

SOCIAL COMMUNICATION STUDIES

ТЕАТРАЛЬНЕ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПЕРІОДИЦІ ХХ-ХХІ СТ.: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Галацька В.Л.

*к. філол.н., доц., докторант Інституту журналістики,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

THEATRICAL INTERVIEW IN MODERN UKRAINIAN PERIODICALS OF THE 20th – 21st CENTURIES: THEORETICAL ASPECTS OF RESEARCH

Galatska V.L.

*Candidate of Philological Sciences, Ph.D., Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Journalism, Doctorant.*

Анотація

У статті розглядаються основні напрями розвитку театрального інтерв'ю як ефективної жанрової моделі комунікації в сучасній українській театральній журналістиці. Представлено основні піджанри сучасного театрального інтерв'ю. Визначено поширені жанрові моделі інтерв'ю, що використовуються в українській театральній журналістиці. Проаналізовано основні тенденції розвитку теорії жанру в сучасному журналістичнознавстві, де особливу увагу приділено театральній журналістиці. Розглянуто корелятивні процеси, що пов'язані з розвитком української журналістики, з творчим пошуком авторів у галузі висвітлення сучасних театральних процесів.

Abstract

The article deals with the main trends of development of a theatrical interview as an effective genre model of communication in modern Ukrainian theatrical journalism. Main subgenres of a theatrical interview are presented. Widespread interview genre models used in Ukrainian theatrical journalism are defined. Main trends of genre theory development are analyzed where theatrical journalism is paid special attention. Correlative processes connected with development of Ukrainian journalism, creative author's search in the field of lightening of modern theatrical processes are shown.

Ключові слова: інтерв'ю, театральна журналістика, жанрові моделі, піджанри, моделі комунікації.

Keywords: interview, theatrical journalism, genre models, subgenres, communication models.

Постановка проблеми. Суттєві зміни в соціальному та культурному житті України наприкінці ХХ – ХХІ ст. закономірно сприяли значним змінам в культурних і мовних процесах, обумовлені внутрішніми причинами соціокультурного розвитку суспільства та змінами у комунікації – власне лінгвістичними та екстралінгвістичними факторами. Засоби масової інформації є впливовим соціальним інститутом, що орієнтований та швидко реагує на зміни в суспільстві, в громадській думці, мистецьких смаках аудиторії. Таким чином, саме мистецькі заклади – театри, кінотеатри, картинні галереї швидко реагують на зміни в мовно-культурній картині світу українців.

Актуальність статті саме полягає в тому, що слід дослідити театральні засоби масової інформації, жанрове розмаїття сучасної журналістики, оскільки останні є одним з чинників мовно-культурних змін, завдяки яким аудиторія сприймає нову інформацію, засвоює її та користується нею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку театральної журналістики займалися багато дослідників з різних позицій, як от: розглядали особливості жанру інтерв'ю (В. Іванов, В. Різун, Г. Денискіна, І. Михайлин); класифікація та типологія театральних жанрів; функція та

роль театральної критики та передумови виникнення театральної журналістики (Т. Орлова, М. Кім, І. Іванова); моделі комунікації в театральному спілкуванні (О. Галанова, О. Тертичний, М. Василенко, В. Ворошилов); новації театрального інтерв'ю в сучасній українській пресі (О. Голік, І. Михайлин, Ю. Лазарев).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Об'єктом дослідження в цій статті є сучасна театральна журналістика в Україні, зміни в системі піджанрів інтерв'ю, що пов'язані з соціокультурними, історичними та світоглядними змінами в мистецтві сучасного театру. Відповідно предметом дослідження є жанр театрального інтерв'ю, його особливості, структура та модифікації.

Метою дослідження є огляд традиційних та новітніх підходів до жанру театрального інтерв'ю у вітчизняному та світовому журналістичнознавстві. Визначена мета зумовила завдання статті: схарактеризувати інтерв'ю як жанр сучасної журналістики; накреслити провідні напрями розвитку періодики театральної тематики (на прикладі друкованих видань «Український театр», «Театрально-концертний Київ», «Дзеркало тижня», «Артерія» (Харків) та «Театральна бесіда» (Львів)).

