
індивідуальних рис викладу, характерних для адресанта, одержання чіткого уявлення про культурні традиції листування, сформовані у певну добу.

Отже, як ми бачимо, публіцистика залишається складним та багатовекторним явищем. Її походження, розвиток також ще ставлять перед дослідниками досить багато питань. Основною проблемою дослідження цього явища є те, що цей феномен охоплює надзвичайно велику кількість різних сфер: журналістики, літератури, науки, філософії. Поняття наукової публіцистики мало досліджене. Багато дослідників і просто авторів вживають сполучення «науково-публіцистичний» чи просто «наукова публіцистика» не завжди до кінця усвідомлюючи про що йде мова. Також немає чітко вироблених критеріїв розрізнення таких творів. Розглянутий список жанрів не є повним. Та на даному етапі розвитку теорії наукової публіцистики і це також є великим кроком вперед.

Список використаних джерел

1. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять / Г. І. Вартанов / За ред. проф. А. А. Чічановського. – К.: Грамота, 2005. – 64 с.
2. Гуманенко О. О. Структурні компоненти постпублікаційних рецензій як засіб впливу на ефективність наукової комунікації / О. О. Гуманенко // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. Серія: Соціальні комунікації [Електронний ресурс]. – №2. – 2010. – Точка доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010_2/files/SC210_25.pdf
3. Желіховська Н. С. Теоретичне обґрунтування публіцистики як виду літературної діяльності у працях В. Здоровеги / Н. С. Желіховська // Українське журналістикознавство. – 2006. – Вип. 7. – С. 6-14.
4. Зелінська Н. В. Поетика приголошеного слова: українська наукова література XIX – початку XX ст. / Н. В. Зелінська. – Львів: Світ, 2003. – 352 с.
5. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації. У 2-х ч.: Ч. 1. / Й. Д. Лось. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2007. – 376 с.
6. Максимов А. А. Публицистика в научной статье / А. А. Максимов // О публицистике и публицистах: Сборник статей. – Издательство Ленинградского университета, 1971. – Выпуск 1. – С. 30-42.
7. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
8. Титаренко М. Феномен публіцистики: проблема дефініцій / М. Титаренко // Вісник Львівського університету: серія журналістика. – Львів, 2007. – Вип. 30. – С. 41-50.
9. Ученова В. В. Исторические истоки современной публицистики: Лекции / В. В. Ученова. – Издательство Московского университета, 1972. – 73 с.

The article observes the phenomenon of publicism, its history. Special attention is paid to the scientific publicism. Also the main genres of it are described here.

Key words: publicism, genres, history, the scientific publicism.

УДК 007:304:659. 3 303. 62

М. В. Нагорняк

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЧОМУ ЖАНР ІНТЕРВ'Ю НЕ КОРИСТУЄТЬСЯ ПОПУЛЯРНІСТЮ В УКРАЇНСЬКИХ РАДІОЖУРНАЛІСТІВ (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ РАДІО «СВОБОДА»)

У статті окреслено та проаналізовано ситуацію, пов'язану з низькою частотністю використання жанру інтерв'ю на радіо «Свобода»; визначено причини непопулярності цього інформаційного жанру та, як наслідок, запропоновано шляхи збагачення жанрової палітри інформаційного мовлення радіо «Свобода».

Ключові слова: інтерв'ю, жанр, інформаційні жанри, інформаційне мовлення, радіо «Свобода».

Демократизація інформаційного радіомовлення передбачає ефективний пошук та оперативне впровадження найдієвіших форм і методів сприйняття слухачами радіопродукту. Адже за умов ринкової економіки потужність, впливовість радіостанції, з-поміж інших чинників, визначається кількістю та якістю її аудиторії. Інакше кажучи, самі радіослухачі спричиняють появу таких характеристик радіостанції, як «рейтингова», «популярна», «цікава», або «нудна», «одноманітна», «невизначна». У цьому зв'язку надзвичайно вагомим є вміння творчих працівників радіо доступно, чітко, компактно втілювати власні думки та думки своїх респондентів. Але для такої змістової наповненості потрібна досконала, прийнятна на радіо форма, себто радійний зміст повідомлюваного має бути оформлений у радійну форму.

