

УДК 070:005.571:303.62(477)

В. В. Костюк, А. В. Кравченко

ІНТЕРВ'Ю НА СТОРІНКАХ МЕРЕЖЕВИХ ВИДАНЬ

У статті висвітлено особливості підготовки та подачі інтерв'ю на сторінках онлайн-інформаційних видань. Наведено історичні дані щодо виникнення інтерв'ю як жанру журналістики. Проаналізовано структуру та мультимедійне наповнення інтерв'ю на сторінках Інтернет-ЗМІ. Подано різновиди інтерв'ю як сучасного жанру та основні компоненти мультимедійного інтерв'ю за визначеннями провідних вітчизняних та зарубіжних дослідників. Висвітлено сутність та основне завдання сучасного мережевого інтерв'ю.

Ключові слова: інтерв'ю, специфіка, інформаційні видання, жанр журналістики, мультимедійне наповнення, мережеве інтерв'ю.

I. Вступ

Сучасні дослідники мережевої журналістики вважають інтерв'ю найбільш поширеним і рентабельним жанром [3; 6; 7]. До нього часто звертаються журналісти, перед якими стоїть завдання сказати аудиторії те, чого вона не знає, не розуміє. І тому інтерв'ю виконує функцію інформування та роз'яснення.

Поява Інтернет-ЗМІ сприяла подальшому розвитку журналістських жанрів, зокрема й інтерв'ю, зробивши його доступним для більшої аудиторії. Різновиди та специфіку інтерв'ю вивчали такі українські та зарубіжні дослідники: З. Вайшенберг, Ю. Сова, Б. Стрельцов, М. Чабаненко та ін. Проте поза увагою науковців залишився не менш важливий аспект – структура інтерв'ю та особливості використання мультимедійних інструментів при подачі інтерв'ю на сторінках Інтернет-ЗМІ. Цим і зумовлена актуальність нашого дослідження.

II. Постановка завдання

Мета статті полягає у виявленні особливостей підготовки, структури та мультимедійного наповнення інтерв'ю на сторінках інтернет-видань. Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- дослідити видову різноманітність інтерв'ю для мережевих видань;
- виокремити особливості структури та мультимедійного наповнення інтерв'ю на сторінках молодіжного Інтернет-порталу “Пороги” та новинного Інтернет-порталу “IPnews”.

III. Результати

Інтерв'ю як жанр журналістики є багатограним, має велику кількість визначень.

Дослідник І. Михайлин вважає головним завданням інтерв'ю “...повідомити новину, вплинути на громадську думку. Специфіка полягає в тому, що новина ця персоніфікована людиною, думка якої з певних причин важлива для читача. У запитаннях журналіста до співрозмовника конкретизуються актуальні аспекти теми, виникають приводи

для дискусій. Завдання журналіста – зробити інтерв'ю цікавим для всіх” [7, с. 38].

“Словник журналіста” подає таке визначення інтерв'ю: “інтерв'ю (від англ. interview – буквально зустріч, бесіда) – жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною в якійсь справі людиною переважно на важливу тему, призначений для оприлюднення в мас-медіа. Інтерв'ю – розмова журналіста з політичним, громадським, культурним чи іншим діячем, призначена для публікації в пресі, передачі по радіо, показу по телебаченню” [10, с. 48].

Тлумачення терміна “інтерв'ю” змінювалося із часом залежно від розвитку жанру, а також інших чинників, зокрема лінгвістичних і екстралінгвістичних.

Дослідники виокремлюють основні типи інтерв'ю за жанровою тематикою: інформаційне, проблемне, тематичне, протокольне та портретне інтерв'ю [7; 8].

Як зазначає Н. Костенко, “...окрім різновидів самого жанру інтерв'ю, у контексті сучасного українського та світового журналісткознавства бачимо цікаві форми подачі матеріалу, в основі яких лежить запитання-відповідь. Модифікації цієї моделі є варіативні, вони можуть належати до різних груп жанрів залежно від наявності чи відсутності аналізу фактів, подій, ситуацій тощо” [5, с. 301].

