

К. н. з соціальних комунікацій Слюсаренко М. І.
Україна, Одеса, Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського

Інтерв'ю з невластивою для журналістської форми функцією

Summary

The interview genre is an attractive form of journalism. It is in demand from authors, audiences and scholars. Interviews are called live genres, they are valued for authenticity. The recipient of the interview may become a witness of communication, and personally understand who is saying what. A well thought out conversation with an authoritative journalist is intended to clarify the public events or problems, to contribute to solving important issues for citizens. The genre of interviews is used in a non-formal for journalistic form of function: promotion of political interests and the promotion of publishers of corporate journals. Such materials compromise journalists and editors. Margaret Simonian's interview with O. Petrov and R. Boshirov did not clarify the essence of the visit of men to Britain, but caused even more questions. Interviews with experts in the magazine "Morskoy" contain a small amount of interesting information; the authors use a "reproducible form" to advertise the Black Sea trade union (founder of the publication).

Key words: interview, genre of investigation, political tool, "reproducible form", advertising.

Вступ. Відомо, що журналістика покликана виконувати соціально орієнтовану роль у сфері масової свідомості. Саме тому наука про журналістику зосереджена на зв'язках професійних творів із суспільною практикою, їх здатністю викликати в аудиторії масові ефекти та прискорювати вирішення життєвих проблем [див. 10]. У сучасному журналістикознавстві життєздатність мас-медіа визначається рівнем їх контактності з читачем, а жанр трактується як засіб соціальної комунікації. Для фахівця важливим є вміння вибрати найбільш вдалу форму для результативного спілкування.

Жанр інтерв'ю користується попитом авторів й аудиторії, а також приваблює майбутніх журналістів (у навчальних студентських газетах цей жанр зустрічається найбільш часто). Жанрова форма інтерв'ю не залишається поза увагою науковців, її особливості висвітлені в працях таких дослідників, як Вуароль М., Лукіна М., Смелкова З., Тертичний О., Халлер М. тощо.

Назву жанрової форми пов'язують з французьким словом «entrevoir» (швидко зустрітися, побачитися) та похідним від нього англійським interview (бесіда, розмова). Щоправда, науковці наполягають на потребі конкретизації особливостей спілкування як «цілеспрямованого опитування інтерв'юером осіб (інформаторів) для здобуття інформації стосовно теми чи особи [15, с. 135]. Вважається, що інтерв'ю представляє розгорнуте повідомлення у формі запитань і відповідей, відтворює процес спільного пошуку журналістом і читачем, глядачем, слухачем (фахівцем, очевидцем) пояснення суті явища чи події, що зачіпає інтереси багатьох людей [12, с. 145]. Мета інтерв'юера – донести до аудиторії думку авторитетної людини.

Природу інтерв'ю прояснюють критерії його типології. Орієнтуючись на обсяг матеріалу, кажуть про великі та міні-інтерв'ю [3, с. 540]; залежно від кількості учасників виокремлюють особні та колективні інтерв'ю [11, с. 181]; за характером протікання розмови визначають статичні та динамічні інтерв'ю [11, с. 181]; інтерв'ю, змістовно

зосереджені у сфері економіки, називають діловими [3, с. 540], а присвячені конкретній цікавій особистості – портретними [5, с. 19]; залежно від цільового призначення вирізняють такі форми, як інтерв'ю-інформація, консультація, особистісне чи проблемне [11, с. 181]; відповідно до інформаційної мети можуть використовувати інтерв'ю як інструмент пошуку інформації, репортажне або «власне» інтерв'ю [15, с. 150].

Як відомо «жанрова форма матеріалу покликана оптимально передати зміст і відповідним чином реалізувати вплив на адресата» [10, с. 22].

Інтерв'ю – «живий жанр» [3, с. 540], його висока затребуваність пояснюється можливістю для адресата ніби бути свідком розмови, особіно пересвідчитися, «що кажуть, і як кажуть» [15, с. 150]. У жанрі інтерв'ю важливою є роль співрозмовника, саме він, гість журналіста, як зазначають дослідники, може вплинути на функцію повідомлення [див 15]. За участі експерта інтерв'ю покликане викрити і роз'яснити незрозумілі події чи факти; інтерв'ю зі свідком донесе до аудиторії враження особи, що пережила певні події; спілкування з головною дієвою особою повинне показати причини і наслідки подій з точки зору відповідальної персони; перехожі як респонденти допоможуть зафіксувати «частину широкого спектру громадської думки» [15, с. 176]; спілкуючись з героєм, автор розкриває людину, яка прославилася добрим вчинком, а розмова з політиком здатна прояснити суть поточної події [див 15].

