

УДК 007: 304: 070

Н.В. Симоніна

СУЧАСНІ ТЕХНІКИ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ПОРТРЕТНОГО ІНТЕРВ'Ю

У статті висвітлено сучасні підходи до створення телевізійного портретного інтерв'ю. З огляду на узагальнення досвіду світових дослідників журналістикознавства та практики існування телевізійного портретного інтерв'ю в ефірі українських телеканалів, наведено аргументи на користь застосування нових телевізійних технологій проведення інтерв'ю. Подано визначення телевізійного портретного інтерв'ю, наведено історію появи портретного інтерв'ю на європейському телебаченні, проаналізовано сучасні програми в цьому жанрі на українському телебаченні. Запропоновано принципи роботи з героями телепрограм у жанрі інтерв'ю; наведено навички, якими має володіти сучасний журналіст для створення телевізійного портретного інтерв'ю, а також систематизовано нові прийоми в роботі над програмами в жанрі інтерв'ю.

Ключові слова: телебачення, інтерв'ю, портрет, інтерв'юер, інтерв'юент.

I. Вступ

Інтерв'ю – один з найбільш журналістських жанрів. За допомогою запитань та відповідей на них журналіст отримує нову інформацію, а за посередництва журналіста й ЗМІ цю інформацію отримують її споживачі: читачі, слухачі та глядачі. За змістом варто розрізняти інтерв'ю інформаційне, аналітичне й портретне. Перші два види інтерв'ю можуть існувати в будь-якому ЗМІ. А от портретне є найбільш телевізійним і менш характерним для друкованих видань та радіо. Портретне інтерв'ю покликане створити образ героя, розкрити його характер, показати, який він є насправді. Саме для розкриття характеру героя є необхідними не лише ті слова та думки, які він висловлює, а й те, яким чином він це робить: якою мімікою та виразом обличчя супроводжуються його слова, якими жестами, як він реагує на ті чи інші запитання журналіста. У такій ситуації важливіше не *що* говорить героя, а *як*. Викликати в глядачів враження та асоціації без телебачення практично неможливо. Саме тому для історії про героя в пресі й на радіо вибирають жанр портретного нарису, де цитати героя чергуються з текстом журналіста, який обов'язково описує словом емоції співрозмовника, ситуацію, атмосферу, в якій проходить інтерв'ю.

Телевізійне інтерв'ю за формою можна поділити на два типи – “власне інтерв'ю”, що може існувати як самостійна програма, в якій у кадрі присутній і інтерв'юер, і інтерв'юент, і “синхрон”, що є складовою телевізійних сюжетів. Портретне інтерв'ю на телебаченні записують під синхрон для створення телевізійного портретного нарису, і, на відміну від нарису, для радіо та преси, закадрований журналістський текст на телебаченні

супроводжується відеорядом, що характеризує героя. Але тільки на телебаченні може ефективно існувати “власне інтерв'ю” в стилістиці “запитання-відповідь” у вигляді самостійної телепрограми або окремої рубрики певної програми.

Практично всі науковці, які досліджують тему інтерв'ю, виділяють інтерв'ю-портрет в окремий жанр. Так, зокрема, професор Лейпцизького університету Міхаель Халер зазначає: “Якщо співрозмовник настільки цікавий своєю манерою поведінки, своєю біографією або способом життя, що інтерв'юер вважає обов'язковим описати все це для своїх читачів, то в такому разі рекомендується використовувати форму **портрета особистості**” [3, с. 320]. Дослідник наголошує на тому, що для створення портрета потрібні не лише цитати, а й дії, вказівки на те, як він говорить, спостереження за зовнішнім виглядом і оточенням особистості, інформація щодо історії життя співрозмовника. М. Халер акцентує увагу на тому, що пряма мова повинна містити не факти, а особисті погляди, переконання й відчуття співрозмовника, і робить висновок про те, що текст матеріалу з портретним інтерв'ю повинен містити **оцінний** елемент: читачі мусять у процесі читання дізнатися, як інтерв'юер сприймає свого співрозмовника [3, с. 320–321].