Чи не найліпшим втіленням такої радійної форми є жанр інтерв'ю. Журналісти-практики, вчені у галузі масової комунікації вважають, що інтерв'ю є живою розмовою, живим діалогом або живим спілкуванням двох і

більше осіб. Але, ясна річ, будь-яке спілкування має мету. Стосовно інтерв'ю, то воно переслідує мету отримати та передати слухачеві нові, суспільно-вагомні відомості, про які раніше він не знав. Окрім того, в розмові можуть бути проаналізовані певні факти, події чи явища, які викликали резонанс серед громадськості, подані точки зору компетентних осіб з тих чи інших важливих питань.

Вітчизняні та закордонні дослідники радіожурналістики одноставні у думці, що унікальність жанру інтерв'ю з-поміж інших інформаційних жанрів пояснюється його характерною жанровою ознакою. Йдеться про діалогічність інтерв'ю на радіо. Така яскраво виражена дуальна природа інтерв'ю дозволяє збагатити інформаційне мовлення будь-якої радіостанції, зробити програми новин більшою мірою розмовними, емоційними, цікавими, відтак, наближеними до кожного окремого слухача.

Дослідник Василь Лизанчук звертає увагу на особливість радіоінтерв'ю. За його словами, вона полягає у тому, що, на відміну від інших радіожанрів, воно є результатом праці журналіста і співбесідника. І тут велике значення має вибір експерта. Адже, наголошує учений, якщо оціночні судження про факти, події, явища висловлює авторитетна особа, чия компетентність і принципова позиція не викликають сумніву, то створюються передумови впливу радіоінтерв'ю на формування громадської думки [1, с. 281].

Про незвичайну, особливу природу цього жанру інформаційного мовлення пише й журналістикознавець Віктор Миронченко. Ці характеристики пов'язані з тим, що, на його думку, інтерв'ю сприймається на слух легше, з більшим інтересом, ніж суцільний текст. При цьому, учений застерігає журналістів від поширеної думки про те, що підготувати діалог дуже легко й просто. У забезпеченні змістовного діалогу, пише він, у формулюванні цікавих запитань, які можуть викликати не менш цікаві відповіді, полягає вся складність підготовки інтерв'ю [2, с. 269].

З огляду на це є надзвичайно цікавою, повчальною точкою зору московського журналістикознавця Сергія Муратова. Щоправда, вона стосується телевізійного інтерв'ю, але від того не змінює сутність справи: «Якою ж мірою живуча ця ілюзія, що присипляє, начебто по телебаченню виступати легко – достатньо бути цікавим співрозмовником! Знову й знову доводиться спостерігати на екрані людей, у небуденності яких не сумніваєшся, але чий жести скуті, пози напружені, а висловлювання засмучують своєю ординарністю» [3, с. 77]. Те саме стосується й виступів на радіо. Дарма, що слухач не бачить жестів і поз інтерв'ююваного. Адже головним є те, що зовнішня скутість, напруженість людини під час інтерв'ю відразу позначається на забарвленості її голосу, інтонаційному малюнку, темпоритмі розмови тощо.

Саме добросовісна підготовка до інтерв'ю, яку окремі дослідники називають підготовчою або домашньою роботою, продуманий перелік запитань до експерта, шанобливе ставлення до нього як до учасника розмови дозволяють зробити інтерв'ю живою розмовою, живим діалогом. Як слушно зазначає Володимир Різун, не можна припустити, що спілкування колись стане процедурою лише самовираження без інтересу до співбесідника, до його реакції, інакше спілкування втратить сенс як цілеспрямований процес [4, с. 29]. А ефіри багатьох радіостанцій якраз і нагадуватимуть суцільні монологи. Така монологізація ефіру, до слова сказати, є характерною ознакою інформаційного радіомовлення радянського зразка.

Предметом нашого аналізу є ситуація, пов'язана з низькою частотністю використання жанру інтерв'ю на радіо «Свобода». Також визначаються причини непопулярності цього інформаційного жанру та, як наслідок, пропонуються шляхи збагачення жанрової палітри інформаційного мовлення зазначеної радіостанції.

