

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

*Кафедра журналістики та філології*

**ПІДГОТОВКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ НА АКТУАЛЬНІ**

**ТЕМИ:**

**АВТОРСЬКА ДОБІРКА**

**Writing Journalistic Materials on a Topical Issue: The Author's Collection**

Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «бакалавр»  
студентки спеціальності  
«Журналістика»,  
освітньої програми «Журналістика»  
групи ЖТз-83-0с

**Ковальнової Юлії Миколаївни**

Науковий керівник –

**Сучкова Вікторія Валер`янівна,**  
викладач кафедри журналістики та  
філології

Ковальова Ю. М. Підготовка журналістських матеріалів на актуальні теми: авторська добірка [Відео] : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня «бакалавр» ; спец.: 061 – Журналістика / Ю. М. Ковальова; наук. керівник В. В. Сучкова - Суми : СумДУ , 2022. - 29 с.

Результатом нашої роботи стало відеоінтерв'ю з фотографом Іриною Гайдук, яка розповідає про світ фотографій. Ми дізнались про цікаві факти про професію фотографа, про цікаві моменти, які виникають під час фотосесій, про плюси та мінуси.

**Ключові слова:** телевізійне інтерв'ю, журналістські матеріали, фотографія, фотограф, фотосесія, фотокамера.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА</b> .....	7
1.1. Теоретичні засади (поняття, особливості інтерв'ю). .....	7
1.2. Опис інформаційного продукту .....	10
1.2.1. Структура .....	10
1.2.2. Тематика та ідея .....	10
1.2.3. Інформаційний привід .....	11
1.2.4. Цільова аудиторія .....	11
1.3. Підготовка продукту .....	12
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	14
<b>РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ</b> .....	16
По той бік фотокамери. Інтерв'ю з фотографом Іриною Гайдук .....	16
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	17
<b>ДОДАТКИ</b> .....	18

## ВСТУП

Журналістика в нашому житті відіграє дуже важливу роль. Журналісти збирають, обробляють та розповсюджують інформацію людям. Саме завдяки журналістиці ми дізнаємось про все, що відбувається в світі. Особливо актуальна вона зараз, коли кожен українець слідкує щохвилини за новинами задля своєї безпеки. Та не тільки в Україні, а й на всій планеті хочуть бути у курсі подій.

Що може бути цікавішим за телевізійне інтерв'ю? Та мабуть, нічого. Якщо через текстове повідомлення ми не можемо побачити повну картинку подій, то через екран – навпаки. Це і емоції героїв та журналіста, це і все, що відбувається навкруги, це яскраві картинки, кадри. Саме завдяки візуальним образам, зорової пам'яті ми легше сприймаємо інформацію.

Тому ТВ інтерв'ю – один із найцікавіших жанрів журналістики. Це по-перше про цікаве, по-друге – про актуальне, по-третє – про інтригуюче.

Для нашої кваліфікаційної роботи ми обрали саме цей жанр. Саме за допомогою нього вдалось передати позитив через екран, який викликає фотозйомка.

Тема нашого дослідження «Підготовка журналістських матеріалів на актуальні теми: авторська добірка». Ми створили цікаве інтерв'ю з фотографом Іриною Гайдук, яке має назву: «По той бік фотокамери».

Авторський задум полягає у тому, щоб показати всі сторони професії фотографа та розповісти людям, що не варто боятись фотокамери, не існує такого поняття, як: «Я не фотогенічна/фотогенічний». Всі ми люди індивідуальні. Треба лише знати, як себе показати у камері. А секрет дуже простий та підійде кожному.

**Актуальність.** Актуальність зумовлена тим, що багато професій, особливо зараз, у важкий для нашої країни час, пов'язано з Інтернетом та соціальними мережами. Аби показати себе презентабельно та зацікавити своєю сторінкою, треба мати якісні професійні фото. І в цьому нам допоможе фотограф, який знає всі секрети, як це зробити найкраще. Тому це цікава тема, яка охопить велике коло бажаючих переглянути інтерв'ю. Так само й людей, які хочуть стати фотографом, але не знають, як до цього прийти. Тому кожен знайде цікаве та корисне для себе у цьому журналістському матеріалі.

