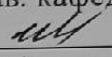


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

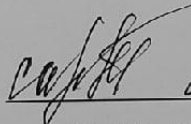
Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
 Е.Г. Ивашенко
« 04 » 04 2020 г.

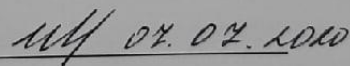
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Современное интервью: традиции и модификации

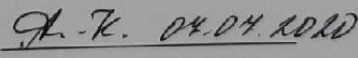
Исполнитель
студент группы 698-об (2)

 04.04.2020 Т.М. Саркисян
(подпись, дата)

Руководитель
доцент, канд.филол.наук

 04.04.2020 Е.Г. Ивашенко
(подпись, дата)

Нормоконтроль

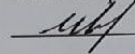
 04.04.2020 К.О. Антоницина
(подпись, дата)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой



Е.Г. Иващенко

подпись

И. О. Фамилия

« 23 » 09 2019 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Саркисян Тамары Мигеровны
1. Тема выпускной квалификационной работы: Современное интервью: традиции и модификации

(утверждена приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 06.07.2020 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): виды интервью, методика подготовки и проведения интервью, специфика интервью в современных СМИ

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.).

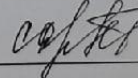
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 23.09.2019 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы: Иващенко Е.Г., канд. филол. наук).

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 23.09.2019 г.



(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 58 с., 48 источников.

ИНТЕРВЬЮ, ИНТЕРВЬЮЕР, ИНТЕРВЬЮИРИРУЕМЫЙ, ИНТЕРВЬЮ-ПОРТРЕТ, ИНФОРМАЦИОННОЕ ИНТЕРВЬЮ, АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ, «СУДЬБА ЧЕЛОВЕКА», «А ПОГОВОРИТЬ!?»

В работе исследована особенность интервью как жанра журналистики.

Объект исследования – интервью как жанр журналистики.

Предмет исследования – проведение интервью на телевидение и на видеохостинге YouTube.

Цель работы: провести сравнительный анализ специфики проведения интервью на телевидение и на видео-хостинге YouTube, выявить их преимущества и недостатки.

Для достижения поставленной цели была раскрыта сущность понятия «интервью», рассмотрены основные виды интервью, изучены современные подходы к проведению интервью на примере программы «Судьба человека» на телеканале «Россия» и программы «А поговорить!?» на видеохостинге YouTube.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Особенности интервью как жанра журналистики	8
1.1 Виды интервью	8
1.2 Методика подготовки и проведения интервью	24
2 Специфика интервью в современных СМИ	39
2.1 Специфика интервью в программе «Судьба человека» на телеканале «Россия»	39
2.2 Специфика интервью в программе «А поговорить!?» на видеохостинге YouTube	44
Заключение	53
Библиографический список	56

ВВЕДЕНИЕ

Интервью является одним из жанров журналистики. Само понятие в теории журналистики принято рассматривать в двух категориях: как метод сбора информации и как жанр журналистского творчества. В первом случае интервью представляет собой инструмент сбора сведений при помощи вопросно-ответной формы. Во втором – тип журналистского произведения с устоявшимися признаками и структурой.

Журналист извлекает необходимую информацию, присутствуя на важных мероприятиях, знакомясь с документами и другими источниками, но, прежде всего, общаясь с людьми – носителями информации. Любой процесс человеческого общения, как правило, протекает в форме диалога – вопросов и ответов.

Интервью для журналиста – это, с одной стороны, способ получения информации путем непосредственного общения с человеком, владеющим этой информацией; а с другой – публицистический жанр в форме беседы, диалога, в котором журналист с помощью системы вопросов помогает интервьюируемому, т.е. источнику информации, как можно полнее ее изложить. При всей, казалось бы, привычности данного метода, необходимо соблюдать определенные технологические приемы, чтобы оптимально построить межличностное общение. Поэтому очень важно выбрать нужный подход к проведению конкретного интервью.

