем, науковцем, митцем чи просто цікавим співрозмовником)» [38].

Метод інтерв'ю поширений у практиці міжособистісних комунікацій. Це один з видів діяльності, за допомогою якого здійснюється збір інформації журналістами [10].

Великий енциклопедичний словник пропонує таке визначення: «Інтерв'ю – метод публіцистики, бесіда журналіста з однією або декількома особами з яких-небудь актуальних питань» [15]. Однак можемо помітити, що в ньому немає конкретизації, жанрової характеристики як такої.

«Інтерв'ю – призначена для друку (або теле-, радіопередачі) бесіда з будь-якою особою» [10]. Це визначення дуже формальне і, знову ж таки, не роз'яснює особливостей інтерв'ю як методу.

«Інтерв'ю – жанр публікацій, в ході створення яких (при зборі матеріалу) був застосований метод інтерв'ю, що фіксує собою реальний процес інтерв'ювання або ж спеціально будується в питально-відповідній формі» [10]. Це формулювання досить двозначне, адже тут сказано про метод збору інформації, але, крім використання інтерв'ю як методу, поряд з ним можуть бути застосовані й інші, наприклад, метод спостереження.

Г. Кузнєцов пропонує таке визначення інтерв'ю: «Інтерв'ю (від англ. interview – буквально «зустріч», «бесіда») – жанр публіцистики, що являє собою розмову журналіста із соціально значущою особистістю з актуальних питань» [6]. С. Ільченко визначає інтерв'ю як вид журналістської творчості наступним чином: «Інтерв'ю – це цілісний акт комунікації, що передбачає діалогічне спілкування журналіста з респондентом в ситуації послідовного чергування запитань і відповідей з метою отримання інформації, думок або суджень, які становлять суспільний інтерес» [10].

Отже, можна стверджувати, що інтерв'ю – це публіцистичний жанр, що являє собою інформаційний текст, написаний з використанням інтерв'ю як методу в формі «запитання-відповідь». Метод інтерв'ю є основним у жанрі інтерв'ю, але не виключається використання й інших.

Інтерв'ю як жанр посідає особливе місце, тому що вимагає від журналіста особливої майстерності. Він виступає в якості посередника,

такого собі транслятора інформації між співрозмовником і аудиторією. При цьому кожне інтерв'ю журналіст проводить з певною метою. Відповідно до того, яку мету переслідує журналіст, М.Халер розрізняє такі види інтерв'ю:

1) інформаційне; 2) аналітичне; 3) портрет; 4) креативне [51].

За методом збирання інформації І. Михайлин пропонує розрізняти такі типи інтерв'ю: 1) на робочому місці; 2) вдома в об'єкта; 3) у редакції; 4) в інтер-ситуаціях; 5) по телефону; 6) за допомогою електронної пошти; 7) не для запису; 8) не для запису й використання [38].

1.3. Жанрова специфіка радіоінтерв'ю та форми його реалізації

Радіоінтерв'ю не дарма вважається самостійним жанром, і не тільки в межах безпосередньо радіомовлення. Воно відрізняється від інтерв'ю в друкованих ЗМІ, на телебаченні чи на таких майданчиках, як Ютуб (чи будь-які інші відповідні інтернет-платформи, включаючи стримінгові сервіси та сервіси записаних подкастів) тим, що в більшості випадків інтерв'ю відбувається саме у прямому ефірі. Звісно, радіо можуть створювати і записи, щоб видавати їх в ефір, але це зазвичай скоріше виняток, аніж правило. І хоча між радіоінтерв'ю в режимі реального часу і інтерв'ю на телебаченні є дещо спільне, це все одно різні види журналістської роботи, що відрізняються між собою цілою низкою характерних ознак та особливостей.

Отже, що означає радіоінтерв'ю? Радіоінтерв'ю – це жива розмова, активний живий діалог, який цілком може піти не за сценарієм та через це вимагає від журналіста дуже великої майстерності та серйозної підготовки, як в плані збору матеріалів по темі та щодо респондента, так і чисто в емоційному аспекті. Дуже важливо, щоб журналіст вмів не губитись при виникненні якихось несподіваних ситуацій, різкій зміні сценарію, з'яві неочікуваних або навіть сенсаційних заяв від інтерв'ююваного, неочікуваній зміні настрою респондента, технічних неполадках та багатьох інших моментів, які реально здатні сильно змінити первісний задум автора.

Радіоінтерв'ю специфічно тим, що воно передає живі голоси учасників бесіди, за допомогою інтонацій, підбору слів та темпоритму голосу яких вони мають передати те, чого слухачі не бачать (виразів облич, міміки, жестів). Воно більш емоційно та сприймається більш реалістично та правдоподібно, оскільки слухачі цілком розуміють – зIMITувати якусь реакцію чи, навпаки, видалити її (або якісь «невдалі» слова) можливо лише на записі, в режимі ж реального часу і журналіст і його інтерв'юваний максимально відкриті. «Грати на публіку» гість, звісно, може, але насправді навіть серед політиків та акторів (яких більш за все можна запідозрити в можливій нещирості) мало таких, хто здатен дотримуватись образу та не втрачати маски в режимі живого онлайн-спілкування, особливо якщо журналіст справді є активним учасником такої бесіди та здатний трішки збивати респондента з його заготовлених промов та відповідей.

Журналіст на радіоінтерв'ю виступає в ролі посередника між аудиторією та носієм інформації, але ніколи не пасивного. Від і модератор, і суддя, і «довірена особа» слухачів, які покладають саме на його плечі обов'язок «бачити» за них (ту ж мімічну реакцію співрозмовника, наприклад).

Радіоінтерв'ю – діалогічне. Журналіст в ньому є конструктором розмови, і від нього залежить те, наскільки респондент розкриється перед мікрофоном, чи буде він зажатим або, навпаки, щирим та розслабленим, як і що саме «побачать» глядачі, яка інформація залишиться «за кадром». Радіожурналіст виступає в ролі автора запитань, виконавця, організатора та часто ще й режисера передачі, не кажучи вже про обов'язок бути «очима» та «голосом» слухачів.

На думку В. Лизанчука, радіоінтерв'юєр повинен відповідати наступним вимогам: бути рівним та гідним партнером у бесіді; добре знати тему розмови та власне інтерв'юваного (чим більше він знає, тим змістовнішими та цікавішими будуть його питання, тим більше шансів, що він зможе розкрити якесь неочікуване та неочевидне питання, підловить

співрозмовника на брехні чи, навпаки, розкриє якийсь аспект, до якого не додумувались раніше інші інтерв'юєри); не забувати про завдання редакції та власне тему інтерв'ю (зрештою журналістський матеріал ніколи не створюється просто для того, щоб порозмовляти з цікавою людиною); мати добре поставлений голос, чітку вимову, мовну досвідченість та грамотність [33].

Кожна країна має власні характерні особливості радіоінтерв'ю. І якщо, наприклад, у Франції більш характерним є спілкування у режимі «питання – відповідь», то українська радіожурналістика тяжіє до дискусійності, експресивного та динамічного спілкування «на рівних». Часто постать інтерв'юєра є не менш важливою, аніж постать респондента. Акт проведення інтерв'ю на радіо не менш, а часто більш важливий, аніж підготовка до нього. Якщо газетний інтерв'юєр завжди може відредагувати чи уточнити матеріал, добрати інформації чи перепитати у респондента постфактум, то радіожурналіст має орієнтуватись на те, що відбувається тут і зараз, і оперувати лише тим матеріалом та тими інструментами, що він встиг підготувати чи якими володів на момент початку розмови.

Радіоінтерв'ю являє собою як самостійну форму журналістського матеріалу (передачу), так і складову частину інших форм, елементів інших жанрів (радіорепортажу чи радіонарису, наприклад). Звісно, це також накладає на нього певні обмеження або надає йому характерних особливостей. В якості включення радіоінтерв'ю зрідка затягується більше 10 хвилин, та є дуже гострим, динамічним та чітким, тоді як довгі студійні розмови можуть тривати до години-півтори та будуватись за зовсім іншою драматургією (з чітким поділом на вступ – зачин – розвиток – кульмінацію – епілог), і, відповідно, іншим підходом журналіста до його втілення.

Наразі існують різні класифікації радіоінтерв'ю. Звісно в наш час присутні також змішані, синтетичні форми, та трансформовані відповідно до намірів і особи інтерв'юєра. Відповідно до виду та форми інтерв'ю розрізняється і його хронометраж, особливості проведення і оформлення,

кількість запрошених респондентів та навіть методи підготовки. Радіожурналіст має враховувати багато аспектів. Готувати питання, вміти їх ставити, орієнтуватись по ходу розмови, враховувати стан та відкритість співрозмовника, розуміння його мови та термінології, врахування мовлення співрозмовника (темпоритму, чіткості вимови, необхідності давати час на роздум), його здатності до імпровізації та реакції на неї. Важливим є вміння встановити психологічний контакт зі співрозмовником, що також враховує і такі моменти, як підбір зручного місця та часу проведення інтерв'ю, моральної попередньої підготовки респондента (особливо якщо для нього таке вперше).

Звичайно ж, самопрезентація героя не може відбуватися без модератора інтерв'ю, тобто журналіста. Для того щоб інтерв'ю відбулося (а для цього потрібно, щоб була досягнута його мета), інтерв'юєру необхідно ґрунтовно підготуватися. Початковий етап передбачає роботу з інформаційними джерелами: інтернет-ресурсами, базами даних, книгами, фото- і відеоматеріалами тощо. Це необхідно для того, щоб заочно познайомитися з героєм і проаналізувати його взаємодію з іншими журналістами, щоб не повторювати банальних запитань, а дозволити аудиторії дізнатися щось ексклюзивне. При цьому журналісту корисно звертати увагу на знакові події з життя свого персонажа, зосереджуватися на деталях й індивідуальних особливостях співрозмовника. Домігшись високого рівня обізнаності, можна показати свою зацікавленість і тим самим увійти в довіру. На це впливає система запитань, яку формує журналіст.