Основу пошуку становлять журналістські матеріали в програмах, які прозвучали в ефірі радіостанції упродовж місяця (10.08. – 10.09.2010 р.). Аналіз матеріалів проведено з урахуванням того, що до інформаційних жанрів належать радіоповідомлення, інтерв'ю, репортаж, звіт, огляд преси.

Унаслідок проведеного контент-аналізу журналістських матеріалів вважаємо за доцільне висловити кілька вагомих положень.

1. Серед матеріалів новинної програми кожного інформаційного дня жанрові інтерв'ю приділяється обмаль уваги або й вона взагалі не приділяється. Журналістські матеріали (а їх, як правило, 14-16) виконані в одному-єдиному жанрі – жанрі кореспондентської розповіді (як варіант, це може бути розповідь з елементами інтерв'ю або синхронами). До слова сказати, подекуди зустрічається жанр огляду (це, як правило, огляди преси). Приміром, серед 14-и матеріалів, які пролунали в ефірі 10 серпня 2010 р., зустрічаємо лише одне інтерв'ю. Задля уникнення голослівності подаємо перелік тем:

- 1) Кому встановлять пам'ятник у Луганську – Катерині II чи козакам. Андрій Кузнецов (*розповідь з елементами інтерв'ю*);
- 2) Що діється в охоплених вогнем лісах Дніпропетровщини? Валентина Аксьонова (*огляд преси*);
- 3) Італійське паліо зникне вслід за каталонською коридором. Наталка Кудрик (*розповідь*);
- 4) Що найбільше загрожує безпеці України (*програма «Ваша Свобода», яка побудована у формі розлогої розмови*). Бесіда Інни Кузнецової з головою парламентського комітету з питань національної безпеки та оборони Анатолієм Гриценком;
- 5) Російські пожежі: горить 170 тисяч гектарів. Ірина Халупа (*розповідь з елементами інтерв'ю*);
- 6) Повінь у Чехії збудила хвилю громадянської солідарності. Оксана Пеленська (*розповідь*);
- 7) Росія платить, щоб зупинити модернізацію України? Олекса Семенченко (*огляд європейської преси*);
- 8) У Польщі дискутують про відносини держави і церкви. Ростислав Крамар (*розповідь*);

9) «Совок іще з нами, але львів'яни прагнуть до Європи. Галина Терещук (розповідь з елементами інтерв'ю);

10) Футбольне завдання: перемогти голландців і спеку. Антон Шульга (розповідь з елементами інтерв'ю);

11) Швидкісний трамвай тепер обіцяють запустити восени. Валентина Аксьонова (розповідь);

12) Міліція викрила групу «чорних трансплантологів» за участю українських хірургів. Наталка Коноваленко. Олександр Лашенко (розповідь);

13) Україна-Нідерланди: випробування команди Маркевича. Антон Шульга (розповідь);

14) Ціна зерна: як велика політика втручається у цінову політику. *Інтерв'ю* Ярини Скуратівської з президентом Асоціації фермерів Миколою Миркевичем.

Зазначимо також, що непоодинокі випадки, коли серед матеріалів інформаційної програми немає жодного, виконаного у жанрі інтерв'ю. І подібна ситуація не може не хвилювати, адже саме інтерв'ю дозволяє досягти максимальної наближеності зі слухачем, встановити з ним дружні, довірливі стосунки. Крім усього іншого, вправна, невимушена розмова з експертом, яку можна кваліфікувати як живий діалог, допомагає людині в орієнтуванні та розумінні процесів суспільного життя.

2. Контент-аналіз інтерв'ю, які пролунали в ефірі радіо «Свобода», дозволив виявити наступне. Здебільшого, кореспонденти радіостанції пропонують своїм респондентам надто розлогі запитання. Подібні запитання частогусто заводять співрозмовника у глухий кут. Як правило, довжелезне запитання спричиняє і довжелезну відповідь.