Развитие Интернета повлияло и на развитие жанра интервью. Все чаще профессиональная журналистика на просторах Интернета смешивается с гражданской. С одной стороны, это дается возможность для развития молодых журналистов, которые могут стать популярными имея свой канал на Youtub. С другой стороны, это расширяется возможности и самой журналистики. Интернет дает большой простор для свободы, создавая неформальную атмосферу при проведении интервью. Кроме того, многие современные Интернет-интервьюеры в своих передачах открыто задают провокационных вопросы, либо на очень щепетильные темы. Цензура для Интернет-передач намного ниже, на них возможно

обсуждение тех проблем, которые для обсуждения на телевизионных передачах являются недоступными.

Объект исследования – интервью как жанр журналистики.

Предмет исследования – проведение интервью на телевидение и на видео-хостинге YouTube.

Цель работы: изучить специфики проведения интервью на телевидение и на видео-хостинге YouTube.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- раскрыть сущность понятия «интервью»;
- рассмотреть основные виды интервью;
- изучить современные подходы к проведению интервью на примере программы «Судьба человека» на телеканале «Россия 1» и программы «А поговорить!?» на видеохостинге YouTube.

Методы исследования, использованные в ходе работы: эмпирические (наблюдение, описание) и теоретические (анализ, классификация, обобщение)

Степень научной разработанности темы: проблема методики проведения интервью, их типологии находится в центре внимания работ таких исследователей как С. Л. Ангулов, Э. Г. Багиров, И. В. Боровских, В. И. Голанова, Т. Н. Колокольцева, А. В. Мажура, Л. А. Плешаков, М. Б. Шостак, Н. Ю. Янчева.

Эмпирическую базу исследования составили программы «Судьба человека» на телеканале «Россия» и «А поговорить!?» на видеохостинге Youtub. В работе рассматривались выпуски программ за ближайший год.

Новизна исследования состоит в том, что в работе проведен сравнительный анализ интервью на телевидении и видеохостинге Youtub, что позволяет выявить наиболее положительные и практически значимые особенности.

Теоретическая значимость исследования состоит в систематизации теоретической информации по проблемы проведения интервью на телевидении и в Интернете.

Практическая значимость исследования состоит в том, что в работе формулируются особенности проведения интервью на телевидение и в Интернете на примере конкретных программ, выделены отличительные черты интервью в Интернете, которые повышают их популярность у зрителей.

Структура выпускной бакалаврской работы соответствует сформулированной цели и включает в себя две главы (теоретическую и практическую), введение, заключение, библиографический список.

1 ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРВЬЮ КАК ЖАНРА ЖУРНАЛИСТИКИ

1.1 Виды интервью

Интервью является одним из жанров журналистики, особенность которого заключается в том, что он представляет собой диалог корреспондента и героя публикации, иначе интервьюера и интервьюируемого.

«Интервью» в широком понимании термина – собеседование. В журналистике интервью – это особый жанр, в определениях которого различаются интервью-способ получения информации и интервью-способ представления информации.¹

В настоящее время в научной литературе существуют несколько подходов к трактовке понятия «интервью»:

- а) метод профессиональной деятельности,
- б) способ организации единицы эфирного вещания,
- в) жанр печатных и электронных СМИ².

Каждый из указанных подходов имеет право на существование, так как они рассматривают понятие интервью с разных сторон. В рамках этой работы интервью будет рассматриваться как один из способов организации эфирного, в данном случае, телевизионного вещания.

Кроме того, интервью представляет собой целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес³. Таким образом, видно, что интервью строится на вопросах журналиста, и ответов его интервьюируемого. В тоже время характер вопросов и ответов, а также стиль общения между интервьюером и героем интервью зависит от множества факторов, в частности от вида интервью⁴.

¹ Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. 2013. № 13. С. 95.

² Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 2017. С. 170.

³ Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М., 2015. С. 97.

⁴ Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. 2013. № 13. С. 96.

Интервью как жанр определяет диалогическая форма подачи информации. Как считает И.В. Иванова, основополагающими признаками жанра интервью являются⁵:

- целенаправленность беседы для ее распространения в СМИ;
- публичный характер разговора;
- интервьюируемый – общественно значимая фигура;
- непосредственное общение собеседников;
- вопросно-ответный комплекс;
- двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя)⁶.