І. Михайлин виділяє загальні правила інтерв'ю. Згідно з думкою дослідника, журналісту «слід знати, про що саме він хоче довідатися, виокремити головне чи групу головних запитань, здійснити чітке цілепокладання й неухильно рухатися до нього в процесі розмови» [38].

Говорячи про драматургію інтерв'ю, яка будується за схемою «запитання – відповідь», варто відзначити, що саме продумана система запитань і повнота відповідей визначають успіх комунікації. Щоб домогтися

певних відповідей, С. Ільченко пропонує журналістові дотримуватися одного з трьох принципів послідовності запитань:

- 1) хронологічний (інтерв'ю будується на основі подій, які розвиваються з плином часу);
- 2) логічний (співрозмовники розмовляють про проблеми, конфліктні ситуації і суспільно значущі події);
- 3) імпровізаційний (у центрі перебуває особистість співрозмовника) [7].

Третій стратегічний принцип організації запитань якраз підходить для проведення портретного інтерв'ю, коли журналіст намагається дослідити характер, розглядаючи психологічні особливості й емоційні установки співрозмовника, тим самим розкриваючи його індивідуальність.

У першу чергу, запитання, які ставить журналіст співрозмовнику, поділяються на відкриті і закриті. Це традиційна класифікація, запропонована Р. Каппоном [27]. Зазвичай слід ставити відкриті запитання, оскільки саме вони спонукають співрозмовника відповідати найбільш докладно.

Крім того, Р. Каппон поділяє запитання за функціями, які вони виконують в інтерв'ю. Залежно від цього запитання можуть бути предметні, керівні та поведінкові. Предметні запитання мають на меті отримання інформації. Водночас вони можуть бути фактизувальними (про реальні події), оцінними (про ставлення інтерв'юйованого до чого-небудь або кого-небудь), інтроспекційними (про почуття героя), проектними (про можливу поведінку людини в тій чи іншій ситуації) та гіпотетичними (про можливі події та умови їх розвитку) [27].

Повернувшись до керівних питань, відзначимо, що з їхньою допомогою можна спрямувати діалог. Для початку необхідний зачин, тобто запитання, яке розпочне інтерв'ю. Потім для продовження розмови потрібен своєрідний «місток», який допоможе створити ефект її безперервності – це перехідне запитання. Далі для керування інтерв'ю існують стверджувальні запитання, які являють собою прохання розповідати далі, а також когнітивні (оцінка своєї ж попередньої відповіді) і поведінкові (спрямовані на провокування

дій). Останні стають журналісту в пригоді для того, щоб маніпулювати співрозмовником і ввести його в стан саморефлексії для подальшого розвитку розмови [21].

Вибір запитань впливає на динаміку інтерв'ю. Не завжди інтерв'ю вдається провести послідовно, тому рух у ньому може відбуватися в чотирьох напрямках, згідно з Р. Каппоном, уперед, вбік, назад і «буксувати» на місці.

Рух уперед дозволяє просуватися від теми до теми поступово, однак при цьому нерідко трапляється так, що поставлені запитання виявляються опрацьованими. Такі переходи не дозволяють зупинитися на якомусь одному запитанні і більш детально його обговорити. У результаті особистість героя розкривається перед аудиторією не повно, а лише схематично. Це головний недолік такого руху в інтерв'ю, коли журналіст вибирає максимальне охоплення інформації, а не деталі, що дозволяють створити повноцінний образ співрозмовника.

Коли між героєм і журналістом трапляється непорозуміння, останній може попросити співрозмовника повернутися до питання і роз'яснити його. У такому випадку відбувається рух назад, коли інтерв'ю повертається на вихідну точку, однак тут також є своя проблема. Людині необхідний час, щоб знову звернутися до питання і подумати над його осмисленням [27].

Перемикання на іншу тему в розмові – це «рух убік». У цьому випадку розмова починає розвиватися в зовсім несподіваному напрямі, коли з'являється будь-який цікавий факт, а журналістові дуже важливо за нього вчепитися. Однак при цьому важливо повернутися знову до теми, від якої довелося піти, але це залежить від умінь і компетенції модератора розмови, тобто професійного рівня журналіста-ведучого.

У ситуації, коли журналіст у будь-який спосіб хоче отримати певну інформацію, змушуючи відповісти героя на потрібне запитання, а останній всіляко ухиляється, відбувається «буксування на місці». Таке затягнуте обговорення не дає інтерв'ю рухатися далі, тобто переходити до наступних запитань.

Крім системи запитань, інтерв'юер може виявити раніше не відомі риси характеру, суспільного та приватного життя, переваг і смаків інтерв'юйованого за допомогою певних засобів [9].

Одним із прийомів розкриття співрозмовника є незгода з його позицією. Журналістові необхідно робити це наполегливо, щоб змусити інтерв'юйованого наводити все більше аргументів, тим самим найбільш повно давати відповіді.

Усі згадані вище стилі спілкування й тактики побудови запитань залежать від характеру особистості запрошеного гостя, тому варто зазначити, що одним з головних завдань, яке стоїть перед журналістом, є точний вибір свого співрозмовника. На це впливатиме, в першу чергу, аудиторний фактор, а саме – цільова аудиторія. Журналіст повинен враховувати її потреби, щоб випуск з тим чи іншим героєм максимально зацікавив реципієнта.

Хронологічно історія інтерв'ю сягає часів, коли використовувався його потенціал як жанру журналістських розслідувань. Поширення інтерв'ю як журналістського жанру пов'язане з розширенням ролі друкованих ЗМІ під час Громадянської війни в США (1861-1862) [29].

У Європі журналістська практика інтерв'ю активізувалася переважно на початку 20 століття, особливо після Першої світової війни. Однак, незважаючи на інтерес пересічних громадян до аналізованого жанру, у буржуазному суспільстві значення інтерв'ю вважалося спірним через надмірне втручання в особисте життя громадських діячів. Вперше переваги спецслужби оцінила лише політична еліта, яка для перемоги у виборчій кампанії почала надавати ЗМІ «потрібну» інформацію, не чекаючи, поки журналісти знайдуть факти, які могли б спростувати. Розкриваючи все більше особистої інформації про себе, респонденти таким чином допомагали розвідці стерти межу між приватним і публічним, що характерно для сучасних зразків цього жанру [30].

Отже, в інтерв'ю відбувається перехід від простої інформації до появи суб'єктивності та аналітичних ознак. Це виражається у відході від

трактування інтерв'ю виключно як інформаційного жанру та розуміння його як аналітичного чи інформаційно-аналітичного жанру, в якому стратегії інформування та висловлення власної точки зору приблизно збалансовані.

Проте інтерв'ю – це не лише жанр, а й засіб спілкування та соціокультурний феномен, платформа для реалізації комунікативних функцій мови. Потенціал та «особлива сила переконання» в інтерв'ю дозволили широко використовувати жанр у багатьох журналістських дослідженнях, що призвело до великої кількості класифікацій. Основою такої різноманітності є існування різних критеріїв, що лежать в основі існуючих таксономій.

Залежно від виду досліджуваного матеріалу розрізняють інформаційні інтерв'ю, спрямовані на отримання інформації (інформаційні інтерв'ю) та особисті інтерв'ю. Інформаційне інтерв'ю фокусується безпосередньо на інформації, ім'я респондента взагалі не можна називати, оскільки воно не є особливо цікавим, класична структура «питання-відповідь» у цих інтерв'ю зазвичай не зберігається. Такі інтерв'ю є скоріше засобом збору матеріалів, а перетворення зібраної інформації в письмову форму часто набуває форми інших жанрів, ніж інтерв'ю (статті, есе) [11].

Другий тип інтерв'ю виражає особистість, яку опитують. Предметом даного типу інтерв'ю є розкриття поглядів і уподобань, секретів професійного та особистого життя респондента, що надає цьому типу більш високого ступеня суб'єктивності. За ступенем конкретизації отриманої від респондента інформації розрізняють інтерв'ю-судження, інтерв'ю-інформацію, інтерв'ю-емоції та інтерв'ю-соціологічне дослідження [21].

Отже, радіожурналістика демонструє власну специфіку, характерні особливості якої тим чи іншим чином впливають на її жанрове різноманіття та їх втілення. Навіть більш-менш сталий жанр інтерв'ю, властивий всім каналам ЗМІ, на радіо отримує зовсім інший вигляд і форму, вимагає від журналіста іншої підготовленості, як професійної та технічної, так і психологічної.

Радіоінтерв'ю може мати різні втілення та форми проведення, але головною його особливістю є діалогічність, динамічність, специфічні форми впливу на слухача.

Висновки до розділу 1

Радіожурналістика демонструє власну специфіку, характерні особливості якої тим чи іншим чином впливають на її жанрове різноманіття та її втілення. Навіть більш-менш сталий жанр інтерв'ю, властивий всім каналам ЗМІ, на радіо отримує зовсім інший вигляд і форму, вимагає від журналіста іншої підготовленості, як професійної та технічної, так і психологічної.

Ознаки діалогічної форми людської комунікації найбільш повно вбирає в себе таке поняття, як «інтерв'ю». Відзначимо, що зазначений термін включає в себе значення не тільки жанру, а й методу. Оскільки отримання інформації за допомогою інтерв'ю не завжди потім стає повноцінним текстом в цьому жанрі, варто розмежовувати ці поняття. Метод інтерв'ю поширений у практиці міжособистісних комунікацій. Це один з видів діяльності, за допомогою якого здійснюється збір інформації журналістами.

Радіоінтерв'ю може мати різні втілення та форми проведення, але головною його особливістю є діалогічність, динамічність, специфічні форми впливу на слухача.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІЙНІСТЬ СУЧАСНОГО РАДІОІНТЕРВ'Ю В ЕФІРІ «РАДІО СВОБОДА»

2.1. Жанрова типологія інтерв'ю в мовленні «Радіо Свобода»

Радіо «Свобода» (служба Радіо Вільна Європа) – це незалежна медіакорпорація, фінансована Конгресом США (за допомогою грантів, що надає Американське агентство глобальних медіа, USAGM), яка керується законодавством США та поширює інформацію на територіях 20 країн Південно-Східної та Східної Європи, Центральної Азії, Кавказу та Близького сходу. На території України з 1954 року діє українська редакція Радіо Свобода, яка дотримується як американського, так і українського законодавства, світових норм професіоналізму та професійної етики журналістів. Це медіа дуже високого рівня, яке користується всіма набутками західного світу та найсучаснішими технологіями, створює контент для різних медіаканалів та майданчиків (власне радіо, телебачення, сайт, ютуб-канал, соціальні мережі, тощо) та власне презентує дуже прогресивний тип ЗМІ з яскраво втіленою конвергентністю (тобто злиттям різних за своєю природою засобів масової інформації, різних жанрів та методів трансляції інформації). Також радіо володіє власним мобільним застосунком, безкоштовним і вільним для завантаження для різних пристроїв та гаджетів.