Жанр інтерв'ю є результатом фіксації в журналістському тексті форми одержання автором тексту певних відомостей про дійсність за допомогою методу інтерв'ю. Важливою особливістю інтерв'ю є необхідність його мультимедійної візуалізації. Це особливо впливає саме з опосередкованого характеру інтерв'ю в електронних ЗМІ [3, с. 58].

О. Рутковський наголошує на тому, що “...теоретично Інтернет можна розглядати як один масштабний засіб масової інформації. Проте хаотичність виникнення та існування, відсутність чіткої періодичності підтримання та оновлення більшості сайтів глобальної мережі, а також існуючі сьогодні проблеми щодо ефективного пошуку інфо-

рмації не дають змоги поки що використовувати Інтернет як єдиний суцільний засіб масової інформації. Як повноцінні ЗМІ сьогодні прийнято розглядати лише окремі елементи мережі, які часто називають мережевими або Інтернет-ЗМІ. Мережевими ЗМІ вважають портали новин з визначеною періодичністю оновлення, електронні версії друкованих періодичних видань, а також самостійні газети та журнали, що існують лише в електронному вигляді в Мережі. Головна особливість Інтернету полягає в тому, що його характеристики дають змогу поєднати всі ці види, перенести їх на “одну ділянку” – в Мережу” [9, с. 127].

М. Чабаненко вважає, що Інтернет-ЗМІ можна виокремити за такими ознаками:

- наявність редакції;
- інформація на сайті організована професійно, відчувається рівняння на кращі зразки світової журналістики;
- повідомлення мають соціально значущий характер і можуть зацікавити масову аудиторію;
- більша частина повідомлень – власні матеріали;
- передруки з інших видань оформлені належним чином;
- використання різних журналістських жанрів;
- помітні партнерські зв'язки сайту з іншими Інтернет-ЗМІ;
- медіа-контент сайту оновлюється не рідше ніж раз на тиждень;
- достатній рівень відвідуваності або, якщо сайт новий, помітною є турбота про його підвищення [11, с. 56].

Розглянемо основні аспекти функціонування інтерв'ю в Інтернет-ЗМІ.

Г. Козловська вважає, що “...основною початковою стратегією під час створення матеріалу є репрезентація інтерв'ю на сторінках мережових видань, привертання уваги читача. Вона реалізується на рівні видання і автора матеріалу вербальними і невербальними засобами. Передусім інформативно-пошукову функцію виконують постійні рубрики (Діалоги; Діалоги про вічне; Інтерв'ю; Десь на дивані; Пряма мова; Зустрічі; Актуальне інтерв'ю; Ексклюзив та ін.), початкові типові мовні структури (Розмова з...). Привертають увагу на сторінках Інтернет-видань фото (чи фоторяд) респондента, виділені графічно актуальні вислови з бесіди, додаткові семіотичні способи організації тексту (колір, шрифт, малюнок тощо)” [4, с. 98].

На думку З. Вайшенберга, “...головним структурно-композиційним елементом, що провокує зацікавлення до інтерв'ю у мережі Інтернет, є неординарний заголовок (не менш важливим компонентом матеріалу є також фотографія). Практика номінації респондента у заголовку – одна із продуктивних

сучасних форм самого заголовка у мережових матеріалах. Усе ж стратегія привертання уваги не реалізується самим лише власним ім'ям. Головну роль відіграє саме права частина заголовка. Вона має декілька типових виявів” [1, с. 107]. Наприклад, декларування власної позиції: “Певица Мари Краймбриери: «Я просто хочу делать свою историю, свою музыку и свой стиль»” [14].