Якщо перекласти сентенції М. Халера телевізійною мовою, виходить, що функції слова, друкованого тексту журналіста в ситуації з інтерв'ю-портретом виконує камера. У телевізійному інтерв'ю-портреті не потрібно описувати словами, *як* говорить співрозмовник, *що* він при цьому робить, як реагує на запитання (сміється, піднімає брови). Усе це передає телевізійна камера.

Британська мовна корпорація (Бі-Бі-Сі) виділяє інтерв'ю з особистістю як один з

дванадцяти типів інтерв'ю. “Інтерв'ю з **особистістю** може бути коротким інтерв'ю із зіркою на її улюблену тему, тобто про неї саму, або це може бути довший, докладніший і навмисно відвертий біографічний матеріал. Інтерв'ю – це проникнення в особисте. Щоб зменшити захисну реакцію людини до того рівня, коли вона сама стає вразливою, але відчуває себе достатньо захищеною з інтерв'юером, щоб відповідати на такі запитання, як “Чи вірите Ви в Бога?” і “Чи хотіли Ви коли-небудь скінчити життя самогубством?”, інтерв'юер має поєднувати в собі проникливість психіатра і співчуття священика на сповіді” [1, с. 125].

Російська дослідниця М. Лукіна також виділяє “інтерв'ю-портрет” в окрему категорію: “Інтерв'ю-портрет, чи-то персональне інтерв'ю (“профіль”) – сфокусоване на одному герої. Героєм такого інтерв'ю має стати людина, яка виявила себе в певній сфері суспільної діяльності та привертає увагу широкої публіки. Рідше можна зустріти портретні інтерв'ю з так званими “простими людьми”, які повинні в чомусь себе виявити або бути дуже типовими. Велике навантаження несуть і деталі побуту, інтер'єру, одягу, особливості мовлення героя – все те, що формує індивідуальність, і те, що повинно бути донесене до читача” [2, с. 19].

II. Постановка завдання

З метою зближення теорії та практики телебачення, необхідно дати визначення сучасному телевізійному портретному інтерв'ю, проаналізувати виникнення й досвід створення телепередач у жанрі портретного інтерв'ю у світі та на українському телебаченні, виокремити новітні журналістські прийоми й техніки створення портретного інтерв'ю, зорієнтованого на сучасну телевізійну аудиторію.

III. Результати

На основі аналізу попередніх праць науковців та сучасної журналістської практики визначення телевізійного портретного інтерв'ю виглядатиме так: **телевізійне портретне інтерв'ю – це самостійний телевізійний продукт співпраці журналіста й героя програми, створений за допомогою запитань інтерв'юера та відповідей інтерв'юента, що являють собою бесіду рівноправних співрозмовників, з метою формування телевізійного образу та психологічного портрета інтерв'юента.**

Перші прояви портретного інтерв'ю на телебаченні з'явилися в США. Гостей запрошували до студій ранкових програм, проводили інтерв'ю, головною темою якого був сам гість студії. Такий формат і досі існує в ранкових шоу, зокрема, в Україні.

Першою телевізійною програмою в жанрі портретного інтерв'ю, що з'явилася в Європі, стала програма “Face to Face” (“Облич-

чям до обличчя”). Вона вперше вийшла в ефір на Бі-Бі-Сі в 1959 р. й одразу стала знаковим телевізійним продуктом того часу. Ідея шоу належить продюсеру Х'ю Барнету. Ведучим програми став Джон Фрімен, колишній політик і редактор журналу “The New Statesman” (“Новий державний діяч”). Програма існувала в ефірі протягом трьох років (1959–1962 рр.), за цей час в ефір вийшли 35 програм з відомими особистостями того часу. Серед інтерв'юйованих були британський комедійний актор Тоні Хенкок і психолог Карл Юнг, борець за права темношкірих Мартін Лютер Кінг і британський художник Генрі Мур, сценограф Сесіл Бітон і перший генеральний директор Бі-Бі-Сі Джон Рейт (саме в цій програмі, на той момент уже “гендиректор у відставці”, відомий своїм негативним ставленням до телебачення, вперше з'явився на телеекрані). Цікаво, що серед 35 героїв програми було лише двоє жінок – британська письменниця Едіт Сітуел та французька актриса Симона Сіньоре.