На радіо «Свобода» жанр інтерв'ю використовується дуже активно, у самостійному та синтетичному варіантах втілення – як в плані «чистоти жанру» (або змішання його з іншими), так і в плані існування як окремого журналістського продукту, так і лише одного з конструктів подачі інформації.

Об'єктом аналізу стали подкасти «Вдома не всі» (архівний, за авторством Артура Корнієнка), «Свої серед своїх» (інтерв'юєрка – Наталя Патрикеева), ті випуски «Історичної Свободи», які містять в собі інтерв'ю у будь-яких його втіленнях (програма за авторством Дмитра Шурхало), а також онлайн-трансляції радіопередачі «Радіо Донбас. Реалії» (ведучий Денис Тимошенко).

В чистому, класичному вигляді жанр радіоінтерв'ю мав би бути представлений в рубриці «Суботнє інтерв'ю». Однак наразі ані на сайті, ані в додатку доступу до матеріалів цієї рубрики немає.

Аналогом цієї рубрики наразі є інша, інтерв'ю-подкаст за назвою «Свої серед своїх», присвячений людям, які захищають Україну (військових, ТРО, госпітальєрів, військових медиків та інших). Інтерв'юеркою є журналістка Наталія Патрікеєва, журналіст, репортер, переможець стипендіальної програми Радіо Свобода Regional Reporting Fellowship (2017р.). Заявлені теми: побут військових, мотивація, ставлення до волонтерів та цивільних, питання інтеграції ветеранів, проходження служби та інші. Частота виходу – раз на тиждень (конкретний день не зафіксований), прослухати можна на сайті, на частоті радіо, в мобільному додатку, на платформах Google, Apple або Spotify. На момент цього дослідження існує 9 епізодів подкасту і трейлер. Перший матеріал вийшов 6 березня 2023 року (трейлер презентовано 23 лютого 2023р.), останній – 1 травня 2023 року. Всі дев'ять запрошених гостей різні, і представляють різні сфери: снайперка, аеророзвідник, десантник, прикордонник, військова фінансистка, хірург та військовий лікар, військовий, госпітальєрка, морпіх.

Саме ця рубрика (це втілення жанру інтерв'ю) стане одним з головних об'єктів нашого дослідження, оскільки максимально презентує саме радіоінтерв'ю (тобто виконане в аудіальному форматі без додаткового текстового або візуального супроводу).

Схожою за принципом є більш стара рубрика «Вдома не всі». Це авторський подкаст Радіо Свобода «про сумні та радісні дороги українських заробітчани», в якому автор планував розібратись, «як пандемія коронавірусу вплинула на мільйони українських робітників за кордоном, які проблеми для них залишаються актуальними вже багато років, та як їх можна вирішити» [8]. Серед головних героїв подкасту мали бути самі заробітчани, активісти та експерти. Автором та ведучим був Артур Корнієнко, отримувач стипендії імені Вацлава Гавела від Радіо Вільна Європа (Радіо Свобода). Подкаст був

створений у 2021 році, та проіснував лише 4 випуски: від 20 травня (за назвою «Без прав і захисту на роботі в Чехії»), від 3 червня (за назвою «Самозахист трудових прав в Чехії»), від 24 червня (під назвою «Казка про українських емігрантів»), та фінальний від 29 липня 2021 року (під назвою «Напівлегальні українці Польщі»). Наразі, на жаль, подкаст вважається архівним проєктом, але залишається доступним для прослуховування, а тому здатний бути проаналізованим в межах цього дослідження. Офіційно заявлено, що проєкт лише призупинено, і ці перші 4 випуски складають перший сезон, однак інформація про можливе продовження відсутня як на офіційних джерелах Радіо, так і на сторінках особистих соціальних мереж автора.

Саме радіоінтерв'ю в їх класичному розумінні наявні також в контексті рубрик дійсного подкасту «Історична свобода» та новинної радіопрограми «Радіо Донбас. Реалії». Іноді це інтерв'ю, яке займає весь або більшу частину журналістського матеріалу, як, наприклад, у випуску «Історична свобода» від 8 квітня 2023 року під назвою «Генерал Скіпальський про історію спецслужб України і специфіку їхніх взаємин із спецслужбами Росії» [26], в якій запрошений гість є інтерв'юйованим та одночасно співведучим програми. В ролі цього гостя виступає генерал Олександр Скіпальський, один з перших керівників української військової розвідки, один з керівників СБУ, ветеран спецслужб, що доволі чітко вказує на рівень експертності запрошених гостей та якість підготовки журналіста, його авторитетність та визнаність серед експертів такого рівня. А іноді інтерв'ю є лише частиною більш складного матеріалу, наприклад, журналістського розслідування або інформаційного репортажу з місця подій, що є доволі актуальним форматом саме для «Радіо Донбас. Реалії».

Тут варто окремо зазначити, що подкаст «Історична Свобода» є тематичним, спрямованим на розкриття фактів з української історії, побудованим на основі аналітичного підходу, тому і інтерв'ю тут теж аналітичне (іноді монологове, але частіше виконане у класичному стилі).

Ведучим програми є Дмитро Шурхало, журналіст із яскраво вираженим авторським стилем, який користується багатьма класичними прийомами створення та оформлення радіоінтерв'ю, тому для аналізу були також взяті деякі матеріали з цього подкасту (ті, в яких є запрошений гість, з яким, власне, і проводиться інтерв'ю).

В радіопрограмі «Радіо. Донбас. Реалії» також присутні елементи інтерв'ю (запрошені гості, експерти), але це рідко інтерв'ю в чистому вигляді, скоріше або коментар експерта, або інформаційно-репортажне інтерв'ю, або елемент інформаційного випуску підсумкової новинної програми (де гість дає дуже лаконічні відповіді – експертні коментарі, є репортажні включення зі свідками з місця подій), рідше – монологове аналітичне інтерв'ю з приводу якоїсь конкретної події або актуального явища дійсності (як, наприклад, інтерв'ю прес-офіцера 112ї бригади тероборони ЗСУ Андрія Ковальова у випуску «На скільки вистачить Росії на Донбасі, «секретна місія» Папи Римського» від 2 травня 2023 р.).

Про сам проєкт на сайті вказано наступне: «Донбас. Реалії – проєкт для Донбасу та про Донбас по обидва боки лінії розмежування. З 2015 року ми створюємо та добуваємо унікальний контент – ексклюзиви з окупованих міст і лінії фронту, відео й фото, мультимедійні репортажі, розслідування, радіо та телепрограми» [40], але наша увага, звісно, буде зорієнтована лише на радіо (аудіальний) контент.

Радіо Свобода також пропонує інші варіанти репрезентації жанру інтерв'ю. Вони існують у відео форматі (представлені на телеканалі Радіо Свободи та на Ютуб-каналі youtube.com/@RadioSvobodaUkraine) і у форматі тексту, на сайті radiosvoboda.org. Найбільшу кількість інтерв'ю, оформлених в текстовому варіанті, знаходимо в рубриці «Ти як?», присвяченій українцям, які постраждали від нинішньої війни з росією та змушені були покинути свій дім та навіть територію України. Переважно це великі інтерв'ю-монологи з елементами нарису, що супроводжуються медіа матеріалами (перш за все фотографіями) [50]. Перше інтерв'ю, доступне для перегляду, датоване 14

січня 2023 року, останнє (на момент написання цього дослідження) – 29 квітня 2023 року, всього 34 матеріали. Частота виходу в середньому складає раз або два рази на тиждень, що є доволі показовим для оцінки якості журналістського підходу, оскільки всі матеріали об'ємні, гарно пропрацьовані, цікаві, актуальні, та супроводжуються великою кількістю додаткового матеріалу та медіа контенту.

Сама редакція про цю рубрику пише наступне: «новий проєкт Радіо Свобода «Ти як?» розповідатиме історії вимушених емігрантів і має на меті тісний зв'язок з аудиторією». Метою проєкту є висвітлення історій переселенців, їх проблем, історії їх успіхів. Керівницею проєкту є Катерина Лихогляд – журналістка, документаліста, стипендіатка премії імені Вацлава Гавела, в минулому авторка в командах журналістського розслідування. Насправді ці матеріали могли б слугувати доволі цікавим матеріалом для журналістського та наукового дослідження, але вони - принаймні поки що - існують лише у текстовому вигляді, а тому не можуть класифікуватись безпосередньо як радіоінтерв'ю, тому і випадають за межі обраних нами джерел аналізу. Не менш цікавими для дослідження могли б стати і матеріали рубрики «Схеми», якби вони були подані також в режимі радіопрограми.

Отже, фактично, Радіо Свобода пропонує такі типи жанру інтерв'ю:

1. Класичне радіоінтерв'ю (інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-нарис, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю з елементами бесіди, аналітичне інтерв'ю, художнє інтерв'ю), присутнє у подкастах «Вдома не всі», «Свої серед своїх», «Історична Свобода», «Радіо Донбас. Реалії»;
2. Радіоінтерв'ю як частина більш складного матеріалу, інформаційного або аналітичного (репортажне інтерв'ю, інтерв'ю-коментар, інтерв'ю зі свідком подій, інтерв'ю полілог, інтерв'ю-замальовка), присутні у подкастах «Історична Свобода» та «Вдома не всі», в програмі «Радіо Донбас. Реалії»;
3. Газетне класичне інтерв'ю (інформаційне інтерв'ю, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-нарис, інтерв'ю з елементами бесіди, аналітичне

інтерв'ю, художнє інтерв'ю) - найбільшу кількість таких інтерв'ю знаходимо в рубриці «Ти як?»;

4. Газетне інтерв'ю як частина більш складного матеріалу, інформаційного або аналітичного (репортажне інтерв'ю, інтерв'ю-коментар, інтерв'ю зі свідком подій, інтерв'ю полілог, інтерв'ю-замальовка), присутні у новинних та аналітичних публікаціях на сайті;

5. Класичне телеінтерв'ю (інтерв'ю-монолог, інформаційне інтерв'ю, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю з елементами бесіди, аналітичне інтерв'ю) та телеінтерв'ю як частина більш складного матеріалу, які зустрічаються в журналістських матеріалах як на телеканалі, так і на каналі в Ютуб.