Виклад основного матеріалу. Слово «інтерв'ю», власне, має два значення: метод і жанр. О. Чекишев зауважив, що головним завданням інтерв'ю може й не бути отримання певних відомостей, інформації як такої, а значить, автор не переслідує мету створити текст в межах конкретного інформаційного жанру. Таким є театральне інтерв'ю. Цей різновид розрахований на бесіду,

Бесіда, діалог може передбачати обмін думками, при чому учасники комунікації можуть бути рівнозначними, або один з комунікаторів домінує. Театральне інтерв'ю тяжіє до одновекторності: одна особа намагається отримати інформацію від іншої. Журналіст націлений на отримання цінної для аудиторії інформації, а обмін думками або дискусія стають, якщо не другорядними завданнями, то небажаними (І. Іванова). Театральне інтерв'ю вимагає жорсткого розподілу комунікативних ролей: опитуваний виступає як об'єкт дослідження, журналісти є суб'єктом.

З позицій об'єктивності критерій інформативності не є перевагою театального інтерв'ю: часом в журналістичнознавстві цей жанр вважають ненадійним інструментом, бо характерними ознаками інтерв'ю є суб'єктивність джерела та суб'єктивність сприйняття інтерв'юера. Наприклад, інтерв'ю з Мейхіл Фаулер, де текст підготовлений І. Чужиною. Поряд з традиційним для інтерв'ю діалогом із запитаннями, на початку є власне портретний нарис героя, написаний авторкою тексту, де багато емотивної, оцінної лексики, що створює живий і яскравий образ саме учасників інтерв'ю, наприклад: *запаморочливо яскравий період, повні теки доносів і сексотських рапортів, незабутня моральна дилема* [12, с. 75].

О. Тертичний [9] визначає поряд із власне інформаційним інтерв'ю, бліц-опитуванням і «запитанням-відповіддю» аналітичні різновиди інтерв'ю: аналітичне інтерв'ю, аналітичне опитування, бесіда, анкета. Для театального журналістики, на нашу думку, слушно говорити про відсутність чітких кордонів розподілу на піджанри. У сучасній театральній журналістиці можливі гібридні поєднання, наприклад, моделі «інтерв'ю + нарис», «інтерв'ю + рецензія», «інтерв'ю + репортаж» представлені у журналі «Артерія» (2015), газеті «Дзеркало тижня» (2018). О. Голік зазначає: «Окрім самостійного існування, інтерв'ю активно входить до інших жанрів не лише як додатковий, а саме як основний елемент. Нерідко на сторінках української преси друкуються статті з інтерв'ю. І коли ці уривки запитань-відповідей чергуються з авторським текстом у рівнозначних частинах, це створює якісно новий зразок втілення журналістського задуму. Такий прийом надає публікації динамічності, офіційності й водночас спрощує завдання журналістові-аналітику. Але не можна однозначно сказати, чи не втрачається при цьому (50 % тексту становить авторський виклад, а другу половину – слова співбесідника чи співбесідників) аналітичність статті, її важливість, функціональне призначення» [4].

М. Василенко [2, с.161-162] констатує, що інтерв'ю є інформаційним жанром, що призначений

для передавання інформації переважно у формі діалогу – найчастіше представлений моделлю «запитання й відповідь». Комунікативних позицій інтерв'ю має декілька: позиція інтерв'юера (журналіста) та інших учасників інтерв'ю (співрозмовників). Наприклад, інтерв'ю з Т. Литвиненко з приводу прем'єри в Національному академічному українському драматичному театрі імені Марії Заньковецької, проведене О. Палій. Побудоване за класичною моделлю: запитання (*Чому Ви із національної драматургії обрали для роботи саме драматургію Лесі Українки?*) – відповідь; до структури інтерв'ю також введені оригінальна назва, вступ, є підводка та післяслово – «У пошуках абсолюту» [8, с. 22- 23].