**Об'єктом роботи** є авторська добірка, а саме - телевізійне інтерв'ю. А також текстовий варіант інтерв'ю.

**Предмет** – це опис особливостей професії «фотограф», плюси та мінуси, секрети вдалої фотосесії тощо.

**Метою кваліфікаційної роботи** є підготовка журналістських матеріалів на актуальні теми та створення авторської добірки.

До **завдань** належить: проаналізувати теоретичні аспекти жанру «телевізійне інтерв'ю»; визначити тему для журналістської добірки; створити її.

#### **Методи роботи:**

- описові (опис такого поняття, як «телевізійне інтерв'ю»);
- аналітичні (моніторинг щодо актуальних тем);
- порівняльні (порівняння особливостей жанру «телевізійне інтерв'ю» з іншими журналістськими жанрами);
- класифікація (підбір необхідної інформації для створення журналістського матеріалу);
- узагальнення (визначення специфіки та принципу написання жанру ТВ інтерв'ю).

**Новизна роботи** полягає у створенні унікальної добірки журналістських матеріалів на актуальну тему, таких як: «телевізійне інтерв'ю», а також «інтерв'ю у формі тексту».

**Структура дипломної роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дипломної роботи 20 сторінок. Є додатки обсягом 2 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

У цьому розділі розкриваються поняття «телевізійне інтерв'ю» та особливості цього журналістського жанру.

Також описується інформаційний продукт. Визначається тематика, ідея, цільова аудиторія та інформаційний привід.

### 1.1. Теоретичні засади (поняття, особливості інтерв'ю)

Якщо досліджувати семантику англійського слова «interview», воно складається з префікса «inter» – взаємодія, та кореня «view» – одне зі значень – погляд, думка. Отже, інтерв'ю можна визначити як обмін думками, поглядами, фактами, відомостями. Але обмін фактами про вартість картоплі на ринку чи відомостями про плани на день навряд чи можна назвати справжнім журналістським інтерв'ю.

Дослідниця М. Лукіна розмірковує про журналістське інтерв'ю в такий спосіб: «Інтерв'ю журналіста зі співрозмовником є розмовою двох людей не просто заради обміну відомостями, а з метою створення нового інформаційного продукту – актуального, суспільно важливого, призначеного для публікації». І, відповідно, подає власне визначення інтерв'ю: «Інтерв'ю – це міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації і виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства».

Телевізійне інтерв'ю – це аудіовізуальний продукт, що виникає у процесі спілкування журналіста зі спікером на теми, актуальні та цікаві для глядача, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов в ефір наживо або у запису.

Головним і єдиним об'єктом інтерв'ю є інтерв'юваний. Саме на нього спрямовується вся увага, розкривається його постать (якщо говорити про портретне інтерв'ю). Але головним в цьому жанрі завжди повинен бути журналіст. Від нього залежить, яку інформацію врешті-решт отримає аудиторія: чи дізнається щось нове, чи захопиться цим інтерв'ю і захоче дочитати/дослухати/додивитися до кінця, чи знайде в цьому діалозі тему для власних роздумів. Окрім того, що журналіст повинен задовольнити потреби своєї аудиторії, він мусить показати свою майстерність та освіченість співбесіднику. Герой повинен розуміти, що інтерв'юєрові цікава його думка, його особистість, що журналіст готувався до цієї розмови. А для того, щоб це трапилось й інтерв'юваний хотів, по-перше, щось розповідати, бути відвертим, а по-друге, не роздумуючи погоджуватися на наступні інтерв'ю, журналіст мусить завжди бути підготованим до будь-якої розмови із будь-ким [2, 245].