2.2. Структура інтерв'ю на «Радіо Свобода»

У сучасному медіапросторі є досить популярними проекти, провідною складовою яких є інтерв'ю. Зазначений формат має неабияку популярність в усіх засобах масової комунікації. Здійснимо короткий огляд представленості жанру інтерв'ю у просторі сучасних медіа.

У сучасному українському телевізійному просторі поступово з'являються аналоги таких проектів. Так, слід згадати про цілу низку телешоу, побудованих на діалозі між ведучим та гостем. Зокрема, до таких програм належить проект «Гордон». Співрозмовниками Дмитра Гордона стають відомі політики, громадські й культурні діячі.

Схожий принцип добору учасників застосовувався й в іншій програмі – «HardTalk» з Наташею Влащенко. Проте, якщо в проекті «Гордон» переважає дружня тональність, то, наприклад, у низці програм Романа Скрипіна на каналі «Еспreso» та Яніни Соколової на «П'ятому» - брутальна позиція ведучого, спрямована на викриття тих фактів біографії гостей, які вони самі не воліли б розголошувати. Як приклад використання такої стратегії можна

згадати відомі інтерв'ю Скрипіна з дуєтом «Анна-Марія», а також розмову Соколової з Анастасією Приходько.

Проте в умовах зростання медійної конвергенції дедалі більше оприявнюється тенденція, згідно з якою провідний масив інформаційно-розважальної продукції поступово переміщується до інтернету, а саме до соціальних мереж [9]. Для сучасного споживача медій більш цікавим стає не сам новинний чи розважальний контент, а можливість самому взяти участь якщо не в його творенні, то бодай у його обговоренні в режимі онлайн. До того ж, у основної частини шанувальників цього формату – молоді – часто є власні герої, які не завжди «вписуються» в телевізійну форматність – репери, блогери, громадські діячі [11]. Тому фокус інтересу аудиторії надійно зміщено у бік соціальних сервісів, де контент може оновлюватися просто протягом прямого ефіру: так, наприклад, ведучий під час інтерв'ю ставить співрозмовникові запитання, надіслані в коментарях під відео чи трансляцією глядачами.

Окрім того, в Інтернет-просторі над творцем медіаконтенту практично не тяжіють цензурні обмеження, що значно розширює межі «форматності». Так, зокрема, інтерв'ю у виконанні одного з провідних генераторів контенту у вітчизняному медіапросторі – автора влогу «Антиподи» Сергія Іванова вирізняються активними апеляціями до «заборонених тем» і вживанням ненормативної лексики, що «офіційний» медіадискурс навряд чи пропустив би до ефіру. Подібним постає проект, де відомі коміки-стендапери Влад Капиця, Єгор Романенко та Андрій Щегель зустрічаються зі своїми зірковими друзями та «без купюр» обговорюють актуальні питання із життя шоу-бізу.

На українських теренах набирає обертів аналогічний проект зіркових інтерв'ю «Зе Інтерв'юер» під орудою відомого віджея Олександра Анатоліча. Один із провідних параметрів привабливості таких проектів – їхня умовна незаангажованість і вміння вивести співрозмовника із зони комфорту за допомогою «незручних» запитань. Популярність же медійного продукту визначається досить легко завдяки лічильнику «лайків» та «дизлайків» на

відеохостингу «Youtube», що став провідною платформою для їх оприлюднення. Таким чином споживачі можуть впливати на «товар», своєю реакцією демонструючи, яким він має бути, аби їм сподобатися.

Проте, незважаючи на популярність згаданих вище медіапроектів, усі вони, на нашу думку, мають суттєвий недолік. Полягає він у тому, що героями сучасних інтерв'ю-шоу стають переважно персони, що мають якщо не зірковий, то наближений до нього статус. Це політичні, культурні діячі, спортсмени, письменники й режисери – тобто люди, які відомі пересічному глядачеві. Водночас українському медіапростору бракує інтерв'ю-проекту, що відображав би життя звичайної людини, досягнення якої не настільки великі, аби потрапляти на обкладинку глянцевого часопису, проте й не настільки незначні, аби лишатися поза увагою соціуму без шансів привернути бодай якийсь інтерес.

Звісно, всі наведені правила та характеристики є більш загальними, і в кожному каналу ЗМІ інтерв'ю набуває власної специфіки, властивої тільки йому (відповідно до особливостей самого каналу та його технічних можливостей). Тож в межах цього дослідження буде доцільним розглянути особливості саме радіоінтерв'ю.

Із метою характеристики структури радіоінтерв'ю на «Радіо Свобода» розглянемо програму «Вдома не всі» від 02.04.2023. Автором випуску є Артур Корнієнко. Цей випуск присвячений відомій телеведучій, журналістці й авторці «ТСН» та низки інших програм на телеканалі «1+1» Марічці Падалко. Аналізований матеріал вийшов у межах спеціального проекту, метою якого є популяризація явища домашнього читання, коли дорослі озвучують зміст книжок своїм дітям [8].

У цьому радіоінтерв'ю Артур Корнієнко та Марічка Падалко вирішили сфокусувати свою увагу на книжках, що розповідають про життя видатних жінок. На думку Марічки Падалко, діти повинні знати про таких жінок, адже вони зробили свій унесок заради зміни життя людства на краще, відтак, ознайомлення із їх біографіями є корисним способом проведення часу дітьми,

які таким чином ще й можуть віднайти спільні зацікавлення із батьками. Журналістка актуалізує важливість останнього чинника, адже спільне проведення часу, на її думку, є важливим компонентом по-справжньому щасливої родини.

Сам проект реалізований за підтримки книжкового видавництва ІРІО, що здійснює видання біографій знаменитостей, адаптованих саме для дитячого читання. Автори проекту ставлять на меті популяризувати домашнє читання, а своєрідними амбасадорами цього проекту стають відомі українці, що є батьками, відтак, цілком можуть реалізувати концепцію спільного із дітьми читання й читання дітям як такого в домашніх практичних умовах.

Марічка Падалко пропонує для розгляду біографію французької модельєрки, ікони стилю й успішної підприємщиці – Коко Шанель. Телеведуча відзначає, що історія успіху великої Коко є корисною для дітей, адже спонукає діяти за покликом серця й не просто вірити у власні мрії, а наважуватися й діяти, аби їх реалізувати.

Артур Корнієнко структурує бесіду з Марічкою Падалко за кількома тематичними блоками. Така структура загалом є характерною для всіх матеріалів зазначеного проекту, адже дозволяє систематизувати потік наданої інформації.

Так, розмова із Марічкою Падалко розпочинається із питання: «Як Ви стали читачкою?» У цьому блоці популярна журналістка відзначає, що любов до читання була успадкована нею від бабусь та дідусів, які спершу активно читали онуці вголос, а потім розпочали навчання читання. Падалко відзначає, що перші успіхи, пов'язані із можливістю складання слів із літер, та, відповідно, із умінням читати, викликали в неї справжній захват, який вона не може забути й досі.

У своїй розповіді про дитинство Марічка Падалко залучає до викладу й окремі родинні історії. Так, зокрема, вона згадує про те, як на хвилі захоплення читанням вирішила навчати свою двоюрідну сестру, про встановлену винагороду за успішно прочитані слова на кубиках, про

покарання за небажання навчатися тощо. Стосовно останнього відома телеведуча зізнається, що їй за це й досі соромно.

Такі щирі зізнання, залучення історій із життя, сприяє зменшенню відстані між телезіркою та читачами журналістського матеріалу, даючи останнім зрозуміти, що телеведуча, яку знає вся країна, колись теж була звичайною маленькою дівчинкою, наділеною власними вподобаннями, і цього аж ніяк не слід соромитися, адже життя кожної людини складається із подібних кумедних чи сумних історій. Окрім цього, слід зауважити, що використання подібного матеріалу авторкою статті налаштовує реципієнтів на успішне засвоєння досвіду відомої людини, адже дає зрозуміти, що нічого складного в запропонованих нею кроках немає, все залежить виключно від прагнення людини досягти мети. Тим більше, далі Марічка Падалко зауважує, що її «наука» виявилася дієвою, і двоюрідна сестра, яку вона так наполегливо привчала до читання в дитинстві, наразі сама навчає дітей, працюючи у сфері освіти.

Також слід відзначити, що наприкінці аналізованого тематичного блоку Марічка Падалко актуалізує одну із ключових проблем, які покликаний висвітлити зазначений журналістський матеріал. Відома телеведуча зауважує, що раніше ставлення до читання було зовсім інакшим, адже воно було однією з небагатьох доступних тодішнім дітям розваг. Натомість, зараз книжка відчутно програє конкуренцію гаджетам та іншим новітнім технологіям. Констатація цих невтішних фактів відомою телеведучою виглядає важливою, адже артикулює дуже важливу проблему сучасності – занепад інтересу до читання. Журналісту Артуру Корнієнку вдалося вдало підвести зіркову співрозмовницю до цієї констатації, адже будь-яка проблема має значно більше шансів бути вирішеною, коли про неї говорять відомі люди, що користуються заслуженою повагою в суспільстві.

Наступний тематичний блок інтерв'ю містить розлогу відповідь Марічки Падалко на питання: «Як ми читаємо з дітьми?». Тут відома телеведуча постає вже в ролі багатодітної мами, яка має ті самі проблеми, що

й численні мами, які прочитають це інтерв'ю. Відтак, поради від успішної жінки та мами можуть і мають стати їм у нагоді.