Формат програми був побудований таким чином. Обличчя інтерв'юера Джона Фрімена практично ніколи не потрапляло в кадр, хіба що дуже рідко (3-4 рази за програму, хронометраж якої міг становити до 40 хвилин), коли камера брала план, де було ззаду видно голову й плече ведучого, точніше, гість програми був показаний “через плече” ведучого. В основному камери були сконцентровані на об'єкті інтерв'ю, час від часу в кадрі з'являлися дуже крупні плани обличчя інтерв'юйованого або деталі, наприклад, сигарета, яку нервово курить гість.

Шоу було популярним і часом навіть суперечливим. Це був новий стиль ведення інтерв'ю. Запитання лунали тільки за кадром. Це давало можливість постійно тримати в кадрі тільки гостя, і глядач мав можливість бачити емоційну реакцію гостя на кожне запитання, на кожне слово ведучого. Гості були зняті досить крупними планами, у жорсткому світлі, що нагадувало атмосферу допиту. Проникливі запитання, що часом нагадували розвідку, робили ці інтерв'ю абсолютно не властивими тому часу. Завдяки відповідям на запитання особистісного характеру й емоціям гостя, який постійно перебував у кадрі, перед глядачами складався психологічний портрет інтерв'юйованого. Такого на той момент на телебаченні ніхто не робив. Тоді більшість інтерв'ю використовували для інформаційних телепрограм, вони мали фактологічний характер.

У 1989 р. програма “Обличчям до обличчя” відновила своє життя на Бі-Бі-Сі з новим ведучим. Ним став відомий телепродюсер Джеремі Айзекс. Незважаючи на те, що після останнього випуску минуло 27 років, програма була відновлена в тому самому форматі, що передбачав відсутність у кадрі

ведучого, крім уже знайомих “планів через плече”, запитання ведучого лунали так само за кадром. Стилїстика ведення інтерв’ю була подібною до стилїстики Джона Фрімена. Відроджене шоу існувало в ефірі значно довше за першу версію – протягом 9 років (до 1998 р.) [4].

Для німецької журналістики нововведення в стилі інтерв’ю були започатковані журналістом Гюнтером Гаусом. На початку 1960-х рр. він створив серію передач “Zur Person”. У 1958–1961 рр. Гюнтер Гаус обіймав посаду редактора журналу “Шпігел” і впродовж цього часу провів п’ять бесід для нього. А в 1963 р. він перейшов на Друге німецьке телебачення (ЦДФ) і почав працювати в головному відділі політики та поточних подій над проектом, який керівник відділу Ханс Херберт Вестерманн запровадив з певним побоюванням щодо його успішності: портретування важливих особистостей за допомогою інтерв’ю [3, с. 50].

У квітні 1963 р. Друге німецьке телебачення (ЦДФ) розпочало трансляцію щомісячної передачі “Zur Person – Porträts in Frage und Antwort” (“До особистості – портрети в запитаннях та відповідях”). Своєю технікою запитань і мірою управління перебігом розмови Гюнтер Гаус із самого початку дав зрозуміти: співрозмовник повинен розкритись перед глядацькою аудиторією, але одночасно не скомпрометувати себе. “Мій співрозмовник повинен не наводити мені аргументи, а **розповідати про себе**, – пояснював Гаус, – звісно, **розповідати не те, що йому видається корисним** з позиції його становища в суспільному житті як самореклама, а – орієнтуючись на мої запитання – **розповідати про ті сторінки своєї біографії, де його досвід може слугувати прикладом, навіть більше того: прикладом як хорошого, так і поганого**” (виділ. – С.Н.) [3, с. 51].

На Центральному телебаченні СРСР у 1986–1993 рр. виходила одна з перших програм у жанрі телевізійного портретного інтерв’ю – “Телевизионное знакомство”, її ведучим був естонський і радянський журналіст Урмас Отт. Він проводив бесіди з відомими людьми сучасності. Це була перша спроба розкрити особистість на екрані, і можливою вона стала завдяки часам перебудови. За радянських часів увага до особистості не могла бути основою телевізійної програми, це суперечило пропагандистському характеру радянського телебачення. У 1998–1999 рр. Урмас Отт знову з’явився на екрані, цього разу телеканалу “Россия” з авторською програмою-інтерв’ю “Урмас Отт с...”. На цей момент на російському телебаченні жанр портретного інтерв’ю представлений програмами “Познер” (“Первый канал”), “Наши со Львом Новоженовым” (“НТВ”), до

колективного портретного інтерв’ю можна зарахувати й програму Тимура Кізякова “Пока все дома” (“Первый канал”).