Адже робота над телевізійним інтерв'ю не починається, коли вмикається камера, і не закінчується словами: “Дякую за розмову. До побачення!”. Справжня робота над інтерв'ю розпочинається від того моменту, як журналіст дізнається, з ким розмовлятиме. Тоді він починає вивчати особистість героя. Перечитувати, переглядати всі його інтерв'ю, виявляти теми, на які герой спілкується охоче, а на які не дуже, які запитання його відверто дратують, а які, можливо, ще донині ніхто не ставив. Також важливо запам'ятовувати якісь цікаві деталі, аби перепитати про них у героя під час розмови, і, тим самим підкреслити свою небайдужість, і підготованість саме до цього діалогу [1, 105].

Інтерв'ю в друкованих ЗМІ подати легше, його можна перекроювати, допоки не досягнуто ідеального стану. На телебаченні такої переваги журналісти не мають, особливо у прямому ефірі. Телевізійники розуміють, що стали заручниками розвитку технологій. І вже з перших хвилин в ефірі глядач може помітити будь-яку помилку, неточність та хвилювання журналіста [3].



Австралійська дослідниця Барбара Елісен у своєму посібнику “Телевізійний репортер” відвела інтерв’ю окремий розділ. Вона описує документальний вид жанру, розглядає відкриті та закриті запитання, аналізує роботу журналіста від задуму до відтворення матеріалу [7]. Дослідниця зазначає, що незважаючи на засоби відтворення жанру, є спільна риса для будь-якого інтерв’ю – журналіст обов’язково повинен слухати і вслуховуватись в те, що говорить респондент, і якщо він почує щось цікаве та захоплююче, повинен швидко змінити тактику та напрям розмови. Також у посібнику наведено поради відомих австралійських радіо та телеведучих. Наприклад, Еріх Махер – керівник провідної сіднейської радіостанції, говорить, що журналістові не треба думати “тупе те чи інше питання, чи ні”. Адже те, що вам може здаватися банальним і зрозумілим, для глядача стане певним відкриттям. Журналіст завжди, обдумуючи матеріал, мусить ставити себе на місце аудиторії.

Загалом, для жанру телевізійного інтерв’ю найбільш характерними є такі мовностилістичні засоби, як епітет, метафора, гіпербола, плеоназм, уособлення, повтор, інклюзив, іронія. Натомість, різняться між собою в плані використання образотворчих засобів різні види інтерв’ю. У політичному інтерв’ю домінуючу роль відіграють метафора, епітети. Особливо привертають увагу численні політичні метафори, яких ми інколи навіть не зауважуємо внаслідок їх тривалого і систематичного вживання у певній загальноприйнятій формі. Інформаційне інтерв’ю за своєю природою досить схоже до політичного, однак дещо відрізняються сюжети на соціально-побутову тематику. Культурне та розважальне інтерв’ю, натомість, привертають увагу нагромадженням метафор. У меншій кількості тут знаходимо метонімію, однак часто присутнє уособлення.

## **1.2. Опис інформаційного продукту**

### **1.2.1. Структура**

Структура — це засіб зв'язку елементів у системі, які забезпечують її спрямоване функціонування та усталеність.

Бакалаврська робота поділяється на дві частини: пояснювальна записка та інформаційний продукт. До складу I частини входять теоретичні засади, опис інформаційного продукту (структура, тематика та ідея, інформаційний привід та цільова аудиторія) та список використаних літератури із 7 джерел. II частина – творчий доробок – складається із телевізійного інтерв'ю та текстової версії цього ж інтерв'ю для публікацій у ЗМІ :

«По той бік фотокамери. Інтерв'ю з фотографом Іриною Гайдук».

Обсяг інтерв'ю: 25 хвилин 23 секунди.

Обсяг текстової версії: 1 сторінка.

Крім зазначених пунктів, робота містить такі невід'ємні частини як зміст, вступ і висновки.