Відповідно до комунікативної моделі М. Василенко виокремлює колективне інтерв'ю (круглий стіл, прес-конференція), інтерв'ю-монолог (як вид – офіційне протокольне), інтерв'ю-звіт, портретне інтерв'ю (інтерв'ю-замальовка), гумористичне інтерв'ю [2, с. 161–170].

Серед жанрових різновидів інтерв'ю також прийнято виділяти такі: інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-діалог, колективне інтерв'ю, інтерв'ю-замальовка, інтерв'ю-нарис, інтерв'ю-анкета [3, с. 68]. Усі названі піджанри сьогодні представлені в театральній українській періодиці.

Якщо йдеться про види інтерв'ю, то варто зважати на їх різноманітність, що залежить від концепції медіа, їх стратегій розвитку, цільової аудиторії тощо. Відповідно до цілей і завдань такого інтерв'ю проводиться попередня підготовка, визначаються особливості поведінки журналіста й інших учасників інтерв'ю, комунікативні техніки проведення бесіди.

Інтерв'ю виокремлюється за обраним способом комунікації. Це може бути прямим, безпосереднім контактом між учасниками спілкування та опосередкованим контактом. У класичному театральному інтерв'ю контакт відбувається синхронно, одночасно, безпосередньо журналіста і співрозмовника – просторовому, візуальному, вербальному. У сучасній журналістиці завдяки появі принципово нових медійних технологій з'явилися можливості дистанційного контакту, тобто опосередкованого спілкування. Наприклад, популярним стає інтерв'ю телефоном (відсутній візуальний контакт), через супутниковий зв'язок (відсутній безпосередній контакт, є дистанційний візуальний).

Слід додати, що багато дослідників (О. Голік, Т. Орлова, В. Іванова, М. Кім та ін.) вбачають майбутнє цього жанру у використанні різних служб Інтернету (електронна пошта, чати, телеконференції). Такий вид інтерв'ювання передбачає існування режимів відкладеної відповіді, відповіді он-лайн, а гарні комунікаційні медіа канали зв'язку дозволяють встановити як голосовий, так і відеокontakt з респондентами.

Театральне інтерв'ю можна також уважати методом отримання інформації. Залежно від мети в журналістичнознавстві виділено основні жанрові моделі. Інформаційне театральне інтерв'ю – піджанр, головним завданням якого є збір матеріалу

для новин мистецької й культурної тематики, інформування про нові події мистецького життя. Умовою успішності такої жанрової моделі є оперативність оприлюднення. Наприклад, для висвітлення нової театральної прем'єри за декілька днів до події вдається опитати достатню кількість учасників події та надрукувати матеріали. В описуваній ситуації з'ясовано час, місце, маркетингові ходи, цінову політику, особливості події тощо. У таких інтерв'ю обов'язковим є шанобливе ставлення до співрозмовника (ввічливість, принципи кооперації й співпраці).

Для такого інтерв'ю існує визначений набір топіків (привітання, прощання, набір ключових запитань хто? що? де? коли? чому? навіщо?). У досліджуваних матеріалах цей комплекс є достатнім для збору фактичних відомостей. Однак у театральній журналістиці сама природа мистецького матеріалу вимагає емоційної складової, тонкого опрацювання сюжету, часом створюються коментарі, що виконують уточнювальні, фільтрувальні функції.

До театрального інтерв'ю журналіст має бути підготовлений, але елемент імпровізації завжди є. Тому, маючи набір готових запитань, журналіст у ході бесіди має покладатись не тільки на власну поінформованість та інтелектуальний багаж, але й на свою спостережливість. Саме так створюються не тільки суто інформативні роботи, але й такі, що порушують проблемні питання розвитку українського театру.