На думку О. Лаврика, “...інтерв'ю – найбільш живий інтернетний жанр, без якого сучасні мережові видання втратили б свою популярність. Рубрика “Інтерв'ю” завжди підкреслює свіжість, первозданність або особливість матеріалу. Інтерв'ю є одним із найскладніших жанрів, вимагає дотримання певної тактики і стратегії. Створення інтерв'ю – досить глибокий та довгий процес, що вимагає великої кількості часу та докладання чималих зусиль.

На відміну від друкованих видань, в Інтернет-ЗМІ інтерв'ю часто постає мультимедійно наповненим. За мультимедійність тут беруть відео, аудіо, фото чи слайд-шоу, гіперпосилання, інфографіку, тайм-лайн тощо. Із додаванням мультимедійних елементів матеріал стає повноціннішим, привертає увагу читацької аудиторії та дозволяє сприймати інформацію текстово, візуально та аудіально одночасно” [6, с. 42]. Так, наприклад, у новинному порталі “IPnews” жанр інтерв'ю журналісти частіше доповнюють фотографічними елементами, що ілюструють головного героя інтерв'ю в дії, у “живому” емоційному стані. Таким чином, матеріал стає цікавішим, фотосупровід надає змогу ширше сприйняти тему та головну ідею інтерв'ю. Яскравим прикладом вдалого доповнення інтерв'ю ілюстрацією є матеріал новинного порталу “IPnews” під назвою “Журналист с красными носками затмил Путина на интервью” [15]. Зображення чітко передає емоції інтерв'ююваного (Путіна), зумовлені невдалими деталями одягу журналіста.

Г. Назаренко у своїх дослідженнях наголошує на тому, що “...комбінування різних форм представлення інформації на одному носіїві дає підстави для виникнення нового поняття “мультимедійне інтерв'ю”. Нові технологічні можливості Інтернету, необмеженість в обсязі публікацій, використанні фото-, відео- і аудіоматеріалів, доступність у будь-якій точці світу роблять онлайнові інформаційні ресурси особливими і залучають до них більше аудиторії” [8, с. 94].

Інтерв'ю на сторінках Інтернет-видань містить різноманітне об'єднання контенту. Як вважає О. Рудковський [9], найпоширенішими мультимедійними супроводжувачами жанру інтерв'ю є:

- статична ілюстрація – класична ілюстрація мультимедійної історії. Вона виконує

- практично такі ж функції, що й будь-яка фотоілюстрація у традиційному ЗМІ: відбиває суть того, що відбувається, розширює інформацію, допомагає вибудувати візуальний ряд. Запорізькі Інтернет-портали “Пороги” та “IPnews” до кожного інтерв'ю додають фотоілюстрації;
- фоторепортажі, фотогалереї – похідні розповіді про подію за допомогою фотографій. В Інтернет-виданнях використовують добірки знімків за класичним канонним фоторепортажу – послідовний розвиток подій. Проаналізувавши сучасні мережеві видання (“Пороги”, “IPnews”), можна говорити про майже повну відсутність на їх сторінках фотогалерей до інтерв'ю;
 - подкаст – звуковий файл, передача, кінцевий сюжет. Зазвичай викладений з Інтернету фрагмент радіоної програми чи начитаний текст повідомлень. Така деталь мультимедійності характерна для молодіжного Інтернет-порталу “Пороги”. У рубриці “Статті” є ціла низка матеріалів, за основу яких взято подкасти різноманітних радіоних програм, створених журналістами-початківцями;
 - аудіоілюстрація – фрагмент аудіозапису, що належить до певної частини тексту. Такий мультимедійний прийом часто застосовують на сторінках Інтернет-видання “Пороги” під текстом інтерв'ю з музичними виконавцями та зірками шоу-бізнесу. Яскравим прикладом є матеріал А. Ковтун під назвою “Музыкальная группа “Skystation” выпустила дебютный альбом” [12]. У матеріалі, окрім тексту інтерв'ю, використано фотоілюстрації із зображенням учасників гурту та аудіоілюстрації, що являють собою музичний продукт гурту;
 - відеосюжет – закінчене відеозвернення, що має свою зав'язку, кульмінацію і розв'язку. Відеодоповнення до інтерв'ю в Інтернет-виданнях трапляється досить часто. Відеосупровід додають до інтерв'ю з музичними виконавцями (музичні відеокліпи), з політичними діячами (звернення до громади), а також до інтерв'ю на актуальну, суспільно значущу тему (соціальні відеоролики). У мережевому виданні “IPnews” під матеріалом “Американский журналист взял интервью у ламы” [16] подано відеосюжет, який розкриває суть питання та ілюструє сам процес створення неординарного інтерв'ю;
 - потокове відео з місця подій. Інтернет-ЗМІ дає змогу пропонувати користувачам декілька прямих ефірів одночасно. Потокове відео дає змогу організувати “ток-шоу” в прямому ефірі. Часто застосовується в поєднанні жанру інтерв'ю з репортажем.