Жанр интервью отличается активностью и регулярностью появления в СМИ и в последнее десятилетие находится в центре внимания лингвистических исследований (например, работы Т. И. Поповой, М. М. Лукиной, Е. И. Голановой, Э. М. Ножкиной и др.). Основополагающими признаками интервью признаются:

- целенаправленность беседы для её распространения в СМИ;
- интервьюируемый – общественно значимая фигура;
- непосредственное общение собеседников;
- вопросно-ответный комплекс;
- двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя)⁷.

Стоит отметить, что очень важной характерной чертой является неравноценность функций собеседников, которых в журналистике принято называть «интервьюер» и «интервьюируемый». По правилам, интервьюер не должен высказывать своих суждений, давать личных оценок, активно демонстрировать свою позицию. Первоочередная его задача – предоставить возможность высказаться герою. Журналистские жанры различают по глубине анализа события, широте повествования, использованию изобразительно-выразительных средств,

⁵ Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. 2013. № 13. С. 96.

⁶ Иванова И. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности. Астрахань, 2009. С. 7.

⁷ Там же. С. 9.

масштабу освещения ситуаций, воздействию на аудиторию. Большинство ученых относят интервью к группе информационных жанров, базирующихся именно на знаниях, полученных в результате применения эмпирических методов исследования. Однако не все теоретики придерживаются такой точки зрения.⁸

В последнее десятилетие интервью находится в центре внимания лингвистических исследований (например, работы Т. И. Поповой, М. М. Лукиной, Э. М. Ножкиной, Е. И. Голановой и др.). Однако недостаточно изученными остаются его модификации (ток-шоу, круглый стол, «особое мнение»).

Классическое интервью представляет собой устный (на радио и телевидении) или письменный (в газете, при этом письменная форма является вторичной) диалогический текст. В классическом интервью участвуют только два лица: интервьюер и интервьюируемый. Структурно-композиционные черты интервью стабильны: зачин – основная часть – концовка. В структуру интервью, помимо основного текста, входит также заголовочный комплекс (в газете – надзаголовок, основной заголовок, подзаголовок, а также заголовки каждого содержательного блока), предисловие (лид, врезка)⁹.

Цель встречи у каждого из участников интервью своя: у журналиста – познакомить читателя/зрителя/слушателя с интересным собеседником или узнать у него социально значимую информацию; у собеседника – познакомить адресата (журналиста и аудиторию) с собственной позицией или поделиться с ним информацией; у массового адресата – познакомиться с новым человеком, составить свое мнение о нем или/и узнать что-то новое о какой-либо проблеме¹⁰.

В научной литературе существует множество типологий классического интервью, что во многом определяется индивидуальностью и неповторимостью каждого диалога. Деление по видам производится в зависимости от цели и темы беседы, например: информативные, экспертные, проблемные, интервью-«знакомства» (портретные, разоблачающие, «звездные»)¹¹. Свою специфику имеют

⁸ Сахнова Е.Б. Классификация видов интервью на основании различий в роли и речевом поведении интервьюера // Проблемы речевой коммуникации. 2014. № 2. С. 145.

⁹ Кузнецов Г.В., А.Я. Юровский Телевизионная журналистика. М., 2017. С. 45.

¹⁰ Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. 2013. № 13. С. 95.

¹¹ Шостак М. Журналист и его произведение. М., 1998. С. 44.

интервью разных родов СМИ.

Как верно отмечает В. Л. Цвик, жанр интервью используют тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем журналист. Интервьюер в традиционном интервью лишь посредник между аудиторией и интервьюируемым. В классическом интервью журналист не должен вмешиваться в ответ, дополнять его, комментировать, высказывать собственное мнение. «Опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной цели – максимального самораскрытия интервьюируемого лица». В традиционном интервью на ответы гостя отводится 70-90 % текста¹². Как справедливо утверждает А. В. Колесниченко, если журналист говорит в интервью столько же или больше, чем собеседник, – это признак недостаточной квалификации¹³.