На українському телебаченні одним з перших, хто започаткував програму в жанрі портретного інтерв’ю, став Дмитро Гордон. Його авторська телепрограма в жанрі портретного інтерв’ю “В гостях у Дмитра Гордона” виходить на різних телеканалах України вже понад 10 років (з 2000 р.). Жанр портретного інтерв’ю в різні часи представлений на українському телебаченні програмами “Позаочі” (ведуча Юлія Литвиненко, “Інтер”), “Ткаченко.ua” (ведучий Олександр Ткаченко, «Студія “1+1”»), “Дивись, хто прийшов!” (ведуча Наталія Симоніна, “ТЕТ”). У 2010 р. з’явилася в ефірі телепрограма “Глибинне буріння” з Андрієм Пальчевським (“Перший національний”). Портретні інтерв’ю часто є складовими, рубриками ранкових розважальних програм, таких як «Сніданок з “1+1”» («Студія 1+1»), “Новий ранок” (“Інтер”), “Гутен морген” (“М-1”).

Оскільки портретне інтерв’ю є продуктом співпраці журналіста й героя програми, спробуємо охарактеризувати цих персонажів. Героєм портретного інтерв’ю найчастіше може бути публічна людина, чиї судження, поведінка, особисте життя можуть бути цікавими для глядачів. Публічна людина – це і політик, і зірка шоу-бізнесу, і актор театру та кіно. Популярна публічна людина – це зірка, впізнавана особистість. У світі є чимало цікавих людей, чиї судження та поведінка могли б зацікавити телевізійну аудиторію, втім, досвід підказує: ефірного часу замало для того, щоб пояснити, хто в студії й чому. Зображальна природа телебачення характерна тим, що глядач спочатку бачить зображення героя, і залежно від того, впізнає його чи ні, миттєво приймає рішення: дивитися далі чи перемикає канал. Якщо це обличчя глядач бачив у серіалах, відеокліпах, на сцені, зазвичай, він затримується і прислухається до розмови. Якщо це людина невідома, втримати увагу глядача практично неможливо.

Зазвичай програма в жанрі портретного інтерв’ю орієнтується на широку аудиторію – за віком від 18 до 54 років, за соціальним статусом – сімейну, із середнім і вищим за середній рівнем достатку. Реальною аудиторією подібних програм є представники старшого покоління, часто від 50 років, переважно жінки, пенсіонерки та домогосподарки. Зорієнтувати подібну програму відповідно до аудиторії дуже важливо, оскільки від цього залежить, яких публічних людей запрошувати – якого віку, популярних і авторитетних серед представників якої аудиторії за віком, статтю, соціальним станом. Загалом, чим більша зірка, тим вищий рейтинг програми.

Для журналіста проблема спілкування із зірками існує у двох площинах. Перша – авторитет зірки, яка може затьмарити своєю присутністю в студії журналіста; така зірка може поводити себе зверхньо, ставитися до інтерв'юера поблажливо, з висоти свого досвіду, особливо, якщо журналіст молододосвідчений. Друга проблемна площина: часто зірки, які вже дали не одне інтерв'ю у своєму житті, дуже добре знають, яким чином на які запитання вони відповідають, тому розмова виходить “заштампованою” й нецікавою. Більше того, зірки вміють уникнути небажаних запитань і знають, яким чином взагалі не відповідати на гострі запитання.

Ведучим програми в жанрі портретного інтерв'ю повинен бути досвідчений журналіст, який має високий рівень ерудиції та інтелекту, здатний підтримати бесіду на будь-яку тему. Бажано, щоб цей журналіст мав досвід ведення подібних програм або певний телевізійний авторитет, тобто не був телевізійним дебютантом, це дасть можливість йому самому вільно почувати себе в кадрі, що є надзвичайно важливим для цього жанру, і передавати свою впевненість запрошеному гостю. Важливо, щоб журналіст був господарем студії, а його співрозмовник почував себе гостем.