Результати дослідження. Цікаво простежити, якою має бути функція інтерв'ю, якщо співрозмовники – підозрювані в скоєнні смертельного злочину. У науковому обігу виокремлюють жанр інтерв'ю-розслідування, метою якого називають вивчення і пояснення певної проблеми чи події [5, с. 19]. Автори таких матеріалів, як слідчі, розшукують людей, котрі мають і готові оприлюднити важливу інформацію, щоб допомогти розставити всі крапки над «і» у складній заплутаній справі. Завдання журналістів «розговорити» співрозмовника, змусити його «розколотися» [2, с. 34], викласти все, що знає.

13 вересня 2018 року Маргарита Симоньян поспілкувалася з двома росіянами, підозрюваними в отруєнні в британському містечку Солсбері батька й доньки Скрипалів. Олександр Петров і Руслан Боширов, як повідомляється на початку інтерв'ю [див. 6], самі зателефонували й попросили про публічну розмову. Очевидно, що журналістка не мала мети розслідувати обставини отруєння Скрипалів.

Маргарита Симоньян – досвідчений фахівець, працює на посадах головного редактора телеканалу *Russia Today*, інформаційних агентств *Росія сьогодні* й *Sputnik*. У 2012 році вона увійшла до списку найвпливовіших жінок світу. Журналістка удостоєна державних нагород, а також президентської стипендії. М. Симоньян розділяє погляди російського політикуму, а під час виборчої кампанії 2018 року була довіреною особою В. Путіна – кандидата в президенти Російської Федерації [див. 6].

Із інтерв'ю простежується, що журналістка добре ознайомена з матеріалами про отруєння Скрипалів, для розмови з О. Петровим і Р. Бошировим вона підготувала 75 запитань. Складається враження, що М. Симоньян справді хоче «розговорити» гостей. У одному із запитань вона аргументує «Ну розкажіть хоть щось <...> ви ж хочете, щоб люди вам повірили? <...> якщо ви не працюєте в ГРУ, ви не шпигуни, ви нікого не труїли, ви просто туристи <...> Чим ви займаєтесь (який ваш бізнес? – М. С.) [див.]. Журналістка уважна до кожного слова співрозмовників, і коли у 13-тій репліці О. Петров повідомляє, що 4-го березня вони з Р. Бошировим поїхали до Солсбері, «щоб завершити цю справу («это дело». – М. С.) М. Симоньян миттєво реагує на неоднозначний вислів: «Завершити цю справу» – це яку

справу? («Завершить это дело» — это какое дело? – М. С.) [див. 6]. Одночасно запитання 20, 22 і 23, в яких йдеться про факт наближення опитуваних до будинку Скрипалів, наявність в них отрути «Новачок» та флакона парфумів, сконструйовані журналісткою так, що передбачають відповідь у заперечній формі, якою через комунікаційну некомпетентність не скористалися співрозмовники. Не можна не звернути уваги на 44 репліку М. Симоньян, в якій вона повідомляє респондентам, що не зовсім вдалі фрази можна буде вилучити, а на запитання О. Петрова : «Я не знаю, можна це казати в ефір чи ні», авторка зауважує: «Ну говоріть. Не можна – не дамо» [див. 6].

Інтерв'ю користується попитом, бо вважається матеріалом, що «має найбільшу медійну прозорість серед усіх журналістських жанрів [15, с. 150].

Співрозмовники М. Симоньян О. Петров і Р. Боширов відповідають на запитання по-черзі. Помітно, як вони замовчують причини візиту до Британії, уникають повідомлення фактичних даних, не деталізують маршрут пересування по місту, не називають сферу власної бізнесової діяльності. Деякі відповіді абсолютно алогічні. Наприклад, Р. Боширов, описуючи красоту собору як архітектурної пам'ятки Солсбері (репліка 16), не називає унікальних компонентів споруди, а каже про відвідувачів: «Собор дуже гарний, там дуже багато туристів, дуже багато російських і російськомовних туристів» [див. 6].

У репліках-відповідях на 55 запитання О. Петров погоджується, що разом з Р. Бошировим за кілька років десятки разів відвідав країни Європи, а особливо Швейцарію. Коли йдеться про мету поїздок, то респондент відповідає нечітко і навіть сам собі суперечить. Спочатку каже, що в основному їздили по бізнесу, згодом – що не завжди по бізнесу, потім зазначає, що в Швейцарію літали на відпочинок, а в наступній фразі зізнається, що і по бізнесу теж там були [див. 6]. На 18 запитання, чи фотографувалися в соборі, Р. Боширов реагує ствердно, проте одразу переходить до розповіді про парк і кафе, а на пропозицію журналістки «Покажете нам це фото?» співрозмовники не реагують, вони мовчать.