### **1.2.2. Тематика та ідея**

Ми обрали телевізійне інтерв'ю з фотографом, тому тематика безпосередньо – фотографування, фотосесії. Це цікава тема як і для молоді, так само й просто для людей, які зацікавлені в тому, як зробити якісні фото та цікавляться даною професією.

Щоб будь-який матеріал отримав ідейне звучання, для цього журналісту потрібно визначитися у своїх моральних або ж ідеалогічних цінностях, думок щодо чогось, поглядів на життєву ситуацію, на яку він натрапив, за допомогою

вираження власного ставлення до цих моментів. І саме ідея у цьому випадку завжди виступає як показчик до вирішення проблеми, навчає читача, як потрібно робити, а як – ні.

Ідеєю роботи «По той бік фотокамери. Інтерв'ю з фотографом Іриною Гайдук» є показати всі плюси та мінуси професії «фотограф»; цікаві моменти під час фотосесій; секрети від експерта, як відчувати себе впевнено, комфортно у кадрі та показати себе з кращої сторони.

Це досить цікава та корисна тема, навіть як для нас, журналістів, які хочуть бути у центрі уваги. Адже, зараз майже кожен сидить у соціальних мережах та слідкує за новинами. А якщо у вас є сторінка у мережі Інтернет, де тільки якісні професійні фото, то вами будуть цікавитись та спостерігати.

### **1.2.3. Інформаційний привід**

Інформаційним приводом стало те, що Ірина Гайдук не лише мешканка міста Суми, а й професіонал своєї справи. Вона чудовий фотограф, яка своїм життєвим шляхом надихає на те, що ніколи не пізно змінити свою основну діяльність та ризикнути займатись тим, до чого лежить душа. Тому ми захотіли, щоб саме вона поділилась своєю історією та мотивувала нас робити те, що нам дійсно хочеться, а також навчила сприймати себе на фотографіях.

### **1.2.4. Цільова аудиторія**

Тут складно сказати, кому підходить ця тема, а кому – ні. Бо фотографії в сучасному світі охоплюють кожного. Отже, всіх зацікавить інтерв'ю з фотографом, яка розповість багато чого цікавого та корисного для кожного із нас. Але все ж таки, цією темою буде користуватись здебільшого молодь. Саме ця категорія населення найбільше із усіх інших приділяє увагу соціальним

мережам, а тому вони зацікавлені в тому, щоб фотографії були якісні, яскраві, звертали на себе увагу інших користувачів Інтернету. У цьому завжди готові прийти на поміч професійні фотографи, які знають, як передати через фотокамеру вашу енергетику, аби нею можна було привернути до себе інших та зробити так, аби вони зацікавились вами.

У сучасному світі ми маємо змогу зафіксувати всі свої життєві моменти на фото. Тому, інтерв'ю підійде не тільки для публічних персон, а й просто для всіх, кому подобається фотографуватись.

Окрім цього, кожен бажаючий стати фотографом або просто фотограф, який хоче взяти для себе щось нового, - коли побаче цей ролик, то стовідсотково не омине його.

### **1.3. Підготовка продукту**

Це було моє перше інтерв'ю на камеру. Тому готувалась я заздалегідь, обмірковуючи над кожним своїм кроком: про що говорити, як одягнутись, як посміхатись, куди дивитися, як себе поводити та багато т.п. питань, які з'являлись у голові.

Хочемо сказати, що журналістам потрібно бути готовим до того, що плани можуть швидко змінитись та потрібно буде оперативно підлаштуватись під обставини. Так відбулось й у мене:

Спочатку готувались взяти інтерв'ю у власниці салону краси. Підготували заздалегідь питання, які було б цікаво задати, обговорили вже час та місце зустрічі. Але за день до інтерв'ю мені зателефонували та повідомили, що ця жінка захворіла та інтерв'ю на цей же час (наступний день) будемо брати у фотографа. Нею виявилась Ірина Гайдук. Мені за день довелось швидко підготувати інші питання на абсолютно іншу тему. І робити це потрібно було дуже швидко, щоб встигнути надіслати питання Ірині, аби вона була в курсі того, про що будуть питати.