Менш представлений в театральній журналістиці піджанр оперативного інтерв'ю – це різновид інформаційного, але менший за обсягом, де інформація подається стисло. До прикладу щодо прем'єри відомого театру додається висловлювання директора самого театру про статистику гастролейних спектаклів, такий коментар має бути гармонійним та правильно вписаним до контексту сюжету. Можуть також бути використані висловлення театральних критиків, фахівців у галузі, що доповнюють загальну інформацію.

У театральних медіа може бути використаний ще один вид інтерв'ю – блиц-опитування, опитування на місці події. Для такої жанрової моделі характерним є збирання та презентація різних думок з якогось конкретного, як правило, враження від події (прем'єри, гастролі, окремі вистави тощо). У журналістичнознавстві такий вид інтерв'ю часто називають «streettalk», або латинський варіант – «vox pop». Основним алгоритмом такої моделі опитувань є формування корпусу однакових коротких питань або навіть одного питання, яке ставлять якомога більший кількість респондентів, що певним чином мають відношення до освітлюваної театральної події.

Часто журналісти цю жанрову модель інтерв'ю помилково називають соціологічним опитуванням, оскільки в роботі використовується елемент методу конкретних соціологічних досліджень – фіксоване, чітке запитання, яке задають відносно великому числу респондентів. Але випадковість опитуваних, ві-

дсутність репрезентативності (немає мети опитувати різні соціальні прошарки, усе розмаїття соціальних груп).

Часто в театральній журналістиці використовують інтерв'ю-портрет, або персональне інтерв'ю. У цьому піджанрі характерною рисою є спрямованість на конкретну особу, одного героя. Такий вид інтерв'ю потребує попередньої підготовки: бажано не тільки ознайомитись з друкованими матеріалами про майбутнього учасника інтерв'ю, але й зустрітись з людьми, що добре знають героя, а також залучити сторонніх спостерігачів, експертів.

Героєм такого інтерв'ю може стати людина, яка відзначилася та є відомою та популярною в театральному, мистецькому житті країни, до нього є великий інтерес у певній цільовій аудиторії. Можливі також портретні інтерв'ю з так званими «працівниками сцени», які є важливими учасниками театального процесу, часом мають оригінальні погляди на творчий процес, такі інтерв'ю можуть мати елементи мемуаристики. Портретне інтерв'ю велику увагу приділяє деталям: декораціям, інтер'єрам, костюмам, часом стилістичним особливостям мовлення героя, його зовнішності – все це дає можливість сформувати уявлення про індивідуальність і може зацікавити аудиторію.

Варто також звернутися до достатньо нової у вітчизняній журналістиці жанрової моделі інтерв'ю – це креативне інтерв'ю. Працюючи з таким інтерв'ю, журналіст виявляється повноправним учасником діалогу, стає медіатором у комунікації – він передає інформацію. Ця жанрова модель фактично орієнтована на сократівську еристику, коли діалог допомагає виробляти спільне рішення, знаходити суть обговорюваних реалій. Така творча взаємодія учасників комунікації передбачає створення не тільки інформаційного продукту, але й розрахована на включення елементів публіцистично-художніх жанрів. Це включення можливе за умови залучення різних комунікативних каналів: так додаються елементи художнього нарису, есе, а також інтерв'ю додає фрагменти документально-публіцистичних передач, фільмів тощо.

Важливою умовою успішності такого інтерв'ю є особа самого журналіста. Перша умова такого інтерв'ю – великий професійний досвід, творча репутація журналіста. Друге – правильний вибір співрозмовника, за допомогою якого в силу його здібностей, вчинків чи соціального становища журналісту вдається вийти на глибокий рівень узагальнень, побачити в проблемі драму, а в персональній долі – загальнолюдський початок.

Висновки. Театральна журналістика сучасної України продуктивно використовує інформативні та аналітичні жанри інтерв'ю в багатьох модифікаціях, також популярними є новинні жанри в межах інтерв'ю. Отже, варто зробити висновок, що в українській сучасній журналістиці існує розгалужена система жанрових моделей, також активно продукується театральне інтерв'ю в усіх його модифікаціях. Це дозволяє зафіксувати явище гібридизації, яке засвідчує синергетичну складову культурологічної преси сучасної України.