Лексика респондентів перемежована просторіччями та жаргонами: *поїхали відірватися; ми в непонятках; куди нам сунуться; на вулицях каша* (рос. жижа. – М.С.), *щоб відстали від нас, щоб не діставали*, які дещо ускладнюють сприйняття. Так, наприклад, не зовсім зрозумілим є зміст вислову «*життя витряслося*» (російською «*жизнь вытряхнулась*». – М.С.). Тлумачний словник Д. М. Ушакова подає кілька значень слова «*вытряхнуть*», серед яких такі, як «*выбросить, уронить, вывалить*» [13]. У Вікісловнику російське слово «*вывалить*» має такі пояснення: «*опрокинуть, уронить, выпасть (снег), высунуть (голову)*», а також «*обнажить, оголить, оголиться*» [1]. Тому читач може не однозначно сприймати думки респондентів, а вислів «*життя витряслося*» розуміти, що життя оголилося, тобто розкрилося.

Із тексту інтерв'ю простежується мета публічного спілкування респондентів. У репліці на 3-тє запитання звучить думка, що *їхнє життя перевернули з ніг на голову і зламали; життя перевернулося і витряслося* (репліка на запитання 27); *ми боїмося* (28); *уже реально немає сил, стомилися* (28); *нас загнали в кут* (37); *реально страшно, наляканий* (69). Респонденти повідомляють, що в західних ЗМІ ця тема уже мусується *тиждень* (69); *накручують, накручують, накручують, накручують* (70). І, як стає зрозуміло з їхніх відповідей, О. Петров і Р. Боширов прийшли попросити захисту від небажаного для них обговорення теми про отруєння Скрипалів: *ми прийшли до вас за захистом* (25); *хочеться, щоб нас залишили в спокої* (71); *просто хоча б заспокоїлися. Хоча би наші ЗМІ, ваші колеги* (72); *хочеться сховатися і спокійно відсидітися весь цей*

час; просто щоби відстали від нас; просто щоби не діставали хоча би зараз; просто залиште нас, будь ласка, в спокої, і все; через вас ми хочемо звернутися до всіх, ваших колег в тому числі. Просто щоб не діставали хоча би зараз (74).

Розмірковуючи про жанр інтерв'ю, М. Халер зазначає, що актуальна журналістська форма своєрідно експлуатувалася в авторитарному та демократичному суспільствах. У роки гітлерівської Німеччини вона була політичним інструментом, можновладці використовували можливості привабливої форми для «власних політичних намірів» [15, с. 42], і стала зразком незалежної журналістики після ліквідації націонал-соціалізму.

Інтерв'ю досвідченої журналістки М. Симоньян з О. Петровим і Р. Бошировим не прояснило ситуацію про візит цих чоловіків до Солсбері, не розвіяло сумнівів про їхню непричетність до смертельного злочину, а викликало ще більше запитань.

Жанрова форма інтерв'ю зручна для саморекламування видавця.

Журнал «Морской» – корпоративне інформаційно-розважальне видання Чорноморської первинної профспілки моряків [див. 8]. Журнал виходить один раз на місяць тиражем 3 000 екземплярів і безкоштовно розповсюджується для членів профспілки. У рубриці «Тет-а-тет» сталою є публікація інтерв'ю з цікавою персоною. До спілкування запрошуються успішні фахівці: капітан, помічник капітана, старший механік, електромеханік тощо. Інтерв'ю містять відповіді на повторювані в кожному номері, інколи дещо видозмінені, 8–9 запитань. Респонденти діляться думками, чому вибрали професію моряка, яким видався перший рейс, чи вибачає море помилки, чи було страшно під час роботи в морі, що можна порадити новачкам. Обов'язковим у кожному інтерв'ю є запитання про роль профспілки, ставлення до неї моряка та важливість бути членом профспілки.

Відомо, що комунікативна мета мови масової інформації – негайно, точно, зрозуміло, й при цьому дієво-впливово, донести до читача певним чином прокоментоване повідомлення. У журналістикознавстві жанрові форми групують, орієнтуючись на міру залучення в повідомлення стандартизованих та експресивних мовних засобів. Виокремлюють три групи : 1) жанри з традиційно сформованими засобами вираження, 2) жанри з послідовним поєднанням стандартизованості викладу та індивідуально-авторського ставлення до повідомлюваного та 3) жанри, в яких авторське ставлення (оцінка) переважає над інформативно-документальним змістом [див. 7].