Загальна тональність портретного інтерв'ю частіше буває м'якою, ніж жорсткою. Зазвичай у сприятливій, теплій, м'якій атмосфері героєві простіше розкрити свою сутність, він не боїться інтерв'юера, не боїться наслідків того, що він може сказати.

До портретного інтерв'ю потрібно готуватися більш ретельно, ніж до будь-якого іншого виду інтерв'ю. Необхідно зібрати максимальну кількість інформації про героя: вивчити його біографію, ознайомитися з творчістю, перечитати попередні інтерв'ю – це дасть можливість зрозуміти, яким чином герой відповідає на певні запитання. Чимало інформації може дати попередня зустріч з героєм, але в телевізійному процесі часу на це не вистачає, навряд чи знайдеться час на таку зустріч і в графіку зірки. До того ж, якщо до участі в програмі запрошена зірка, про неї відомо досить багато, і навряд чи зустріч дасть додаткову інформацію. Варто зустрітися або отримати інформацію від оточення зірки – її друзів, родичів, колег по роботі. Ця інформація може бути корисною й новою порівняно з тим, що вже відомо.

Наступний момент у підготовці інтерв'ю – узгодження запитань. Часом потенційні герої програми можуть ставити обов'язковою умовою участі в програмі попереднє ознайомлення із запитаннями, які будуть поставлені в програмі. Якщо йдеться про портретне інтерв'ю, авторів або редакції будь-що потрібно уникнути цієї перспективи. Узгодження запитань завжди відчувається в ефірі, під час запису. Герой починає говори-

ти заготовленими, завченими реченнями, втрачається елемент новизни, а найголовніше – зникають емоції, без яких портретне інтерв'ю, той портрет, що формується в результаті інтерв'ю, буде неповним. Вихід із ситуації з узгодженими запитаннями може бути єдиним: героя можна ознайомити з темами й напрямками розмови, і в жодному разі не демонструвати йому запитань у такому вигляді, в якому вони звучатимуть в ефірі. Герой може просити озвучити запитання перед самим ефіром, і навіть дати відповіді на деякі запитання, але тоді під час ефіру або запису його відповіді будуть неповними, тому що він уже відповів журналісту на ці запитання, і не може зрозуміти, для чого ці відповіді знову повторювати.

Успіх програми в жанрі портретного інтерв'ю залежить від запитань, які поставить журналіст своєму гостеві, і відповідей, які дасть на ці запитання гість. Щоб уникнути банальних відповідей, не потрібно ставити банальних запитань. Зазвичай розкриттю особистості героя сприяють відкриті запитання, що дають можливість інтерв'юваному давати повні й вичерпні відповіді. Водночас не виключені й запитання закриті, у тому разі, якщо журналістові потрібно з'ясувати або підтвердити певний факт. Не варто формулювати запитання як прохання: “Розкажіть щось про Вашу творчість”, “Розкажіть, як у Вас ідуть справи”. Найкращий варіант запитань, що починаються з “Чому?” і “Як?”. Прийнятним варіантом є проектування уявної ситуації, наприклад: “Якщо Вам запропонують цікаву роль за маленький гонорар чи нецікаву роль за великий гонорар, на яку пропозицію погодитесь?” Відповідь на це запитання змусить гостя розмірковувати, і в процесі висловлення думок і суджень буде розкриватися його характер.

Складовою портретного інтерв'ю часто стає біографія героя. І є деякі дослідники, які наголошують, що біографічні запитання є безпрограшними, особливо, якщо заздалегідь з'ясувати, який період життя співрозмовнику буде цікавіше обговорити [2, с. 145]. Практика портретного інтерв'ю ставить під сумнів безумовну правильність біографічних запитань. Зважаючи на велику кількість телепрограм, що працюють у цьому жанрі, зазвичай знаменитості вже не один раз дали відповіді на всі біографічні запитання. І саме ці запитання можуть стати запитаннями-штампами, на які журналіст отримав відповіді-штампи. Вдалим журналістським прийомом є проведення паралелей між біографією героя і, наприклад, його оцінкою сучасного стану справ у тій чи іншій діяльності. Наприклад, замість того, щоб запитати: “Як Ви робили свої перші кроки в акторській кар'єрі?”, краще запитати: “Наскільки важче починати акторську кар'єру зараз,

сучасним акторам, порівняно з тим, як починали Ви?” Тоді герой має можливість розповісти і про свої перші кроки, і висловити своє ставлення до сучасного покоління акторів-початківців, навіть якщо цього актора від “початківців” відокремлює якихось 10 років життя.