Ось кілька прикладів: «*Вартість зерна в Україні після російського ембарго на експорт зросла на 150 гривень. Уряд переконує, що хліб в Україні дорожчати не буде. Які Ваші прогнози, як позначиться на українському ринку подорожчання зернових?*», «*Зараз, за даними НБУ, обсяг банківських вкладів населення став більшим, ніж в докризовий період. Гривня перейшла той рубіж, який був до кризи, тобто банки наростили свої портфелі. Але чому кредитування не відновилося в Україні? Чи може зараз держава якось вплинути на ситуацію, провести так фінансову політику, аби стимулювати банки давати гроші в кредит, звичайно, не під ті відсотки, які зараз, тобто під 20% і більше, а, приміром, під 10%*», «*У проєкті декларації повторюється норма про свободу совісті й наголошується на тому, що кожна людина має право вільно обирати собі релігію. Але далі йдеться про те, що «суспільство має право вільно визначати зміст і обсяг взаємодії держави з різними релігійними громадами залежно від їх чисельності, традиційності для країни або регіону, внеску в історію і культуру, від громадянської позиції». Хіба це не намагання вибудувати певну ієрархію конфесій, при якій православ'я буде на верхньому щаблі, а іудаїзм чи іслам на останніх?*», «*Свого часу в одному з інтерв'ю, ви сказали, що злочин Сталіна проти латиського народу 1941 року, коли величезна кількість латвійців були депортовані, це злочин не лише проти етнічних латишів – це перш за все злочин проти інтелігенції та політичних і економічних еліт, до яких входили також євреї, німці, росіяни. Що ж до Голодомору в Україні 1932-1933 років, чи погоджуєтесь ви з думкою Міністра освіти України, а також директора Інституту Національної пам'яті про те, що Голодомор, спричинений сталінським режимом, не слід вважати геноцидом українського народу?*».

Наголосимо, що запитання такого роду є недопустимими у радіоінтерв'ю. Оскільки тут розмова триває 2-3 хвилини, то вона мусить відбуватися за принципом гри у пінг-понг, себто коротке запитання – коротка відповідь.

У цьому зв'язку російський дослідник Сергій Муратов вивів так звані заповіді інтерв'юера.

- заповідь перша – ясність і стислість;
- заповідь друга – не допускайте односкладних відповідей;
- заповідь третя – чи не можна конкретніше...;
- заповідь четверта – бережіть паузу!;
- заповідь п'ята – коректність і повага до співрозмовника;
- заповідь шоста – а чи цікаве ваше запитання? [3, с. 59-69].

Безперечно, задля уникнення розлогих, односкладних, банальних, нудних, нецікавих запитань, радіожурналістові потрібно готуватися до розмови з експертом, а ще вчитися спілкуватися з людьми. Спілкуватися просто, чітко, невимушено, тим самим викликаючи довіру до мовленого в ефірі слова.

Адже, на думку авторки статті, формулювання подібного роду запитань свідчить про відсутність у кореспондентів навичок усного спілкування. Тому побудова діалогу, який би справляв враження єдиного змістового та емоційного цілого, насправді, є проблематичною. Як наслідок, часто спостерігається ситуація, за якої запитання кореспондента і відповіді респондента існують самі по собі, не пов'язані між собою. Створюється враження, що кореспондент та його візаві не чують одне одного. Уважний слухач відразу помічає штучний, натягнутий характер подібного спілкування, в якому відсутній емоційний контакт. Допустити цього не можна, бо, як слушно зауважують російські дослідники Людмила Болотова, Георгій Кузнецов, Владислав Смирнов та Олександр Шерель, радіоінтерв'ю – комунікативний акт між інтерв'ююваним, журналістом і слухачем [5, с. 195]. Відсутність живої розмови, живого діалогу призводить до того, що комунікація між згаданими учасниками діалогу відсутня як така. За цих умов виникає питання про доцільність інтерв'ю.

3. Інтерв'ю, які прозвучали в інформаційних програмах радіо «Свобода», не справляють враження цілісної розмови, цікавого діалогу. Інколи трапляється так, що перше запитання інтерв'ю розкриває задекларовану тему,

а решта наступних стосуються супутніх тем. Чому так відбувається? Передовсім, тому, що кореспондент мусить слідкувати за кожною фразою інтерв'ююваного. Власне, уже з першого речення відповіді вправному репортеру стає зрозумілим, дістане він чітку та лаконічну відповідь на своє запитання, чи отримає виступ на трибуні. Адже не секрет – часто буває так, коли експерт під час відповіді на абсолютно конкретне запитання починає розводитися про все й ні про що. Провина за таке «спілкування» лежить на журналістові. Василь Лизанчук у цьому зв'язку слушно зауважує, що багато молодих радіожурналістів спочатку охоче беруться інтерв'ювати будь-кого і про будь-що, але присоромлені несподіваною невдачею, поступово охолоджуються і, трапляється, надовго зберігають антипатію до інтерв'ю [1, с. 281].