Артур Корнієнко дізнається в Марічки Падалко, якою була перша книжка, прочитана нею для дітей, якими критеріями керувалася Падалко, коли обирала цю та наступні книжки для дитячого читання. Зіркова мама розповідає про свій досвід читання «Абетки» для дітей, рекомендує для домашнього читання із малечею таку книжку, як «Читайлик», автором якої є Василь Федієнко. Вона відзначає, що вдома в неї всі навчилися читати самостійно, і правильний вибір книжок був важливим підґрунтям для цього.

Марічка Падалко зауважує, що для того, аби інтерес дітей для книжок не згасав і не поступався інтересові до гаджетів, він потребує постійної підтримки з боку батьків. І якщо перший чинник, що пов'язаний із цікавістю самої книжки для дітей, безперечно, є важливим, то незамінним, на думку Марічки Падалко, фактором є приклад, що його самі батьки подають своїй дитині – адже якщо дитина бачить, що та сама мама, що годину тому читала їй уголос книжку, зараз заглиблена в телефон, то жодні вмовляння й педагогічні спроби привчити дитину до читання та прищепити їй любов до цього процесу будуть невдалими, адже батьки самі порушують ті принципи, які встановлюють, натомість, діти є вкрай чутливими до лицемірства і брехні. Тому відома телеведуча радить самим батькам пропагувати на власному прикладі любов до читання, адже саме їхній приклад є найважливішою спонукою для дитини.

У завершальній частині інтерв'ю Марічка Падалко обґрунтовує необхідність використання історій видатних людей у прищепленні дітям любові до читання. Перш за все, читання має бути корисним для дитини. На прикладі біографії відомої французької модельєрки та культурної діячки Коко Шанель відома телеведуча пояснює важливість рольових моделей у формуванні особистості людини, що має відбуватися вже змалечку.

Вона відзначає, що початково в дитини може утворюватися хибне уявлення про те, що всі великі й визначні люди, про яких пишуть у книжках,

були такими від народження. Проте важливо дати дитині усвідомити, що це аж ніяк не відповідає істині, і життя всіх цих дорослих, успішних та знаменитих «дядь і тьоть» починалося із того, що вони також колись були дітьми, що переживали своє дитинство так само, як зараз переживає його та чи інша дитина. Разом із тим, вони мали мрію, якої, зрештою, досягли, прийшовши до успіху. І саме на це потрібно орієнтувати дитину, аби вона не боялася ризикувати та йти до омріяного, а не просто пливти за течією.

Марічка Падалко підкреслює, що історія життя й успіху Коко Шанель сповнена важливими настановами, що навчають дитину не боятися труднощів та експериментів. Так, подеколи саме звучання назви бренду «Шанель» звучить недосяжно, проте після прочитання книги дитина знатиме, що насправді авторка знаного аромату виховувалася в притулках, пережила злидні, а для того, щоб розробити революційний аромат парфумів, їй довелося ризикувати, адже тоді всі парфуми, орієнтовані на жіночу аудиторію, мали у своєму складі лише один компонент. Проте знаменита Коко ризикнула, і стала легендою зі світовою славою.

Найважливішим концептом і думкою біографічної книжки Коко Шанель, на думку Марічки Падалко, є постійне наголошення того факту, що знаменита модельєрка є класичним героєм реального світу. Вона не походила зі шляхетної чи заможної родини, не була принцесою чи королевою від народження, проте «зробила себе самотужки». У цьому їй допомогла низка важливих якостей, представлених сміливістю, працелюбством, підприємливістю тощо. Коко не була наділена надприродними здібностями, проте її ім'я стало відомим і знаним у світі. Завдяки її прикладу дитина може досягнути розуміння того, що джерелом усіх справжніх див є праця звичайних людей, відтак, кожна людина спроможна створити диво власноруч.

Отже, журналістський матеріал Артура Корнієнка, присвячений Маріцці Падалко, дозволяє читачеві розкрити відому тележурналістку й телеведучу в новому й незнайомому для більшості вимірі – як звичайну, проте успішну жінку, багатодітну маму, що так само переймається

проблемами, пов'язаними із правильним вихованням дітей. Окрім того, Марічка Падалко в цьому матеріалі постає ще й мудрою порадицею, що залюбки ділиться своїм досвідом материнства, водночас прагнучи дати читачам матеріалу зрозуміти: в усіх людей на світі стартові умови для успіху є однаковими, відтак, все залежить виключно від нас самих.

2.3. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій учасників інтерв'ю на «Радіо Свобода»

За підсумком аналізу чотирьох обраних програм було виявлено три типи журналістських стратегій та тактик проведення інтерв'ю.

До першого типу ми віднесли ведучих Артура Корнієнко («Вдома не всі») та Наталію Патрикєєву («Свої серед своїх»). Обидва журналісти не тільки ведуть схожі за суттю та формою тематичні подкасти, але й сходяться в тому, що є фактично студентами або вчорашніми студентами, тому в їх поведінці зчитується певна невпевненість в собі, обережність та дуже велика особиста емпатія до обраних героїв. В спільні аспекти можна також занести наступні моменти: мовні особливості, виражені правильною літературною мовою, достатньо простою для розуміння, позбавленою жаргонізмів та складних термінів; мінімальна участь в корегуванні бесіди з інтерв'юйованими, позиція уважного слухача (переважно пасивного); намагання дотримуватись стриманої та врівноваженої позиції і періодичне скатування до очевидної симпатії щодо інтерв'юйованих та їх життєвих ситуацій.

Існує, звісно, і певна різниця. В своєму проєкті Артур Корнієнко використовує різні піджанри інтерв'ю (полілоги, монологи, нариси, діалоги, бесіди, студійні та польові інтерв'ю), а також робить на них різний акцент. Найчастіше за допомогою інтерв'ю ведучий та автор подкасту намагається розкрити не персонажа, а певну ситуацію та явище, тому у переважній більшості його випусків інтерв'юйованих багато, а форма інтерв'ю з ними різниться відповідно до сюжетного завдання – в певні моменти це може бути

довгий та детальний особистісний монолог, потім – скупий та влучний коментар експерта, потім дуже короткі вставки полілогів з декількома героями одночасно, потім – діалогічне інтерв'ю з першим персонажем (саме така форма у чистому її вигляді присутня, наприклад, у випуску «Без прав і захисту на роботі в Чехії» від 20 травня 2021р.). Також автор може побудувати всю історію на основі інтерв'ю (монологічного, нарисового) з одним персонажем, з рідкими вставками – коментарями інших героїв (як, наприклад, у випуску «Казка про українських емігрантів» від 24 червня 2021 р.). Він також допускає варіант, при якому про головного персонажа історії розповідають інші інтерв'юйовані, а вставки з головним героєм використовуються рідше, зате в дуже драматичні моменти (як, наприклад, у випуску «Напівлегальні українці Польщі» від 29 липня 2021 р.). І треба відзначити, що цей підхід є дуже доречним та максимально вдало розкриває тему і персонажів, активно залучає слухача до емоційної співучасті.

Обидва журналісти, Корнієнко і Патрикєєва, вдало обрали найбільш актуальні та болісні для українського суспільства теми – теми емігрантів у 2021р. та учасників бойових дій у 2022-2023р. І, до речі, не можна не зазначити того, що наразі тема змушених емігрантів та переселенців знов стає саме такою (болісною й актуальною), тож є певні підстави сподіватись на вихід 2 сезону подкасту «Вдома не всі».

У подкасті «Вдома не всі» використовуються всі перераховані підвиди інтерв'ю, які записувались і в студії, і в польових умовах. Присутня дуже значуща художня складова (велика кількість вставок з музикою, супровідним фоновим шумом, технічними аудіоефектами тощо). Журналіст виконує роль оповідача і закадрового голосу. Він дуже вдало користується художніми прийомами, наприклад, зображує для слухача особу інтерв'юйованого (словами, як, наприклад «дуже худа жінка тридцяти років з темними колами під очима» - в програмі «Без прав і захисту на роботі в Чехії» від 20 травня 2021р., або фоновим шумом – нервовими кроками в порожній кімнаті, дзвоном посуду та шумом води з крану), місце подій, ситуацію. Йому справді

вдається створити цілий радіоспектакль з дуже яскравою репрезентацією всього, що відбувається в кадрі. Артур Корнієнко дуже вміло апелює до емоцій слухача, підсилює драматизм, створює аудіальні акценти, наслідує драматургію оповідання цілісної історії. Фактично роль журналіста можна описати як «оповідач» та «гід для слухача», його посередник з дійовими особами журналістського матеріалу. Саме тому стає справді шкода, що подкаст наразі знаходиться «на паузі» після завершення першого сезону, оскільки стипендію на його продовження виділено не було.

З іншої сторони маємо подкаст Наталі Патрикєєвої «Свої серед своїх». Це чисто студійне інтерв'ю, що відбувається під запис, лише з одним гостем, тому воно використовує набагато менше прийомів сторітелінгу та технічного оформлення. Фактично інтерв'ю має вигляд або бесіди, або монологу з невеликим втручанням журналіста, та супроводжується лише дотриманням стандартної структури проведення та оформлення (початок у вигляді декількох найбільш вдалих цитат з інтерв'ю, вступний трек, презентація програми, ведучої та гостя, власне інтерв'ю, завершення, завершувальний трек, анонс наступного випуску). І хоча журналістку можна похвалити за те, що вона має певний хист до апеляції до емоцій читача (як, наприклад, виокремлення для зав'язки на початку програми таких цитат гостей, як: «Закривали чорні мішки, де вони лежать, і розумієш, ну, герої помирають» в програмі «Герої помирають, я бачила їхні тіла» від 24 квітня 2023 р.), в цілому дуже гостро відчувається невпевненість в собі і недостатня досвідченість Наталі Патрикєєвої. Деякі її питання викликають підозру, що журналістка не дуже гарно підготувалась до інтерв'ю (як, наприклад, питання про дитинство героя, його батьків, коли це не відноситься безпосередньо до теми розмови). Іноді відчувається, що гості не лише більш активні, а власне володіють розмовою та свідомо модерують і спрямовують її туди, куди потрібно їм, і інтерв'юєрка охоче їм піддається, бо відчуває себе не рівним учасником інтерв'ю, а піддається впливу чужого авторитету. Час від часу це дещо збиває для слухача той ефект (емоційний, драматичний,

акцентуаційний), якого можна було б досягти з більш професійним інтерв'юєром. Фактично роль журналістки тут можна описати так: інструмент для транслявання гостем інформацій та своїх думок на аудиторію.