Композиція портретного інтерв'ю практично не відрізняється від композиції класичного літературного твору: від зав'язки через кульмінацію до фіналу. Водночас під час планування інтерв'ю варто розрахувати моменти найбільшого емоційного навантаження. У портретному інтерв'ю буде не одна кульмінація, а кілька підйомів, загострень, що даватимуть змогу тримати інтерв'юваного в тонусі й підтримувати увагу глядача. Починати портретне інтерв'ю варто із запитань, що мають стосунок до інформаційного приводу, – останні події в житті героя (нова роль, прем'єра, випуск альбому, виставка, зйомки в новій картині). Журналіст своїми запитаннями повинен продемонструвати, що він знає про свого героя дуже багато. Цей момент сприяє налагодженню контакту між інтерв'юером і гостем, тому що зірка відчуває, що її життям і творчістю справді глибоко цікавилися. Найскладніші, найбільш провокаційні запитання краще відкласти на другу частину розмови, щоб гість, розігрітий теплою бесідою, був готовий до відвертості. З іншого боку, якщо все інтерв'ю буде компліментарним, а фінал провокаційним, це буде дивним, як для гостя, так і для глядачів. До того ж глядачі просто можуть не дочекатися моменту, коли почують відповіді на гострі запитання. Між “м'якими” та “гострими” запитаннями варто знайти баланс. Це сприятиме відвертій розмові та втримає глядача біля екрана.

Програми в жанрі портретного інтерв'ю залишаються актуальними для ефіру практично кожного телеканалу. Але ці програми змінюються. Якщо в першій програмі в жанрі портретного інтерв'ю в Європі “Face to Face” (“Обличчям до обличчя”, Бі-Бі-Сі) на початку 60-х рр. ХХ ст. головним героєм був інтерв'юваний, а інтерв'юер, навіть коли ставив запитання, залишався за кадром, то в сучасних портретних інтерв'ю журналіст, коли ставить запитання, обов'язково повинен бути в кадрі, що створює ефект не допиту, а бесіди двох повноцінних співрозмовників. З посиленням ролі відеоряду все рідше можна побачити портретне інтерв'ю без використання допоміжного відеоряду. Наприклад, у програмі “Позаочі” (“Інтер”) у студії під час інтерв'ю гостеві демонструють синхрони людей, які знають цього гостя: батьків, дружини або чоловіка, дітей, друзів. Реакція гостя на ці відеофрагменти завжди є емоційною – і сміх, і сльози. Жоден інтерв'юваний не буде реагувати на запитання журналіста емоційніше, ніж на репліки близьких йому людей. І в таких емоціях роз-

кривається сутність героя, його характер. Причому результат цього “розкриття” часто буває парадоксальним. Один з проявів успіху програми в жанрі портретного інтерв'ю – це реакція глядача на героя програми: “Я ніколи не думав, що ця людина насправді зовсім інша”.

IV. Висновки

Таким чином, телевізійне портретне інтерв'ю, що існує як самостійний телевізійний жанр, на основі якого створюються телевізійні програми й рубрики, можна визначити як телевізійний продукт, що існує заради розкриття особистості героя, з метою формування телевізійного образу та психологічного портрета інтерв'юента. Аналіз історії портретного інтерв'ю на телебаченні та сучасних телепрограм свідчить, що жанр залишається актуальним і, незважаючи на те, що є незмінно класичним щодо форми у вигляді запитань та відповідей, змінюється в бік посилення емоційної складової за допомогою додаткових зображальних засобів. Майстерність журналіста в сучасному телевізійному портретному інтерв'ю повинна містити в собі цілий набір професійних навичок: вміння формулювати небанальні запитання (оригінальним бути складно через велику кількість програм у жанрі портретного інтерв'ю), передбачати відповіді на ці запитання, емоційну реакцію співрозмовника та продумувати власну реакцію на його відповіді; викликати емоції гостя, розкривати сутність його характеру, а також бути обізнаним, ерудованим, впевнено триматися в кадрі, бути гідним, рівноправним співрозмовником. Саме тому підготовку сучасних інтерв'юерів варто зосередити не лише на тренуванні журналістського вміння ставити запитання, а й на вдосконаленні психологічних навичок спілкування з представниками різних вікових та соціальних категорій потенційних героїв програм у жанрі портретного інтерв'ю. У перспективі варто проаналізувати взаємозв'язок журналістики та психології на основі, зокрема, програм, які ведуть професійні психологи, порівняти ці телепрограми з тими, що ведуть журналісти, знайти та виокремити специфічні прийоми, що дають можливість вийти на новий, потенційно цікавий сучасній телевізійній аудиторії рівень створення та форму подання телевізійного портретного інтерв'ю.