Схоже на те, що якраз у цьому і криється одна з основних причин «нелюбові» радіореporterів до цього інформаційного жанру.

До речі, звернімо увагу на те, що згадуваний нами Сергій Муратов визначає чотири фази мовленнєвого спілкування. Це початкова фаза – адаптація чи свого прелюдія до розмови, що має відбутися. Далі йде розмова, заради якої відбувається зустріч. Третя фаза – психологічна розрядка емоційної напруги. І, нарешті, стан, часто прихований, в якому залишаються учасники після закінчення розмови [3, с. 25].

Поміркуймо, що ж відбувається насправді, якими є зазначені фази реального спілкування на радіостанції. Значний практичний досвід роботи авторки на різних радіостудіях, зокрема, і на радіо «Свобода», дозволяють твердити, що в більшості випадків радіожурналісти не докладають жодних зусиль задля того, щоб інтерв'ю відбулося. У ліпшому випадку вони обмежуються складанням переліку орієнтовних запитань, у гіршому – крокують до студії практично невідготовленими. Спостереження за роботою багатьох кореспондентів свідчить про те, що вони й гадки не мають про фази мовленнєвого спілкування. Але запитаймо самих себе, чи можна провести конструктивну, змістовну, цікаву розмову, не привабивши співрозмовника, не підготувавши його до самої ситуації діалогу. Відповідь очевидна – дуже сумнівно. А чи може кореспондент розраховувати на щирі відповіді, не встановивши якомога швидше певні людські контакти. Відповідь та сама. Чи може розмова бути успішною, якщо журналіст у ній виступає лише як статист, якщо думає про щось своє, а не слідкує за тим, як прядеться нитка розмови. Кожен журналіст по собі знає, як важко інколи буває вслухатися у відповіді співрозмовника, як непросто відмежуватися від власних емоцій, думок, переживань і налаштуватися на розмову. Василь Лизанчук наголошує, що журналіст повинен так підготуватися до розмови, щоби під час неї міг точно і ясно сприймати відповіді, був здатний задавати запитання не лише придумані заздалегідь, а й спрямовувати розмову, відводячи свого співбесідника і від збитих місць, прописних істин, і від надмірного насичення відомостями, які зморять радіослухача [1, с. 282]. Та чи кожен творчий працівник радіостанції здатний до такої підготовчої роботи над інтерв'ю? Вочевидь, ні. Подібне під силу лише істинним професіоналам.

Зосередимося на тому, якими є основні причини невикористання жанру інтерв'ю журналістами радіо «Свобода».

По-перше, колективний досвід цієї радіостанції, стандарти журналістської роботи, які напрацьовувалися роками, редакційна політика спрямовані на те, щоб журналісти послуговувалися одним-єдиним жанром – розповіддю з елементами інтерв'ю (або синхронами). Це ще більшою мірою стало даватися взнаки, коли радіостанція, здебільшого, почала працювати як інтернетна. Серед керівництва та рядових журналістів утвердилася настанова, що інтерв'ю є чимось другосортним, непотрібним, що за допомогою власної розповіді кореспондент може розповісти про подію чи явище значно краще.

По-друге, до подібної настанови певною мірою спричинилися й самі репортери радіостанції. Траплялося таке, що, запросивши до розмови компетентну, поважну особу, журналісти елементарно не вміли поставити їй запитання, не знали предмета інтерв'ю, не були ознайомлені з особливостями мовленнєвої поведінки гостя у студії, унаслідок чого було взагалі проблематично провести розмову.

По-третє, більшість радіожурналістів дотримуються хибного уявлення про те, що провести інтерв'ю є надзвичайно просто. За їх міркуваннями, все тут відбувається елементарно – завів гостя до студії, посадив його перед мікрофоном, поставив перше-ліпше запитання і той говорить. Причому, говорить безперервно. Але це, радше, нагадує інший жанр інформаційного мовлення – виступ перед мікрофоном. При цьому, слід пам'ятати, що цей жанр є суто оприлюдненням думки компетентної особи щодо певної проблеми, але аж ніяк не діалогом.