Зовсім інакше виглядають два других проєкти та інтерв'юєра.

Автор та ведучий подкасту «Історична Свобода» Дмитро Шурхало явно є представником гільдії дуже досвідчених та впевнених в собі журналістів. Він повно володіє темою, яка розкривається в кожній з його програм, завжди точно знає, що саме питати у інтерв'юйованого – і в контексті максимального використання потенціалу самого гостя, і з позиції того, що має бути більш цікавим для широкої аудиторії слухачів. Він веде активний діалог, а його інтерв'ю має дуже багато ознак діалогу на рівних або бесіди, в якій він - впевнений модератор, що коректно і разом із тим твердо спрямовує гостя в потрібному напрямку, не дає йому відходити від теми або вдаватись в непотрібні деталі (цього, до речі, трішки не вистачає Денису Тимошенко, і дуже не вистачає Наталі Патрикєєвій). У журналіста є визнаваний авторський стиль та чітка позиція, якої він дотримується в кожному випуску, не залежно від того, чи співпадає ця позиція з позицією гостя чи ні (хоча він дуже вміло запобігає будь-яких конфронтацій чи конфліктів на цьому ґрунті). Журналіст помітно сконцентрований саме на слухачах, тому в динаміці не забуває уточнювати чи пояснювати аудиторії певні важливі або складні моменти, які необхідні для розуміння теми обговорення, уникаючи при цьому інформаційного перенавантаження, зайвих відомостей або констатації очевидних фактів. Позиція Дмитра Шурхала доволі явно показує, що він з повагою відноситься до експертів та гостей своєї студії і вважає свою аудиторію доволі освіченою і розумною – при прослуховуванні програм не виникає враження, що до тебе відносяться так, ніби ти прийшов вже з наявним необхідним для розуміння багажем знань, або що ти знаходишся поза контекстом, навіть якщо тема тобі незнайома. І хоча тон і журналіста, і його гостей зазвичай більш стриманий та сухий, позбавлений оцінної

лексики, негативної чи позитивної конотації, сама обрана тема та формат подачі матеріалу, побудованого так, щоб давати матеріал для самостійних роздумів, а не готові висновки, апелює не тільки до розуму, але й до емоцій слухачів. На користь цьому йде грамотний сторітелінг, який враховує правильну розстановку акцентів та розстановку темпоритму історії відповідно до психологічних особливостей аудіального сприйняття складної інформації, та чітко виражений підбір фактів.

В фокусі уваги – тема, хоча постать гостя також може відігравати роль, коли, наприклад, факти з його особистої біографії ширше розкривають питання, як, наприклад, у випуску «Генерал Скіпальський про історію спецслужб України і специфіку їхніх взаємин із спецслужбами Росії», де гостем був генерал Олександр Скіпальський, один з перших керівників української військової розвідки, один з керівників СБУ, ветеран спецслужб (від 8 квітня 2023 р.).

При спілкуванні з гостями Дмитро Шурхало використовує весь спектр інструментів інтерв'юера: відриті та закриті питання, уточнювальні питання, пропонування фактів, які потребують підтвердження чи спростування, перефразування думок та складних висловлювань інтерв'ююваних, тощо.

Запис студійний, гарної якості, з мінімальним додатковим супроводом (музикою чи шумами), з якісним постпродакшном (обробкою звуку, використанням вставок для початку та завершення програми, оформленням випуску на канал – якщо у всіх трьох інших проєктів є лише єдина стандартна заставка, то «Історична Свобода» підбирає тематичний фрейм під кожен свій випуск). Мова журналіста чітка, зрозуміла, з чіткою артикуляцією, грамотним підбором слів, на гармонічній межі між розмовною та літературною, з ухилом на наукопоп. Іноді він прискорює темпоритм – наприклад, коли вставляє власні коментарі в монологове мовлення гостя, але це в більшості випадків виглядає гармонійно.

І, нарешті, переходимо до останньої програми: «Радіо Донбас. Реалії» з ведучим Денисом Тимошенко. Це єдиний проєкт, який ведеться в режимі

реальної трансляції (хоча записи ведуться і доступні на платформі), тому маємо найбільш показовий приклад радіоінтерв'ю «тут і зараз».

Денисом Тимошенко також є досвідченим і професійним журналістом, який розбирається в темі і вміє подати її так, щоб показати і власне серйозне ставлення та особистісну залученість, і залучити власне слухача. При чому він дотримується етичних та професійних стандартів, утримуючись від саркастичних, критичних чи емоційно офарбованих висловлювань, дотримуючись позиції незаангажованого та відстороненого спостерігача. Він уважно слухає кожного інтерв'юйованого та дуже оперативно реагує на гострі чи неоднозначні моменти, не забуває про присутність аудиторії, яка може бути не в темі або, навпаки, бажає дізнатись більше подробиць. У нього також присутнє чітке розуміння того, що можна, а що не бажано розкривати на широку аудиторію (з позиції воєнної цензури) і вчасно реагує, коли інтерв'юйовані наближаються до небезпечної межі з приводу цього. Журналіст виступає професійним модератором та демонструє повагу до думки гостей, навіть якщо з нею не згоден. Як вже було зазначено вище, іноді йому не вистачає певної жорсткості, як у Дмитра Шурхала – наприклад, у випуску від 04 травня 2023 р. «Пригожин вважає, що ЗСУ пішли в атаку; навіщо путін міг вдарити по Кремлю» у розмові з політологинею Олесею Яхно журналіст декілька разів коректно натякав експертці, що вона не дуже правильно зрозуміла суть питання і навіть перефразував його, але зрештою просто дозволив їй договорити те, що вона хотіла сказати. Ситуація повторилась і коли ведучий попросив гостю закруглятись, оскільки час передачі добігав кінця, але все ж дозволив їй договорити, хоч і зрештою це привело до того, що сам він змушений був прискорити темп мовлення наприкінці програми.

Гостей у випуску може бути декілька, як правило, всі вони висвітлюють різні теми. В інформаційні та репортажні інтерв'ю журналіст майже не втручається (максимум – уточнює), в аналітичних може приймати більш активну участь, надаючи інтерв'ю певних ознак бесіди, як, наприклад, у

передачі від 1 травня 2023р. «ЗСУ пішли в контратаку в Бахмуті, вибухи в Севастополі та Брянську», де він спілкувався – з гостем, військовим експертом, директором New Geopolitics Research Network Михайло Самусем.

Оскільки за тематикою програма тяжіє до інформаційних і дещо рідше аналітичних матеріалів, використання художніх прийомів відсутнє. Є як студійні, так і польові варіанти інтерв'ю, використовуються і заздалегідь записані матеріали (як правило, репортажні з гарячих точок фронту). На жаль нам не вдалось натрапити на приклад журналістського інтерв'ю, однак можна зробити конкретні висновки з тих матеріалів, що були прослухані – а саме, що програму «Радіо Донбас. Реалії» створює команда професіоналів, які точно орієнтуються в нормах та рекомендаціях щодо здійснення журналістських обов'язків, оформлення матеріалів відповідно до меж жанру (втім, присутні також і змішані, синтетичні жанри).

На жаль, не можна виокремити багато спільних рис, що б поєднували всіх чотирьох обраних інтерв'юєрів, виокремити спільні характерні комунікативні стратегії та мовні особливості інтерв'юєрів на «Радіо Свобода». Втім, можна зазначити, що в цілому вони демонструють непоганий професіоналізм, розуміють специфіку жанру радіоінтерв'ю та користуються його перевагами та характерними особливостями, презентують за його допомогою свої проєкти відповідно до їх жанрового та тематичного спрямування. Всі журналісти, в тому числі російськомовні, мають чітку проукраїнську позицію, дотримуються не тільки обов'язкових, але й рекомендованих норм професійної поведінки (наприклад, як ті, що прописані у «Відкритому листі до медіа професіоналів, які висвітлюють вторгнення Росії в Україну» від українських медіаорганізацій, репортерів, фотографів, медіаменеджерів та фахівців з комунікацій [6]), що теж варто вважати показником журналістського професіоналізму та наявності спільної для всіх працівників Радіо Свобода стратегії та принципіальної позиції.

Активно використовуються можливості радіоінтерв'ю в авторському подкасті «Свої серед своїх». У цьому подкасті для «Радіо Свобода» Наталя

Патрікеєва розповідає історії людей, які захищають Україну у складі сил оборони, та говорить з ними про побут і мотивацію, волонтерів і цивільних, про ставлення до життя у відносно мирних містах та інтеграцію ветеранів, захват і розчарування під час та після служби.

Авторський колектив подкасту використовує максимально наближений до популярного ток-шоу формат. Для зазначеного подкасту властива суттєва двозначність у трактуванні проблем сімейних цінностей та виховання.

Цікавим є підхід авторів програми до запрошених гостей студії. Вони постають своєрідними експертами у тій чи іншій проблематиці, якій присвячено конкретний випуск подкасту «Свої серед своїх». Зв'язок із гостями ведеться як безпосередньо у студії, так і за допомогою телефонної комунікації.

Кожному співрозмовникові ведучої властива певна компетентність, у межах якої він висловлює свої думки з того чи іншого приводу. Витримуючи концепцію програми, Н. Патрікеєва запрошує до радіоефіру виключно військовослужбовців, переважно середнього віку, які найбільше підходять на роль стереотипного «батька» або є батьками неповнолітніх або дорослих дітей.

Тематичні слоти заповнюються фахівцями у певних галузях. Так, про можливу шкоду щеплень та неприпустимість знаходження хворих дітей у школі розмова ведеться з міністром охорони здоров'я В. Ляшком. Про питання ювенальної юстиції, зокрема, припустимість чи неприпустимість ситуації, коли дитина скаржиться на дорослих, ведуча вирішила поспілкуватися з адвокатом та правознавцем, ветераном війни Масі Найємом.