Сучасні технології, комп'ютеризація та поява соціальних мереж зменшує навантаження журналіста під час пошуку інформації. Велика кількість інтерв'ю останнім часом створюється дистанційно. Журналіст знаходить потрібну особу в одній із соціальних мереж, переконається, що її сторінка є достовірною. Після цього він може надіслати повідомлення потрібній особі на її профіль у соціальній мережі або на електронну адресу, якщо вона вказана на сторінці в розділі “Особиста інформація”. За допомогою соціальних мереж журналіст може домовитись з потрібною особою про зустріч для проведення інтерв'ю, поспілкуватися по телефону або надіслати запитання особистим повідомленням.

Відповіді на запитання в такому разі можна отримати під час “живої” розмови (зустрічі), записати на диктофон під час телефонної розмови чи отримати перелік відповідей на поставлені запитання в письмовій формі через соціальні мережі або електронну пошту. Такий спосіб отримання інформації є досить зручним, не вимагає складної підготовки та не забирає багато часу. Прикладом інтерв'ю, отриманого за допомогою соціальної мережі “ВКонтакте”, є матеріал на порталі “Пороги” під назвою “Музыкальный исполнитель Александр Чудновец: “Музыка является истиной в моей жизни. Другой путь был бы плачевным” [13]. У процесі створення матеріалу відповіді на поставлені запитання були отримані шляхом спілкування в соціальній мережі з героєм інтерв'ю.

Дослідник Ф. Грозданов зазначає, що “...популярність жанру інтерв'ю на сторінках Інтернет-видань в усіх його різновидах та перехідних формах (бліц-інтерв'ю, бліц-опитування, бесіда, анкета, інтерв'ю-монолог) свідчить про відкритий характер масовокомунікаційних процесів і є реакцією на запити політизації суспільства. Інтерв'ю в українських мережевих виданнях стає одним із найуживаніших жанрів, незважаючи на тематичну спрямованість видання та регулярність виходу. Ця форма викладу матеріалу є дуже поширена серед читачів, бо дає їм можливість “особисто зустрітись” зі співрозмовником, отримати відомості від безпосередніх учасників подій чи свідків” [2, с. 18].

У свою чергу, Н. Костенко стверджує: “...основа успішного інтерв'ю для Інтернет-видань – ретельна підготовка журналіста. Він повинен добре орієнтуватися в предметі розмови, знати про нього майже стільки ж, скільки і об'єкт інтерв'ю. Журналіст повинен пропрацювати структуру бесіди, її зав'язку, закінчення і розвиток за законами драматургії. Після отримання потрібної інформації, що стане базовою основою для створення текстового матеріалу, можна переходити до мультимедійного наповнення інтерв'ю. Вели-

ку роль відіграє дизайнерське рішення (розташування інтерв'ю на сторінці Інтернет-ЗМІ), розміщення фото- чи відеосупроводу для матеріалу” [5, с. 93].