Компетентность журналиста обнаруживается еще на стадии подготовки к диалогу. Одной из основных задач является выбор собеседника в интересах аудитории. Любому интервью должна предшествовать тщательная подготовка: определение основной темы разговора, стратегии и тактик ведения диалога в зависимости от типа интервью и личности интервьюируемого, выстраивание композиции вопросов. Во время интервьюирования в задачи журналиста входит установление наиболее подходящей тональности общения, поддержание естественной логики развития диалога, умение «разговорить» молчаливого собеседника или, напротив, удержать беседу в нужном русле, если собеседник отвечает слишком пространно. В задачи интервьюера может входить создание определенного образа интервьюируемого: положительного или отрицательного¹⁴.

Так, ряд провокационных вопросов, направленных на то, чтобы «разозлить» собеседника, возбудить страсти, чтобы на волне вспышки эмоций получить от-

¹² Цвик В. Телевизионная журналистика. М., 2009. С. 272.

¹³ Колесниченко А. Практическая журналистика. М., 2008. С. 53.

¹⁴ Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М., 2014. С. 32.

крытый, импульсивный ответ», заставить собеседника потерять над собой контроль и «выложить все как на духу»¹⁵, может показать интервьюируемого аудитории с совершенно неожиданной, чаще негативной, стороны. Или, напротив, журналист может дать своему собеседнику возможность оправдаться перед массовым адресатом.¹⁶

Исследователь журналистики А. А. Тертычный выделяет информационное и аналитическое интервью¹⁷. К информационному жанру ученый относит интервью, в которых автор материала ставит перед собой цель довести до сведения аудитории новость, полученную от своего собеседника, никак не комментируя ее. Таким образом, журналист создает безоценочный информационный материал. К аналитическому – те работы, в которых появляются развернутые ответы на вопросы: «что это значит?», «каким образом?», «почему?». Роль автора аналитического интервью заключается прежде всего в том, чтобы гость, опираясь на вопросы журналиста, проанализировал ситуацию.

Доктор филологических наук Л. Е. Кройчик относит интервью к оперативно-исследовательской группе жанров. Здесь сохраняется интерес к новости, но на первый план выходит не оперативность, а содержание и истолкование сообщаемой информации; господствуют повествовательно-описательные элементы, а не логико-рациональные¹⁸.

Кандидат филологических наук А. В. Колесниченко считает, что интервью можно отнести к любому из трех традиционно принятых в журналистике жанров. Он отмечает следующие виды интервью: информационное – интервью с участником или очевидцем события, экспертное – комментирование событий и явлений профессиональным экспертом, личностное – раскрытие героя через его взгляды, мнения, позиции¹⁹.

Достаточно часто интервью относят к разряду информационных жанров.

¹⁵ Лукина М. Технология интервью. М., 2005. С. 91.

¹⁶ Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. 2013. № 13. С. 100.

¹⁷ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000. С. 56.

¹⁸ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000. С. 142.

¹⁹ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. М., 2008. С. 81.

Однако выше нами было отмечено, что некоторые виды интервью по разным параметрам рассматриваются как аналитические и художественно-публицистические материалы. Также есть те, которые выделяются теоретиками в отдельные группы.

Стоит отметить, что на первый взгляд разность понятий «интервью как метода сбора информации» и «интервью как жанра журналистского творчества» очевидна. Однако с точки зрения классификации они часто дополняют друг друга и имеют одинаковые названия. Это вносит некую путанность в процессе познания и освоения, особенно при объяснении темы студентам-журналистам. Учеными предлагаются различные классификации интервью: по предмету разговора, целям, характеру получаемой информации, форме, типу организации, степени стандартизации, по отношению журналиста к интервью²⁰.

Рассмотрим некоторые из них. По целям большинство теоретиков выдвигают следующие виды интервью: информационное, оперативное, портретное, интервью-расследование и беседа.

Отличительной чертой информационного интервью является получение оперативных и актуальных данных о конкретном событии. В таком материале должны содержаться ответы на ключевые вопросы информационного сообщения: «кто?», «что?», «где?», «когда?», «почему?», «зачем?». По мнению М. М. Лукиной, данный вид интервью самый распространенный, так как ориентирован на создание новости²¹.