Проблемі виховання лідерських якостей у дитині була присвячена розмова із відомим політиком та військовослужбовцем Єгором Фірсовим. Дискусійна тема бойового виховання доньок стала актуальною у розмові з Ігорем Смешком.

Викликає інтерес та формулювання тем кожної програми. Вони завжди є певною мірою провокаційними – «Брехати – не можна?», «Чи треба

допомагати дітям робити домашнє завдання?», «Чи потрібно виховувати у дітях лідерські якості?». Зазначимо наявність у назвах програм знаку питання. Авторкою програми таке ставлення до питань пунктуації пояснюється бажанням залишити публіці та слухачам простір для роздумів, не забарвлювати тональність обговорення однозначністю.

Також це мотивується бажанням підвищити інтерес до програми, використовувати провокаційні методики, оскільки в деяких випадках наявність знака питання в назві може спровокувати народне обурення через очевидну розбіжність наведеної в назві сентенції та ідеологічних світоглядів більшості споживачів телепродукту. Прикладом у цьому випадку може бути формулювання теми програми «Брехати – не можна?», відсутність знаку питання в якій створила б ілюзію того, що зазначена думка є дискусійною для творців подкасту «Свої серед своїх».

Особистість ведучої займає в подкасті «Свої серед своїх» центральне місце. Вона виконує контактну-встановлюючу, іміджеву функцію, задає загальний тон розмові. Вибір мовних засобів усіма учасниками подкасту багато в чому мотивується ведучою

Ведуча Наталія Патрікеєва під час програми поєднує дві тенденції: тенденцію до стандартизації та тенденцію до експресивності. Так, наприклад, незмінними є композиція програми, вітання ведучої на початку програми, озвучення її теми, проте авторкою подкаста активно використовуються засоби інтимізації спілкування для створення обстановки довірчості у розмові.

Ключовою психологічною установкою подкасту «Свої серед своїх» є досягнення такого ефекту, за якого стосунки між учасниками були б доброзичливими, кооперативними, проте при цьому існувало протистояння між певними ідеями, що обговорювалися. Для того, щоб втілити цю стратегію в життя, Наталею Патрікеєвою використовується набір виключно непрямих методів, наприклад, відсутність наголошення на власному комунікативному лідерстві. Вона прагне запобігти виникненню відкритого протистояння між учасниками дискусії, перш за все, не допустити цькування

більш вразливого з опонентів. Для цього у подкасті «Свої серед своїх» досить частим є використання тактики солідаризації, спрямованої на те, щоб продемонструвати близькість, спільність, співпереживання комунікативному партнеру.

До випадків використання цієї комунікативної тактики належать всі ситуації об'єднання оратора з носієм певних ідей з урахуванням схвалення висловлених їм думок і думок. Окрім цього, з тією ж метою відбувається використання тактик вираження згоди, поділення думки комунікативного партнера.

У цих ситуаціях створюється Ми-спільність, значно інтимізується атмосфера комунікації, скорочується комунікативна та фізична дистанція. Так, наприклад, у розмові з військовиком і поетом Павлом Вишебабою Наталя Патрікеєва використовує таке звертання до співрозмовника: «Перш ніж ми закінчимо програму, Паш, усі втечуть допомагати онукам – так переконливо все це розповідаєш».

Ще однією досить поширеною тактикою є тактика, пов'язана із підвищенням статусу партнера з комунікації. З нею дуже тісно пов'язане вираження зацікавленості тим, що говорить комунікативний партнер, щире бажання запропонувати розвинути тему, в якій комунікативний партнер є експертом, похвалити його, зробити комплімент.

У програмі зазвичай є два тони і два голоси для вираження наявного діалогу. Перший тон належить Наталі Патрікеєвій, яка у спокійній манері веде розмову. Авторські коментарі та виступи витримані в оповідній інтонації.

Розглядаючи героїв програми, бачимо в кожного свій ритм, особливості лексики. Розглядаючи образний акцент, ми визначили, що сюжетне, знакове та інтонаційне фокусування подано у другій частині програми. Знаковий фокус, заснований на позатекстових зв'язках, виникає лише на рівні мовлення: суперечки, дискусії героїв із ведучою, що сприяє поглибленню змісту. Особливо у місці зіткнення поглядів ми спостерігаємо різкість та

роздратування одного з героїв, який не просто говорить, а переходить на крик. Тут очевидна залежність між структурним рівнем фокусу і реалістичною функцією, яку він виконує.

У структурі тексту ми бачимо вдосталь інтонацій, які чути в дикторському представленні автора, в авторському вступі, в розповідях героїв, гостей, у системі слів і словосполучень, що закликають до уважного слухання. Виділяючи чинники інтонаційного фокусу, ми виявили принцип організації інтересу слухачів, яких радіоінтерв'ю закликає до розуміння, збуджує асоціації.

Втім, у розкритті самої ідеї ведучою програми докладаються значні зусилля щодо представлення її в дискурсі контрасту, демонстрації різноманітних її граней, зіставлення різних поглядів та думок, щоб не втратити важливих думок і спровокувати інтерес до теми обговорення.

Тематику програми формують актуальні та частково провокаційні теми. Так, у ній обговорюється допустимість непотрібності виховання лідерських якостей у дитині, виконання домашнього завдання, можливостей жінки самостійно виховувати дітей. Можна стверджувати, що це певна поп-версія погляду на проблеми, що існують у сімейному житті країни, представлена в доступному для звичайної людини форматі.

Втім, «висока» спрямованість програми мотивується як питаннями, що обираються для обговорення, так і рівнем гостей, серед яких переважають інтелектуали. Структура подкасту «Свої серед своїх» побудована у форматі та за канонами популярного ток-шоу, що стає помітним щодо включення учасників шоу, наявності необхідного драматизму та контрастів між висловлюваннями, кліпового формату нарізки «голосу народу», наявності обов'язкових невимушених жартів.

Подкаст «Свої серед своїх» має риси лібералізму та відкритості, що проявляється, зокрема, у манері поведінки ведучої. Н. Патрікеева зберігає підкреслену неофіційність під час спілкування з гостями студії. Така подача

матеріалу імпонує слухачеві, який відчувається причетним до розбору проблем сімейного виховання на високому рівні.

Втім, ця тенденція поєднана з оцінкою культурного продукту як за умов звичайного, розважального знання, так і за умов професійної, експертної оцінки. Так, наприклад, в обговоренні доцільності виконання домашніх завдань разом з дитиною були представлені як професійні педагогічні думки, так і думки простих людей, які не мають відповідної освіти, щоб давати коментарі, які претендують на думку в останній інстанції.

Таким чином, для подкасту «Свої серед своїх» на «Радіо Свобода» характерною є як наявність елементів просвітницько-розвивального характеру, так і характеристик, які притаманні дискурсу сімейного шоу, покликані провокувати інтерес глядачів до проекту.

Подкаст «Свої серед своїх» має широку тематику, цілі, драматургію, тривалість, характер героїв та аудиторії. Кожен із випусків подкасту «Свої серед своїх» заснований на живому спілкуванні людей, що відбувається у кадрі. Зазначене спілкування є тим самим способом взаємодії, що заважає героям замкнутися в собі, що змушує їх до слухання, суперечки, доведення своєї точки зору, згоди або незгоди з певних питань, відстоювання своєї точки зору, уникнення відповіді або розкриття всіх своїх таємниць.

Дискусія в радіоефірі покликана поставити людину в наближене до реальних умов становище. Такий формат дискусії дозволяє ведучій подкасту «Свої серед своїх» уникнути творчих невдач, пов'язаних із зарозумілістю, манірністю, надмірною дидактичністю, млявістю, які є дуже характерними для «монологічних жанрів». Діалог не дає фальшу проникнути у творчий продукт, сприяє виникненню належного відгуку у радіослухачів і, отже, необхідного взаємозв'язку між авторським колективом радіопередач та їх споживачем.

Висновки до розділу 2

Аналіз комунікативних стратегій та мовних особливостей інтерв'юєрів на «Радіо Свобода», здійснений на прикладі матеріалів чотирьох різних проєктів дозволив виявити чотири різних підходи до створення радіоінтерв'ю. Саме ж радіоінтерв'ю присутнє у всіх проєктах у найрізноманітніших втіленнях – а саме у вигляді: класичного радіоінтерв'ю (інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-нарис, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю з елементами бесіди, аналітичне інтерв'ю, художнє інтерв'ю), та радіоінтерв'ю як частини більш складного матеріалу, інформаційного або аналітичного (репортажне інтерв'ю, інтерв'ю-коментар, інтерв'ю зі свідком подій, інтерв'ю полілог, інтерв'ю-замальовка).

Оскільки різними є підходи журналістів, зміст та сутність всіх чотирьох проєктів, слід зауважити, що в цілому інтерв'юєри «Радіо Свобода» демонструють професіоналізм, розуміють специфіку жанру радіоінтерв'ю та користуються його перевагами та характерними особливостями, презентують за його допомогою свої проєкти відповідно до їх жанрового та тематичного спрямування; дотримуються рекомендацій та норм професійної та етичної журналістської діяльності; мають проукраїнську позицію; дотримуються офіційної та спільної для всіх працівників Радіо Свобода стратегії та принципової позиції.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Радіоінтерв'ю, хоч і виглядає з боку як повсякденна бесіда, насправді є штучно створеною ситуацією спілкування. Тому в низці випадків інтерв'юєру буває важливо усунути всі можливі бар'єри, які зумовлені неприродністю ситуації та перешкоджають встановленню контакту зі співрозмовником.

Основне завдання журналіста в процесі радіоінтерв'ю – контроль над змістом та перебігом розмови, який ведеться у трьох напрямках: контроль над повнотою отриманої інформації та здійснення конкретизації, контроль над релевантністю одержуваної інформації, контроль над появою помилок та протиріч у словах інтерв'юйованого. У зв'язку з цим уміння уважно слухати співрозмовника, висока швидкість реакції – принципово важливі для радіоінтерв'юєра навички. Крім того, аудіальна природа радіо вимагає від співробітника безперервної роботи над мовленням, його акустичними та змістовними характеристиками.