Насправді, виступ перед мікрофоном є зручним жанром у різних аспектах. Отримавши редакційне завдання записати точку зору фахівця з актуального питання, кореспондентові немає потреби готуватися до розмови, складати перелік запитань, цікавитися додатковими відомостями з питання, продумувати переходи від одного запитання до іншого, слідкувати за тривалістю відповідей респондента тощо. У цьому випадку кореспондент виконує роль статиста, якому потрібно лише ввімкнути диктофон для запису або мікрофон у студії. Незмінним залишається одне – виступ перед мікрофоном немає нічого спільного з інтерв'ю. І це слід чітко розуміти.

Які шляхи поліпшення жанрової палітри інформаційного мовлення радіо «Свобода» можна запропонувати, як зробити так, щоб збільшити частотність використання жанру інтерв'ю радіожурналістами.

Звісно, усвідомлення важливості використання усього спектру інформаційних жанрів і, зокрема, інтерв'ю має йти від керівництва станції. Потрібно зрозуміти, що вправно проведене інтерв'ю сприяє діалогічності інформаційного та інших видів мовлення радіостанції, насичує програми емоційністю, щирістю, відкритістю, отже, підвищує довіру слухачів до радіо. Через розуміння важливості інтерв'ю у журналістській роботі керівним осо-

бам радіостанції потрібно активно спонукати кореспондентів проводити розмови з тими чи іншими фахівцями. Важливо, щоб такі спонукання не мали масовості, показовості, нав'язливості. Необхідно забезпечувати себе від ситуацій на кшталт – із завтрашнього дня всі журналісти робитимуть інтерв'ю, чи віднині у кожній програмі мусить бути по три-чотири розмови. Подібні пересмикування явно не на користь інформаційній діяльності радіостанції. Робота з активного використання інтерв'ю у журналістській практиці має мати системний, цілеспрямований характер. І, ясна річ, кожне інтерв'ю повинно бути виправданим.

Незаперечним є той факт, що до будь-якої розмови потрібно готуватися. Тому кожному журналістові, який працює над інтерв'ю, варто про це пам'ятати. Необхідно в обов'язковому порядку ознайомитися із предметом майбутньої розмови, з'ясувати, бодай коротко, передісторію питання, оскільки часто трапляється так, що приводом до сьогоднішньої розмови є ситуація тижневої, місячної давності. Не буде зайвим і спілкування зі старшими колегами, які свого часу вже проводили розмову з цією особою. Слід виробити собі таке правило – до розмови приходити підготовленим. Бо коли журналіст перебуває у курсі обговорюваних питань, експерт може вибачити йому якісь деталі чи нюанси, що випали з поля зору кореспондента. Не менш важливим для радіожурналіста є прагнення ознайомитися з усіма наявними точками зору щодо явища, події, тенденції, які постануть у полі зору співрозмовників. Адже не секрет – інколи буває ситуація, коли під час розмови (до того ж, у прямому ефірі!) раптом з вуст інтерв'юйованого зринає якась думка чи факт, що мають приголомшливий ефект. І після цього розмова перетікає у зовсім інше русло. Задля уникнення подібних неприємних ситуацій журналістові слід виявляти допитливість на етапі підготовки до розмови.

Задля збільшення частотності використання інтерв'ю радіожурналістам не можна забувати про те, що головним матеріалом у ньому є думки, судження і переконання співрозмовника, а не кореспондента. Тому смислове, інформаційне навантаження має припадати на текст журналіста, а оціночні судження, точки зору – це текст інтерв'юйованого. У зв'язку з цим творчим працівникам потрібно вчитися максимально продумувати свої запитання, формулювати їх точно, чітко та, головне, лаконічно. Запитання мусить містити в собі сутнісне, конструктивне, а не відображати позицію журналіста, що має місце на практиці. Не менш важливим умінням для кореспондента є й уміння вибудовувати логічність, цілісність інтерв'ю, що досягається завдяки правильним переходам від одного запитання до іншого, взаємопов'язаності запитань журналіста та відповідей експерта.