Оперативное интервью относят к подвиду информационного. Его основная задача заключается в сборе разнообразных точек зрения по конкретному вопросу. В таком виде интервью принимает участие большое количество респондентов, где каждый из них отвечает на одинаковые вопросы. В зависимости от обсуждаемой темы участниками становятся представители одной или, наоборот, разных социальных групп, возрастных категорий, половых принадлежностей. Такое интервью в журналистике называется блиц-опросом или опросом на

²⁰ Белановский С. А. Глубокое интервью. М., 2001. С. 19.

²¹ Лукина М.М. Технология интервью. М., 2003. С. 57.

улице.

Интервью-расследование применяют в том случае, когда необходимо подробно изучить проблему или тему. Этот вид не привязан ко времени, оперативности и актуальности, так как его ключевая цель – получить нужные сведения, находя индивидуальный подход к интервьюируемому. При такой беседе журналисту важно тщательно подготовиться, грамотно построить вопросы и продумать стратегию беседы.

Следующая разновидность – интервью-беседа, кандидат филологических наук М. М. Лукина называет ее «креативным интервью»²². Это вид материала, в котором журналист занимает равное положение с героем, а не является просто посредником между интервьюируемым и зрителем. Теоретики и практики сходятся во мнении, что это самый сложный вид интервью, так как требует большого профессионального опыта, творческой репутации журналиста и правильного выбора собеседника, с помощью которого интервьюируемому удастся выйти на глубокий уровень обобщения, грамотный и интересный диалог.

Последним из предлагаемых здесь видов интервью является портретное или, как его еще называют «интервью-портрет», «персональное интервью». Основная задача – рассказать об индивидуальности героя, сфокусироваться на нем. Гостем такого интервью может стать человек, который проявил себя в какой-либо сфере общественной жизни, занял определенную нишу, привлекает интерес широкой публики. Большую нагрузку в данном виде интервью несут детали быта, интерьера, одежды, особенности речи и манеры общения героя²³.

Интервью-портрет обладает тремя основными функциями: информативная, идеологическая, воздействующая²⁴. В основе информативной функции лежат интересные читателям факты и глубокие ответы респондента. Идеологическая функция нацелена на распространение ценностных моральных

²² Лукина М.М. Технология интервью. М., 2003. С. 53.

²³ Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации. М., 2016. С. 73.

²⁴ Долгина Е.С., Веснина М.А. Интервью: понятие, цель, задачи, функции // Молодой ученый. 2015. № 7. С. 1109.

ориентиров, актуальных в данный исторический период. Воздействующая функция отвечает за вовлечение целевой аудитории в темы, обсуждаемые в интервью, и появление определенного отношения к предмету, рассматриваемому в материале.

Теоретик В. В. Сыченков выделяет следующие базовые функции портретного интервью: «живое человеческое общение, поиск понимания и принятия своего одиночества в мире или познание другого – для отдыха и развлечения (это базовые функции интервью-портрета)»²⁵. Из этого следует, что портретное интервью обладают развлекательным и рекреационным функционалом.

Интервью-портрет имеет такую жанрово-стилистическую особенность, как субъективизация²⁶. Под этим термином понимается возможность импровизационной живой речи собеседников транслировать все индивидуальные речевые особенности и тактики речевого поведения участников интервью. Отметим, что герой сам создает свой образ в интервью, а это значит, что в ходе диалога происходит его самопрезентация. Исследователь Н. Ю. Янчева выделяет несколько видов автопортрета в интервью: «естественный автопортрет» – в центре общения стоит индивидуальность героя; «вставной автопортрет» – собеседник изображается в качестве представителя определенного коллектива, организации; «групповой автопортрет» представляет личность во взаимоотношениях с другими людьми²⁷.

Рассмотрим следующую классификацию. По признаку и предмету разговора кандидат филологических наук М. И. Шостак выделяет четыре вида интервью: информативное, где главный предмет беседы – факт; экспертное, где важную роль играет мнение авторитетного человека; проблемное, где предметом обсуждения являются мнения; интервью-знакомство, где в центре разговора – личность собеседника²⁸.