Формат інтерв'ю є найбільш характерним для програм інформаційно-аналітичної радіостанції «Радіо Свобода» – одного з найбільших та найвпливовіших медіа у світі. Спілкування з гостями у прямому ефірі, інтерактивна взаємодія з аудиторією та оперативне висвітлення найважливіших подій у країні та світі – головні складові індивідуального стилю «Радіо Свобода».

Щоденна робота в ролі інтерв'юєра на радіостанції «Радіо Свобода» вимагає від журналіста універсальності. Ведення суспільно-політичних програм та підкастів, таких як «Вдома не всі», «Свої серед своїх», випуски «Історичної Свободи», які містять у собі інтерв'ю у будь-яких його втіленнях, а також онлайн-трансляцій радіопередачі «Радіо Донбас. Реалії» зобов'язує радіожурналіста вміти взаємодіяти з будь-якими гостями, підбором та запрошенням яких займаються не інтерв'юєри, а продюсери радіостанції. Більше того, інтерв'юєру потрібно бути готовим провести будь-яку передачу – і видати якісний ефірний продукт.

Знання головних подій суспільно-політичного, економічного, культурного життя в країні та світі, ерудованість – базові вимоги до інтерв'юерів «Радіо Свобода». Для ведучих суспільно-політичних програм радіостанції «Радіо Свобода» характерна дуже активна, жорстка манера ведення діалогу. Для того, щоб створювати гострі злободенні інтерв'ю, що є візитівкою радіостанції, інтерв'юеру потрібні твердість, наполегливість і сміливість – якості, необхідні для дотримання низки найважливіших принципів: завжди тримати важелі управління розмовою у своїх руках, добиватися відповіді на своє, часом дуже незручне питання що найчастіше пов'язано з необхідністю вивести співрозмовника із зони комфорту, сперечатися з героєм інтерв'ю, або вказувати на явні невідповідності в його словах.

Слід зазначити, що жорсткість у спілкуванні з гостями доречна в суспільно-політичних програмах, при цьому низка авторських тематичних програм «Радіо Свобода», навпаки, передбачає дбайливе і уважне ставлення до співрозмовника і вимагає від журналіста вміння знайти індивідуальний підхід до героя інтерв'ю й викликати його довіру. Автор тематичної програми зобов'язаний самостійно підбирати теми та гостей для нового випуску.

Найважливіше завдання інтерв'юера - залучення та утримання уваги аудиторії радіостанції. Принципи, що дають змогу впоратися з її рішенням, базуються на розумінні специфіки аудіального каналу інформації. Реципієнт радіоефіру сприймає його виключно на слух, а отже інформація, що надходить, не повинна бути «порожньою»: аудиторія повинна розуміти і легко уявляти те, про що йдеться. Щоб утримати слухача, необхідно дати йому відчути себе безпосереднім учасником діалогу, який також має можливість поставити запитання гостю програми чи відповісти на запитання журналіста.

Отже, бачимо, що радіоінтерв'ювання, особливо у прямому ефірі, являє собою дуже складний вид професійної діяльності журналіста, що вимагає від нього безлічі навичок, якостей і, безумовно, серйозного досвіду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Багмут А.І., Бровченко Т.О., Борисюк І.В., Олійник Г.П. Інтонаційна виразність звукового мовлення засобів масової інформації. К.: Наука, 1994. С. 48-64
2. Бугрим В. В. Телебачення прямого ефіру. К. : Либідь, 1991. 200 с.
3. Білоус О. Основні методичні засади функціонування інформаційних теле- і радіожанрів. *Теле- та радіожурналістика*. 2020. №19. С. 95-112
4. Благовірна Н. Структурно-формувальні елементи мовлення FM-радіостанцій м. Луцька. *Теле- та радіожурналістика* 2011. Вип.10. С. 142–147
5. Ваніна О. Значення голосу і манери говорити для теле- і радіожурналістів. *Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.-метод. праць*. Львів: Лілея, 2002. 312 с.
6. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
7. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
8. Вдома не всі. Подкаст /Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/z/22411/about> (дата звернення 04.05.2023)
9. Відкритий лист до медіа професіоналів, які висвітлюють вторгнення Росії в Україну / Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/news/vidkrytyy-lyst-do-media-profesionaliv-iaki-vysvitliuiut-vtorhnennia-rosii-v-ukrainu/> (дата звернення 04.05.2023)
10. Виговська Н. А. Журналістські жанри в мультимедійному світі (на прикладі запорізьких ЗМІ). *Світ соціальних комунікацій*. К. : КиМУ : ДонНУ, 2013. Т. 10. С. 60–62.

11. Виразальна система радіожурналістики: монографія / Ю.В. Любченко. Запоріжжя: АА ТанDEM, 2016. 192 с.
12. Галудзіна-Горобець В. І. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 2. С. 95-102.
13. Гарачковська О. Жанрові особливості інтерв'ю в сучасному інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1 (7). С. 86–93.
14. Голік О.В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.04. Київ, 2009. 17 с.
15. Головенко І. Виразальні засоби в інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних радіожанрах. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 135-141.
16. Горбова І. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці. *Вітражі: Збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів*. 2014. Вип. 5. С. 21-24.
17. Гречишкіна А. Жанр інтерв'ю на телебаченні: практика США та Західної Європи. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (75). С. 96-100.
18. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2014. № 1–2. С. 80–85.
19. Дзюбенко І., Качмар В. Якісне слово – те, що йде від серця. *Журналіст України*. 2012. № 11. С. 41 – 42
20. Еверетт Д. Навчальний посібник репортера. К : ПроМедіа, 2002. 26 с.
21. Єлісєєв Ю., Полісученко А. Інтеграція новітніх ЗМІ та пошук нових форм спілкування. *Теле- та радіожурналістика*. 2011. Вип. 10. С. 158–162

22. Журавська О. В. Radio journalism, podcasting: results and prospects of practice-oriented learning. *Problems and process of reforming education in the field of social communications in Ukraine and EU countries*. 2019. P. 17-22.
23. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. И. Здоровега. 2-ге вид., доп. і перероб. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
24. Зображальна журналістика: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / М. А. Балаклицький. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 84 с.
25. Іващук А.А. Варіативність та взаємоперехід інформаційних жанрів у сучасній українській пресі : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.04. Київ, 2009. 17 с.
26. Історична свобода. Подкаст. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/istorychna/about> (дата звернення 04.05.2023)
27. Каппон Р. Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний poradnik / переклад з англ. Андрія Іщенко. К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2005. 158 с.
28. Карпалюк Н. В. Газетне інтерв'ю як соціальне явище. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2005. Вип. 10. С. 179–186.
29. Кривошея Г.П. Змістовно-сутнісні аспекти розвитку сучасної жанрології. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія : економіка, право, політологія, туризм*. 2010. Том 1. № 1. С. 229–232.
30. Крупко О. І. Комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів інтерв'ю преси. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Київ : Логос, 2008. С. 174–179.
31. Крупський І. Інформаційний простір України: нові реалії, старі проблеми. *Теле- та радіожурналістика*. 2011. Вип.10. С. 89 – 95.
32. Куйбіда В., Розпутенко І. Гуманітарне роззброєння? Інформаційний простір як об'єкт зовнішньої і внутрішньої

політико-ідеологічної агресії проти України. *Слово Просвіти*. 2016. 25 лют. 2 берез. С. 16-23

33. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики. К.: Знання, 2006. 628 с

34. Лизанчук В. В., Кузнєцова О.Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці. К.: НМК ВО при Міносвіти УРСР. 1991. 96 с.

35. Лопатіна В. Розтікання жанрів в українській пресі. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2012. Вип. 33. С. 181–187.

36. Любченко Ю. В. Виразальна система радіожурналістики: монографія. Запоріжжя: АА ТанDEM, 2016. 192 с.

37. Мірошніченко П. В. Звуковий образ радіомовлення як медіаефект. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 250 – 253.

38. Михайлин І. Журналістика: словник-довідник. К., 2011. 320 с.

39. Про Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/about-radiosvoboda> (дата звернення 04.05.2023)

40. Радіо Донбас. Реалії. URL: <https://www.radiosvoboda.org/radiodr/about> (дата звернення 04.05.2023)

41. Свої серед своїх. Подкаст. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/svoi-sered-svoikh/about> (дата звернення 04.05.2023)

42. Саламатіна О. О. Прагматичний аспект сучасного публіцистичного інтерв'ю. *Нова філологія*. 2011. № 47. С. 122–126.

43. Серажим К.С. Інтерв'ю з політиком як типовий жанр актуалізації сучасного політичного дискурсу. *Українське журналістичнознавство*. Київ, 2004. С. 43–51.

44. Сербенська О.А. Ефірне мовлення у взаєминах з усною мовою. *Телевізійна й радіожурналістика: зб. наук-метод. праць*. Львів: Світ, 2002. 162 с

45. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2012. Вип. 27. С. 180-184.
46. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю.М. Бідзілі. Ужгород : ВАТ «Видавництво "Закарпаття"», 2007. 224 с.
47. Станчев С. К. Теорія і практика друку. Софія, 1964. 420 с.
48. Суботнє інтерв'ю. Подкаст. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/z/16714/about> (дата звернення 04.05.2023)
49. Суботнє інтерв'ю. Випуски. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/31793709.html> (дата звернення 04.05.2023)
50. Ти як? / Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/ty-iaak> (дата звернення 04.05.2023)
51. Халер М. Інтерв'ю: навчальний посібник / за загал. ред. В. Ф. Іванова. К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. 404 с.
52. Хітрова Т. Тенденції трансформації класичних жанрових моделей (на прикладі «репортажних текстових форм»). *Журналістика*. 2010. Вип. 9(34). С. 89–95
53. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. К. : ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.
54. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274-280.
55. Шебеліст С. В. Типологія журналістських жанрів: сучасні теоретичні дискусії. *Молодий вчений*. 2020. № 9.1 (85.1). С. 136-140.
56. Alysen B. The Electronic Reporter: broadcast journalism in Australia. Sydney: UNSW Press, 2012. 305 p.