Мультимедійні технології – один із перспективних напрямів у інформатизації, спрямований на читацьку аудиторію Інтернет-видань. Мультимедіа та гіпермедіа інтегрують у собі потужні розподілені ресурси, що здатні забезпечити середовище для формування та розвитку ключових компетентностей, до яких належать, в першу чергу, інформаційна та комунікативна. Використання інтерактивності в інтерв'ю, що здатна структурувати та візуалізувати інформацію, посилює сприйняття читачів, активізуючи їх увагу та пізнавальну діяльність як на рівні свідомості, так і підсвідомості [3, с. 56].

IV. Висновки

У сучасному інформаційному суспільстві, основною ознакою якого є глобалізація, журналістика є одним з основоположних чинників. Сучасні Інтернет-видання поєднують у собі ознаки всіх видів ЗМІ. Користувачі Інтернету можуть одночасно отримувати аудіовізуальну та текстову інформацію без використання традиційних ЗМІ – радіо, телебачення чи газети. Окрім цього, Інтернет сприяє розширенню властивостей інформації. Головними є гіпертекстовість, завдяки якій читач може отримати найбільш повну інформацію про те, що його цікавить, і інтерактивність – можливість споживача інформації вступити в діалог зі ЗМІ.

Інтерв'ю – один із жанрів журналістики та публіцистики, у якому подається вільний виклад розмови журналіста з особою, думки або коментарі якої представляють громадський інтерес і призначені для публікації в пресі, показу на телебаченні, трансляції по радіо, використання в Інтернеті тощо.

Інтерв'ю, як і кожне редакційне завдання, щоразу вимагає продуманої підготовки, мобілізації всіх зусиль, високих професійних якостей, сумлінності, захопленості, пристрастності. Комбінування різних форм представлення інформації на одному носіїві дає підстави для виникнення нового поняття “мультимедійне інтерв'ю”. У сучасних Інтернет-виданнях до текстів інтерв'ю найчастіше додають відео, фото, слайд-шоу чи гіперпосилання. Нові технологічні можливості Інтернету, необмеженість в обсязі публікацій, використання фото-, відео- і аудіоматеріалів, доступність у будь-якій точці світу роблять онлайнові інформаційні ресурси особливими і залучають до них більше аудиторії.

Перспективою подальшого дослідження може бути питання специфіки подання інтерв'ю в різних Інтернет-виданнях.

Список використаної літератури

1. Вайшенберг З. З. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. З. Вайшенберг. – Київ :
2. Грозданов Ф. Т. Типология Интернет-газет / Ф. Т. Грозданов // Журналистика в контексте культуры и массовых информационных процессов. – Москва : МГИ им. Е. Р. Дашковой, 2004. – С. 22–25.
3. Зборовский Г. Е. Общая социология : учебник / Г. Е. Зборовский. – Москва : ПРИОР, 2004. – 173 с.
4. Козловська Г. Б. Форми реалізації прагматичного аспекту інформування в газетному повідомленні про погоду : зб. наук. праць / Г. Б. Козловська. – Київ : Либідь, 2002. – 235 с.
5. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко. – Київ : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
6. Лаврик О. В. Основи журналістики : навч.-метод. посіб. / О. В. Лаврик. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – 73 с.
7. Михайлин І. Л. Основи журналістики : навч. посіб. / І. Л. Михайлин. – Київ : Центр навчальної літератури, 2011. – 141 с.
8. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Г. І. Назаренко. – Київ : НАУ, 2010. – 114 с.
9. Рутковський О. І. Інтернет-журналістика / О. І. Рутковський. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с.
10. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, статті / укл.: Ю. Бідзілі. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.
11. Чабаненко М. В. Робота журналіста в Інтернет-ЗМІ : навч. посіб. / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – 120 с.
12. Ковтун А. Музыкальная группа “Skystation” выпустила дебютный альбом [Электронный ресурс] / А. Ковтун // Сайт Интернет-портала “Пороги”, 08.01.2015 г. – Режим доступа: <http://porogy.zp.ua/2015/01/muzykalnaya-gruppa-skystation-vypustila-debyutnyy-albom/>.
13. Кравченко А. Музыкальный исполнитель Александр Чудновец: “Музыка является истиной в моей жизни. Другой путь был бы плачевным [Электронный ресурс] / А. Кравченко // Сайт Интернет-портала “Пороги”, 12.01.2014 г. – Режим доступа: <http://porogy.zp.ua/2014/01/311fe7ccc5b5409ab4142bff4b412b74/>.
14. Кравченко А. Мари Краймбрери: Я просто хочу делать свою историю, свою музыку и свой стиль [Электронный ресурс] / А. Кравченко // Сайт Интернет-портала “Пороги”, 06.08.2013 г. – Режим доступа: <http://porogy.zp.ua/2013/08/a7e453cfc5859ed5c007fb1937ea1c4e/>.
15. Рыковцева Е. Журналист с красными носками затмил Путина на интервью [Электронный ресурс] // Сайт Интернет-портала “IPnews”, 10.06.2015 г. – Режим