Для форм з традиційно сформованими засобами вираження (комюніке, хронікальна замітка, огляд преси, звіт, інтерв'ю) притаманні нейтральна лексика, стандартизованість, трафаретність, схематизм викладу, вважається, що комунікаційна функція таких матеріалів – поінформувати, сповістити новину без інтерпретації та увиразнення. Ці зразки, або, як їх називають, «відтворювані повідомленням» [7, с. 145], містять «незмінну рамочну структуру», своєрідний сталий каркас. Форма дозволяє вилучати частину застарілих даних, а на їхнє місце вписувати нові відомості і таким чином отримувати інший, новий зміст. Зразки із групи жанрів з традиційно сформованими засобами вираження виникли внаслідок закономірного процесу «автоматизації» навиків [7, с. 144]. Вони зручні для авторів, дозволяють оперативно формувати нові повідомлення, а для аудиторії забезпечують «загальнодоступність, логічну стрункість, лаконізм і одночасно повноту інформації» [7, с. 178].

Тим часом жанрові форми інтерв'ю у журналі «Морской» засвідчують, що трафаретність, схематизм викладу ефективний для засновника видання, для

популяризації, рекламування профспілки. Усі інтерв'ю містять незначну за обсягом інформацію, цікаву, можливо, для майбутніх моряків, але основна мета використаної форми повідомлення – засвідчити словами успішних фахівців необхідність Чорноморської профспілкової організації для працівників моря. Редколегія, витрачаючи мінімум зусиль для підготовки публікації, кожен раз підтверджує високу оцінку профспілки авторитетними фахівцями-моряками.

Висновки. Отже, жанрова форма інтерв'ю – актуальна як для авторів, так і для аудиторії. Співрозмовники журналістів здатні оприлюднити важливі для громадськості відомості, пояснити суть явища чи події, що зачіпає інтереси багатьох людей. Одночасно, коли інтерв'ю використовують з невластивою для журналістської форми функцією, як політичний інструмент чи засіб для рекламування, тоді жанр виходить за межі масмедійного матеріалу, втрачає свою цінність і тільки компрометує журналістів та редакторів.

Список літератури

1. Викисловарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kartaslov.ru/карта-слова/вывалиться>, <https://ru.wiktionary.org/wiki/вываливать>
2. Вуароль Мішель Гід газетяра: пер. з франц. / Мішель Вуароль. – К, 2003. – 64 с.
3. Деловая журналистика : учебное пособие / [А. Афанасьева и др.] / Отв. ред. А. В. Верковский. – Москва : МедиаМир, 2012. – 728 с.
4. Кайда Л. Г. Композиционная поэтика публицистики: учебное пособие / Л. Г. Кайда. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 144 с.
5. Лукина М. Технология интервью: учебное пособие для вузов / М. Лукина. – Москва: Аспект-Пресс, 2003. – 1921 с.
6. Мы опасаемся за свои жизни: полный текст интервью Маргариты Симоньян с «подозреваемыми» в отравлении Скрипалей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://russian.rt.com/world/article/554078-petrov-boshirov-intervyu-rt>
7. Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід, М. М. Пилипинський, К. В. Ленець, І. М. Колесник та інші. – К.: Наукова думка, 1979. – 215 с.
8. Морской : Информационно-развлекательный журнал. – Режим доступу : <https://mtwtu.org.ua/magazine/1>
9. Симоньян М. С. : справочные данные [Електронний ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Симоньян,_Маргарита_Симоновна
10. Слюсаренко М. І. Жанрово-комунікаційні особливості памфлетів Миколи Хвильового доби «Камо грядеши» : дис. ... канд. наук з соціальних комунікацій : 27.00.04 / Слюсаренко М. І. – К, 2015. – 186 с.
11. Смелкова З. С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами: Учебное пособие / З. С. Смелкова, Л. В. Ассукрова, М. Р. Сальникова. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 320 с.
12. Справочник молодого журналиста / [Зотов И. А. и др.] / Отв. ред. А. Ч. Касаев. – Москва : «РИА Новости»; Аиро-XXI, 2010. – 512 с.
13. Толковый словарь русского языка. Д.Н. Ушаков Поиск значения / толкования слов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://поискслов.рф/wd/вытряхнуться>
14. Тертычный А. А. Жанры переодической печати: Учебное пособие / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
15. Халер М. Интерв'ю : Навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.