Список літератури

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник / З. Вайшенберг; за загал. ред. В. Ф. Іванова – К. : Академія української преси, 2004. – 262 с.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
3. Ворошилов В. В. Журналистика: учебник. – 2-е издание. – С.Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2000. – 336 с.
4. Голік О. В. Інтерв'ю в українській пресі ХХІ ст. / О. В. Голік. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2312>
5. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – С.Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 355 с.
6. Лукина М. М. Технология интервью : учеб. пособ. для вузов / М. М. Лукина – М. : Аспект Пресс, 2003. – 188 с.
7. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – Вид. 3е доп. і поліпш. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
8. Палій О. «У пошуках абсолюту» / О. Палій // Театральна бесіда. – 2012. – № 2 (30). – С. 22- 23.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. Пособ / А. А. Тертычный – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
10. Техніка інтерв'ю: посібник / Ю. Сарбі, А. Лазарева (адаптація та пер. з фр.) ; Ю. Лазарев та ін. (ред.) ; Інститут масової інформації, Центр підготовки й вдосконалення журналістів. – К. : ПП "Еліс", 2000. – 120 с.
11. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики / О. В. Чекмишев. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2004. – 129 с.
12. Чужинова І. Розмова з дослідницею української радянської богеми 1920-х Мейхіл Фаулер / І. Чужинова // Український театр. – 2017. – № 5-6 – С. 74-77.

ЧАСОВІ ПАРАМЕТРИ МЕДІАПРОСТОРУ В РЕЖИМІ БАГАТОЗАДАЧНОСТІ

Порпуліт О.

Доцент, кандидат філологічних наук, докторант, Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

TIME PARAMETERS OF MEDIA SPACE IN THE MODE OF MULTITASKING

Porpulit E.

Associate Professor, PhD (Philology), Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Анотація

Беручи до уваги факт медіаспоживання у режимі багатозадачності – одночасна взаємодія з декількома девайсами, одночасний «контакт» з декількома медіаплатформами на базі одного девайсу – проведено пілотне опитування серед підлітків з метою верифікації гіпотези: існують певні відмінності між «відчуттям часу», яке виникає при медіаспоживанні в багатозадачному режимі, з одного боку, та при плануванні, організації та «проживанні життя» в реальному світі, з іншого. Безперервність медіапростору в плані генерування, структурування та сприйняття комунікації і інформації становить комфортні умови для перетворення двадцятичотирьохгодинної доби у відрізок часу набагато триваліший.

Abstract

By taking into consideration the fact of media consumption in the mode of multitasking – simultaneous interaction between a few devices, simultaneous “contact” with a few media platforms based on one device – preliminary survey has been made among teenagers in order to verify the hypothesis: there are certain differences between “the sense of time” that appears during media consumption in the mode of multitasking, on the one hand, and while planning, organizing and “living life” in reality, on the other hand. Continuity of media space in terms of generating, structuring and perceiving communication and information create comfortable conditions for turning the 24-hour period of time into a much longer one.

Ключові слова: медіапростір, режим багатозадачності, нелінійність часу, нуліфікування лінійності часу.

Keywords: media space, mode of multitasking, nonlinearity of time, nullification of time linearity.

Спостереження, оприлюднені науковцями ХХ століття щодо скасування й нуліфікування лінійності часу, сьогодні набувають актуального звучання в контексті трансформаційного колапсу струнності, вимірюваності й визначеності часових параметрів

існування сучасника. На думку Ж. Ліповецьки, людина ХХ століття змушена «вигравати час і змагатися з часом» [1, с. 95], оскільки відтепер «кожен прагне жити “вмить”, “тут і зараз”, залишаючись молодим і не бажаючи більше виконувати з себе