Але виникає запитання, чи кожен радіожурналіст здатний стати хорошим інтерв'юером? Що необхідно для цього? Чи тільки знання законів усного спілкування, володіння журналістською майстерністю? Чи це вроджена риса журналіста, яку неможливо витлумачити? На переконання авторки, для проведення живої розмови, емоційного, невимушеного діалогу (полілогу) надзвичайно важливим є уміння чути людину, вслухатися та розуміти найтонші порухи її душі.

Теперішні студенти-журналісти дивуються, коли розповідаєш їм про одну історію, яка трапилася з авторкою цих рядків. Наприкінці 90-х років мені довелося спілкуватися з вдовою відомого кінорежисера Сергія Параджанова – відзначали пам'ятну дату майстра. Знайомі звели мене з його колишньою дружиною. Я хотіла взяти у неї невеличке інтерв'ю, не більше, аніж на 5 хвилин, адже тривалість звучання визначають стандарти роботи редакції новин. Задля цих п'яти хвилин мені довелося видзвонювати її майже тиждень, довго вмовляти, переконувати, що така розмова, справді, потрібна. Коли вже про зустріч було домовлено і я з'явилася у помешканні цієї жінки з диктофоном у руках, то пробула там практично цілий день. Ми згадували про Сергія Параджанова, переглядали фотографії, бесідували й про нинішній день, пили чай. Уявіть собі, що це все заради стандартних п'яти хвилин інтерв'ю. А тепер скажіть, чи могла я встати й піти геть посеред такого теплого прийому, взявши інтерв'ю або, інакше кажучи, зробивши своє діло. Як би це було розцінено людиною? І чи збереглися б у нас і надалі теплі стосунки? Тому-то студенти дивуються, що таке можливо. Бо вони вже спостерігають за роботою старших колег, які працюють похапцем. Власне, у радіожурналістів уже виробився своєрідний стиль – працювати похапцем, брати інтерв'ю похапцем, писати матеріал теж похапцем. Студенти миттєво переймають таку звичку. Бо важливо зробити якомога більше матеріалів (читай – заробити якомога більше грошей, встигнути до ефіру подати матеріал), а вже якої якості то розмова, в яких умовах вона готується і який слід по собі ти залишаєш після зустрічі з людиною, мало кого хвилює. Саме тому більшість інтерв'ю радіожурналістів є нудними, знебарвленими, отже, нецікавими. Надзвичайно влучно сказав про цей особливий дар Сергій Муратов: «Щоб бути хорошим інтерв'юером, потрібно володіти талантом любити людей» [3, с. 76].

Виняткова насиченість суспільно-політичного життя України диктує нагальну потребу в максимально оперативному режимі повідомляти новини слухачській аудиторії. А ще існує не менш важлива потреба вкладати ці новини в якомога зручну форму, себто зробити процес слухання та сприймання інформаційної продукції ефективним, комфортним. Тому оперативність та комфортність у подачі матеріалу мають спонукати творчих працівників радіо до пошуку найбільш вдалих форм організації матеріалу. Однією з них є жанр інтерв'ю, незаслужено забутий журналістами радіо «Свобода» та й журналістами інших радіостанцій. Перманентне використання одних і тих же жанрів (у нашому випадку це розповідь кореспондента) призводить до зловживання ними. Це надто збіднює змістову, жанрову палітру журналістської продукції, робить програми однотипними, позбавленими емоційності, що є однією з найважливіших характеристикою радіо. Отже, для задоволення інформаційних потреб та інтересів слухачів варто використовувати повною мірою весь спектр інформаційних жанрів.

Список використаних джерел

1. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В.Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
2. Миронченко В.Я. Основи інформаційного радіомовлення : підручник для студ. ун-тів спец. «Журналістика» / В.Я. Миронченко. – К. : Інститут змісту і методів навчання; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – 1996. – 438 с.
3. Муратов С.О. Діалог: Телевізійне спілкування в кадрі та поза кадром / С.О.Муратов. – М. : Мистецтво, 1983. – 159 с.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. Для студ. Галузі 0303 «журналістика та інформація» / В.В.Різун.– К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008.– 260 с.
5. Радіожурналістика : учебник / [Г. Г. Кузнецов и др.] ; под. ред. А. А. Шереля. – [2-е изд.]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 480 с.