Першим етапом - ми ознайомились з інформацією на сторінці у соцмережі Instagram, аби знати, що ця людина собою представляє та для того, щоб вже не питати того, що й і так всюди розміщено.

Наступним кроком я взяла телефон та зіставила список питань, які було б цікаво задати фотографу. Поставила себе на місце людини, яка буде дивитись це інтерв'ю та обрала питання, які цікавили мене особисто. Не можу сказати, що це було складно. Питання одне за одним з'являлись у моїй голові. Тому тут складнощів не виникло.

Після того, як список був готовий, ми надіслали його Ірині Гайдук та ще раз погодили час та місце зустрічі.

Коли я вже приїхала на інтерв'ю, то було лише кілька хвилин, поки оператор налаштовував камеру, познайомитись з Іриною особисто.

Найскладнішим було в перші хвилини зрозуміти з чого розпочати та куди дивитись. Але незабаром хвилювання зникло, і я почувала себе комфортно.

Окрім, підготовлених питань, з'являлись багато нових під час розмови. Важливим було не просто вести інтерв'ю у формі «питання – відповідь», а у формі бесіди. Ми не помітили, як минула година. Це було дуже цікаво. Я була задоволена результатом. Немає нічого складного. Потрібно бути впевненим у своїх силах, активним у спілкуванні, - і все вийде.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посіб. / Зенон Дмитровський. – Львів: ПАІС, 2009. – 224 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник // Міністерство освіти і науки України, Львівський національний університет ім. І. Франка / В. Й. Здоровега. 2-ге вид., переробл. і допов. Л.: ПАІС, 2004. 268 с.
3. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний поради́ник // переклад з англ. Андрія Іщенко / Рене Дж. Каппон. К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2005. 158 с.
4. Муратов С. А. Телевізійне спілкування в кадрі і за кадром / С. А. Муратов. М.: Аспект Пресс, 2003.
5. Святовець В. Художня деталь і подробиця у творчому процесі : навч. посібник / В. Святовець. – К., 1997. – 49 с
6. Сербенська О. Образотворчі засоби в публічному тексті ( матеріали до словника) / Олександра Сербенська // Теле- та радіожурналістика. – Вип. 12. – 2013. – С. 225–238.
7. Alysen B. The Electronic Reporter: broadcast journalism in Australia / B. Alysen. Sydney: UNSW Press, 2012. 305 p.

## РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

### По той бік фотокамери. Інтерв`ю з фотографом Іриною Гайдук

[https://www.youtube.com/watch?v=r\\_W7M\\_rjzFY](https://www.youtube.com/watch?v=r_W7M_rjzFY)

Ми поспілкувались з милою та позитивною дівчиною, фотографом – Іриною Гайдук. Вона поділилась своїм творчим шляхом та розповіла секрети вдалої фотосесії.

Тривалість інтерв`ю: 25 хвилин 22 секунди.

Окрім телевізійного інтерв`ю ми ще підготували текстову версію для публікації у ЗМІ (розмістили у Додатках).

## ВИСНОВКИ

Журналістика – багатогранна. Її можна роздивитись з різних сторін і різними способами. Ми обрали саме у формі телевізійного інтерв'ю. І не помилились з вибором.

Інтерв'ю – це дійсно цікавий жанр журналістики, за допомогою якого можна дізнатись багато нового. Окрім отриманої інформації, ми слідкуємо за емоціями людей, як вони реагують на ту чи іншу ситуацію. Тобто, можемо не тільки представляти, а й побачити та відчувати їх ставлення. І це вражає. Телевізійне інтерв'ю - це не просто передача інформації, а - творчий процес.