доступа: <http://www.ipnews.in.ua/index.php/2015/06/10/zhurnalist-s-krasnyimnoskami-zatmil-putina-na-intervyu/>.
16. "IPnews" Американский журналист взял интервью у лamy [Электронный ресурс] //

Сайт Интернет-портала "IPnews", 27.02.2015 г. – Режим доступа: <http://www.ipnews.in.ua/index.php/2015/02/27/amerika-nski-zhurnalist-vzyal-intervyu-u-lamyi/>.

Стаття надійшла до редакції 11.06.2015.

Костюк В. В., Кравченко А. В. Интервью на страницах сетевых изданий

В статье освещены особенности этапов подготовки и подачи интервью на страницах современных онлайн-информационных изданий. Приведены исторические данные о возникновении интервью как жанра журналистики. Проанализированы структура и мультимедийное наполнение интервью на страницах Интернет-СМИ. Приведены разновидности интервью как современного жанра и деление на типы, виды и основные жанры мультимедийного интервью по определением ведущих отечественных и зарубежных исследователей. Освещена сущность и основная задача современного сетевого интервью.

Ключевые слова: интервью, специфика, информационные издания, жанр журналистики, мультимедийное наполнение, сетевое интервью.

Kostiuk V., Kravchenko A. The Interview in the Pages of Online Publications

The article highlights the specifics of creation, especially the preparation and submission of an interview in the pages of online information publications. These historical data on the occurrence and origin of the interview as a genre of journalism. The analysis of the structure and content of a media interview on the pages of internet media. These types of interviews as a modern genre and distribution down the types and main genres of media interviews as defined by leading domestic and foreign researchers. Highlights the essence and the main task of the modern network interview.

The modern research of network journalism thought that the interview is the most common and the most profitable genre. And so the interview must be directly and immediately serve as information and clarification.

History of multimedia journalism was a clear indication that the media ever since his appearance on the public scene played an important role in shaping public positions, were leaders of political ideas, social media ideas.

The interview as a genre of journalism is multifaceted, has many definitions as from historical and scientific point of view and from the point of view of journalists – practical date.

Interview – leading genre of modern journalism, dynamic, universal and democratic genre Information in its format, is seen easily. Therefore, this genre worthy of attention as researchers and journalists.

The tasks interview – report the news, to influence public opinion. In matters of the journalist to the interlocutor specifies relevant aspects of the topic, there are reasons for debate. The task of the journalist – to make the interview interesting for all.

Historiography genre much knowledge persona and bright patterns. However, it is constantly evolving, it reflected the dynamics of time, conflicts of modern life. But the essence remains the same interview. His task is to disclose the nature of the hero (though the audience willingly adapts it to yourself); causation phenomena (events) in the light of the participant (witness). Journalist mediates between the audience and the object of interest. This communicative function provides a number of traditional stages: preparation, communication, comprehension and summary information. Each of them manages his majesty Question.

Key words: interview, specificity, information publication, genre of journalism, multimedia content, network interview.