Ученые классифицируют интервью и по форме. Так, Н. Г. Богданов и

²⁵ Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации. Казань, 2007. С. 16.

²⁶ Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М., 2012. С.80.

²⁷ Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью. Воронеж, 2011. С. 9

²⁸ Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998. С. 22.

Б. А. Вяземский отмечают следующие виды: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета²⁹.

Самый распространенный вид – интервью-диалог, представляет собой цепочку чередующихся между собой вопросов и ответов. Следующий вид – интервью-монолог отличается тем, что текст формально не расчленен на части, а в начале беседы задается тема, которую интервьюируемый развивает. Коллективное интервью – это работа сразу с несколькими персоналиями одновременно. Как правило, все ответы респондентов публикуются, как отдельные части. Интервью-зарисовка граничит с художественно-публицистическими жанрами, так как ее обязательным условием является присутствие авторского мнения, комментария, отступления. Данный вид интервью требует от автора деталей, описаний и характеристик своего гостя. Отличительной особенностью последнего вида интервью – анкеты – считается выражение массового общественного мнения³⁰.

Отметим еще одну важную классификацию интервью – по типу организации. Теоретики выделяют следующие формы организации интервью: пресс-конференция, пресс-подход, брифинг, «круглый стол», интервью по телефону, интервью с помощью Интернета³¹. Рассмотрим каждую из них.

Самой популярной формой организации интервью считается пресс-конференция. Она всегда проходит по строгому порядку – сначала высказывается интервьюируемый, затем у журналистов есть возможность задать интересующие их вопросы, уточнить данные. Такой вид интервью проходит в формате встречи человека, который является источником информации, и журналистов. Основание для пресс-конференции всегда становится актуальный информационный повод, нуждающийся в дополнительных сведениях, разъяснениях и комментариях.

Существует также малая форма пресс-конференции – пресс-подход. Дан-

²⁹ Мажура А.В., Тимофеева Е.Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве // Наука и школа. 2019. № 3. С. 49.

³⁰ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. М., 2018. С. 117.

³¹ Лукина М.М. Технология интервью. М., 2003. С. 54.

ный вид интервью отличается тем, что не планируется заранее, а обычно проводится непосредственно после мероприятия и сообщает уже об итогах события, встречи, заседания. Также отличительной чертой является небольшое количество предоставляемой журналистом информации.

Следующая форма интервью, похожая на пресс-конференцию, – брифинг. Его характерными чертами считаются планирование и регулярная периодичность. Данное мероприятие нацелено на распространение сведений о деятельности организации или компании. Здесь от журналистов не ждут вопросов, а просто оповещают о текущих событиях и трактуют актуальные действия группы.

Самым сложным, по мнению теоретиков, форматом считается «круглый стол» – это общение журналистов сразу с несколькими участниками мероприятия. При таком формате интервьюеру необходимо уделить внимание каждому эксперту, выполняя еще и роль модератора.

Интервью по телефону относится к самому удобному и оперативному формату, который чаще всего используется журналистами на радио. К нему обращаются, когда необходимо срочно получить ясный комментарий, касательно определенной ситуации.

Самым молодым и активно развивающимся форматом интервью на сегодняшний день считается интервью с помощью возможностей Интернета – социальных сетей, электронной почты, форумов чатов, видеозвонков. Такое количество форматов интервью показывает востребованность и актуальность заявленного жанра.³²

В зависимости от цели проведения интервью бывает:

- протокольное;
- информационное;
- аналитическое;
- интервью-портрет;
- проблемное;

³² Мажура А.В., Тимофеева Е.Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве // Наука и школа. 2019. № 3. С. 50.

- аналитическое;
- интервью-расследование;
- креативное интервью.³³

Протокольное интервью – представляет собой небольшое по продолжительности интервью с официальными лицами по проблеме, которая имеет общественный интерес. Его используют для того, чтобы информировать население о мнениях и решениях официальных структур. Интервью такого типа состоит из нескольких конкретных вопросов по теме, интересующей интервьюера³⁴.