Журналіст виступає не тільки у ролі «журналіста», а й у ролі «психолога». Перед ним стоїть завдання розкрити людину, привернути до себе, знайти ті самі точки дотику, аби вона розповіла набагато більше, ніж планувала. Саме тоді можна дізнатись багато чого ексклюзивного. А як ми знаємо, це не просто – витягнути з незнайомої людини за короткий проміжок часу таку інформацію.

Тому, це не просто «питання – відповідь». Це щира бесіда між інтерв'юером та людиною, у якої беруть інтерв'ю. І що як не дивно, теми підбираються завжди цікаві та актуальні.

Нам пощастило поринути у «світ фото». Ми познайомились з професіоналом своєї справи Іриною Гайдук та роздивились професію фотографа ближче. Дізнались про всі плюси та мінуси, з яким може зіткнутись будь-який фотограф. Також отримали відповідь на питання багатьох, кому подобається фотографуватись, щодо «робочої сторони» обличчя. Можна почути майже чуть не від кожного: «У мене це не робоча сторона» або: «Я не подобаюсь собі на фото». Але ж, якщо знати, з якого ракурсу показати себе у камері і вдало підібрати кадр, то все це - нісенітниця.



Отже, це був цікавий досвід. Він стане корисним для нас, як й для журналістів. Бо нам також потрібно мати якісні світлини та обов'язково знати про вдалі кадри, особливо, якщо це журналіст на телебаченні. Тому, вся отримана інформація і досвід такого інтерв'ю стовідсотково не стане на заваді.

## ДОДАТКИ

## Текстова версія

### «Фотографія – швидкий спосіб зробити класну картину»

Ю.К. – Кожен із нас мріяв в дитинстві кимось стати. Ти мріяла стати фотографом чи кимось іншим?

І.Г. – Чітко не пам'ятаю, ким я мріяла стати в дитинстві. Пам'ятаю, що думала і завжди планувала стати бізнес-леді. У мене завжди були якісь такі ідеї. Також подобалась журналістика, але це вже в старших класах. Потім все так закрутилось і після свого навчання вирішила все ж таки стати фотографом.

Ю.К. – Це досить цікавий вид діяльності. Ти проходила спеціальні курси?

І.Г. – Курси по фотографії я не проходила. Я самоучка. Весь час якось вчилась сама, щось дізнавалась, пізнавала нове. Зараз також самовдосконалююсь: ходжу на воркшопи, курси, намагаюсь дізнатись якомога більше інформації.

Ю.К. – Ти досить така ініціативна. Скільки ти вже займаєшся фотографіями?

І.Г. – Близько десяти років. А ось комерційною фотографією трохи менше. Тому, що спочатку займалась в студентські роки для себе, а потім вже почала брати якісь замовлення. Але робила перерву на флористику, не весь час займалась фотографіями. А потім повернулась все ж таки до фотографування і останні три роки працюю тільки в цій сфері.

Ю.К. – З чого ти починала? Це були фотографії природи, міста або можливо домашнього улюбленця?

І.Г. – Розпочинала, як і всі, з домашнього улюбленця, це класика. Тренувалась, вивчала якісь налаштування камери. Також фотографувала місто, природу, але природа мене якось менше зацікавлювала. Тому відразу розпочинала з портретів людей.

Ю.К. – У тебе є домашній улюбленець, так?

І.Г. – Так, у мене є домашній улюбленець. Це кіт, але зараз майже не фотографую. Лише інколи на телефон, якщо класні моменти, а так камеру якось лінь діставати. До речі, фотографувати тварин – це найскладніше, з мого досвіду. Хоча я думала, що це буде найлегша зйомка. Але каталожна зйомка котів – це окрема галузь. Тому, потрібно знати всі нюанси, як їх фотографувати, як виставляти, бо тварина - не людина, вона не буде просто рівненько сидіти на одному місці.