The article outlines and analyzes the situation of low frequency use of the genre on radio interview «Freedom», the causes of the unpopularity of synoptic and, consequently, proposed ways of enriching the genre palette information broadcasting Radio Liberty.

Key words: interview, genre, information genres, information broadcasting, radio «Freedom».

УДК 821.161.2 – 92 : 070

М. І. Свалова

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ПИСЬМЕННОЩИЦЬКА ПУБЛІЦИСТИКА ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТ КРЕАТИВНО-ІМПЕРАТИВНОЇ ПРИРОДИ ЖУРНАЛІСТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ Б. ОЛІЙНИКА «КНЯЗЬ ТЬМИ»)

Стаття пропонує аналіз основних ознак письменницької публіцистики як креативно-імперативного феномена на матеріалі книги Б. Олійника «Князь тьми», розкриває специфіку її полемічної етики, окреслює креативно-імперативні механізми взаємодії автора-митця з реципієнтами.

Ключові слова: журналістика, публіцистика, письменницька публіцистика, метафоричність, комунікативна стратегія.

Публіцистична творчість у сучасній системі ЗМІ відіграє важливу роль у плані впливу на масову аудиторію, сприяє формуванню естетичних смаків та загальнокультурному розвитку реципієнтів. Проте в теорії журналістики (публіцистики) відсутні розвідки, в яких би комплексно розглядався феномен письменницької полемічної творчості – важливого складника національного гуманітарного дискурсу, специфічного репрезентанта журналістської та письменницької майстерності.

Спираючись на дослідження різних аспектів журналістики й публіцистичної творчості, здійснені В. Галич [1], [2], В. Здоровогою [3], В. Лизанчуком [4], Й. Лосем [5], М. Потаповою [7] та іншими науковцями, вважаємо доцільним зосередитись на креативно-імперативній природі письменницької публіцистики. Оскільки письменницька публіцистична творчість функціонує в площині соціально значущих смислів, важливим фактором її впливу на масову аудиторію є актуальність, проблемність та репрезентативність образу автора. Книга Б. Олійника «Князь тьми» (К., 2008) – третє повне видання відкритого листа поета до М. Горбачова – є яскравим прикладом розгортання публіцистичного хронотопу в імперативній та естетичній площині. Метою розвідки є окреслення основних ознак письменницької публіцистики (на матеріалі книги Б. Олійника «Князь тьми»), завданням – розкриття креативно-імперативних механізмів взаємодії автора-митця з масовою аудиторією.

Письменницька публіцистика в рамках журналістської творчості вирізняється підвищеним рівнем естетизації повідомлення, імперативною метафоричністю, особливою значущістю внутрішньої форми – публіцистично-художнього образу, глибиною філософських узагальнень та масштабністю типізації. У цьому контексті В. Галич слушно наголошує на тому, що письменницька публіцистика прикметна «активною інтеграцією з естетичною системою художньої творчості митця, його аналітичним підходом до пізнання дійсності й умінням передбачати близькі та далекі перспективи її розвитку» [1, с. 58]. Книга Б. Олійника «Князь тьми» репрезентує публіцистичний хронотоп у двох аспектах – соціальному та етико-естетичному. Вплив такого тексту на реципієнта підсилюється масштабністю осмислюваної проблематики (політична, економічна, морально-етична ситуація в СРСР за часів перебудови), чіткою вказівкою на адресата (відповідно, окресленням образу лідера та репрезентацією образу автора як безпосереднього учасника подій), викривальним пафосом тощо. Проте важливою для розкриття ознак письменницької публіцистики книга Б. Олійника є передовсім синтезом біографічності та полемічності, який дозволяє подавати актуальні факти у взаємозв'язках, у їх безпосередній конкретності та типовості. Саме ці ознаки й роблять текст цікавим та актуальним навіть тоді, коли наведені факти уже стали набутком історії. Як наголошує М. Скуленко, «документальність разом з оперативністю та новизною інформації виступають важливим, але все ж таки вторинним, додатковим засобом впливу порівняно з конкретністю, актуальністю, типовістю та правдивістю» [9, с. 39].