Список використаної літератури

1. Бойд Е. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд; пер. з англ. О.О. Колот. – К. : ТОВ Київська типографія, 2007. – 429 с.
2. Лукина М. Технология интервью : [навч. посіб. для вузів] / Мария Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
3. Халер М. Интервью : [навч. посіб.] / М. Халер ; за загал. ред. В.Ф. Иванова. –

- К. : Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
4. Bowbrick S. Ten remarkable guests from John Freeman's Face to Face [Electronic resource] / Steve Bowbrick. – Radio 4 and 4 Extra Blog.

– 19 February 2011. – Mode of access: http://www.bbc.co.uk/blogs/radio4/2011/02/face_to_face_john_freeman_and_his_remarkable_guests.html.

Стаття надійшла до редакції 28.10.2013.

Симонина Н.В. Современные техники телевизионного портретного интервью

В статье освещено использование современных приемов при создании телевизионного портретного интервью. С точки зрения обобщения опыта мировых исследователей журналистского искусства и практики существования телевизионного портретного интервью в эфире украинских телеканалов, приведены аргументы в пользу использования новых телевизионных технологий проведения интервью. Дано определение телевизионного портретного интервью, освещена история возникновения портретного интервью на европейском телевидении, проанализированы современные программы в этом жанре на украинском телевидении. Предложены принципы работы с героями телепрограмм в жанре интервью, приведены навыки, которыми должен владеть современный журналист для создания интервью, а также систематизированы новые приемы в работе над телевизионной программой в жанре портретного интервью.

Ключевые слова: телевидение, интервью, портрет, интервьюер, интервьюент.

Symonina N. Actual Methods of the TV Portrait Interview

The question of the actual methods of the creating TV portrait interview was elucidated. The world scientific experience in studying journalism and the practice of modern Ukrainian TV programs in such a genre was summarized, and the arguments as for the usage of the new TV-technologies of conducting interview were proposed. The definition of the term "TV portrait interview" was done, the history of the portrait interview launching on the European TV was decrypted, and nowadays Ukrainian portrait interviews were analyzed. The basic principles of communication with the interview program' heroes were proposed, the actual journalistic' skills for conducting interview and the new methods as for the creating TV portrait interview program were systemized.

Drawn conclusion that the program in the genre of portrait interview must be orientated on an audience by age 18–54, after social status – domestic, with middle and higher middle by the level of sufficiency.

The difficult cases of the interview are analyzed, related to that the heroes of the programs in the genre of portrait interview are stars, public personalities, actors of theatre and cinema, who give the not first interview in their life and able to leave from answers for undesirable questions. To the journalists-beginners with such heroes, communication is very difficult. In order that a portrait interview made impression conversation, the anchorman of such program must have an experience in the interview, authority, high degree of erudition and intellect, must be able to support conversation on any theme. A journalist must feel in a shot freely and confidently. It is important, that a journalist bossed studio, and his interlocutor felt a guest.

To the portrait interview it is needed to prepare more carefully, than to any other type of interview. It is necessary to collect maximal information content about a hero – to learn his biography, become familiar with work, previous interviews are gives an opportunity to understand how a hero answers certain questions. Quite a bit information the previous meeting can give with a hero or his friends, relatives, colleagues. This information can be useful and new comparatively with that it is already known.

Thus, the analyzed and systematized material as for a portrait interview can profit for students, that study TV-journalism and teachers that lay out the course of interview in profile educational establishments.

Key words: television, interview, portrait, interviewer, interviewee.