Следующий вид – информационное интервью. Данный вид является наиболее распространенным среди журналистов. Чаще всего этот вид используется для получения представителем СМИ конкретной информации о разных фактах и событиях окружающей действительности. В силу жестких временных стандартов это интервью отличается весьма динамичными темпами³⁵.

Информационное интервью строиться на вопросах – «Кто? Что? Где? Когда? Почему? Зачем?». Этих вопросов вполне достаточно для получения фактических сведений по той или иной проблеме. В случае необходимости журналист может использовать уточняющие и фильтрующие вопросы, чтобы получить более достоверные и полные сведения.

Разница между протокольным и информационным интервью практически не заметная, но все же она существует. Различия между этими двумя видами интервью можно провести по двум признакам – общественной значимости информации и обстоятельств проведения интервью. Протокольное интервью, как правило, дается в официальных местах и государственных учреждениях, и берется у официальных лиц³⁶. В свою очередь, информационное интервью может проходить на месте происшествия, либо в другой обстановке. Героем интервью в дан-

³³ Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб., 2014. С. 210.

³⁴ Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М., 2016. С. 175

³⁵ Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб., 2014. С. 212

³⁶ Князева А.А. Основы журналистики и телерепортажа. Бишкек, 2017. С. 98

ном случае могут быть не только официальные лица, но и участники происшествия.

Разновидностью информационного интервью являются также блиц-опросы или опросы на улице. На английский манер его называют *streettalk*, часто используют также латинский вариант – *voxpop*. Цель данного вида интервью – собрать разное мнение по какому-либо конкретному, как правило, узкому вопросу. В этом случае использует 1-2 конкретных вопросов, которые задаются людям на улице. Важно опросить как можно больше людей из разных социальных групп, чтобы получить массив различной информации³⁷.

Следующий вид интервью – интервью-портрет. В последнее время данный вид интервью набирает все большую популярность среди журналистов. Интервью-портрет по своей структуре и хронометражу больше похоже на беседу. Цель данного вида интервью – раскрыть личность героя и факты его жизни перед аудиторией. Хронометра такого интервью часто составляет час и более³⁸. Это определяется характером разговора и теми вопросами, которые задает журналист. Он может интересоваться не только личностью героя и его жизнью, но и спрашивать его мнение и взгляды на ту или иную проблему. Ситуация интервью-портрета становится структурообразующим элементом, приближающим подобный эфирный продукт к очерку. В большинстве случаев в журналистской практике такая беседа о смысле жизни составляет основу программ, которые получили название ток-шоу.

Еще один вид интервью – проблемное интервью, которое также в последнее время набирает популярность. Целью такого интервью является выяснение различных точек зрения или путей решения проблем, имеющих важное социальное значение. Исходя из специфики целей, стоящих перед ведущим такого интервью, в журналистской практике его нередко определяют как дискуссию³⁹. Очевидно, что в дискуссии, которая ведется в виде проблемного интервью, под-

³⁷ Аграновский В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 2014. С. 89.

³⁸ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М., 2017. С. 117.

³⁹ Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2018. С. 88.

разумеается, помимо журналиста, участие собеседников, обладающих достаточно высоким статусом или квалификацией в той области, которая становится предметом обсуждения.

Цель проблемного интервью – определение мнений по конкретной проблеме, теме или явлению у большого количества лиц, не связанных друг с другом. Как правило, всем им задается серия стандартизированных вопросов. Проводятся же такие интервью-анкеты преимущественно за пределами студии: на улице, в общественных местах. С помощью этого вида общения журналист выявляет панораму неквалифицированных мнений, объединенных специально сформулированными вопросами, и после соответствующей обработки записанных интервью он выстраивает с помощью монтажа исходный материал в определенной им самим последовательности мнений⁴⁰. Подобное использование интервью-анкеты наиболее типично для информационно-аналитических программ в электронных СМИ, хотя его активно используют и периодические издания.

Следующий вид интервью – аналитическое интервью. Этот вид, строится на вопросах: «Почему? Каким образом? Что это значит?» и т.д. В этом случае важно не просто получить информацию, но и понять причины, которые могли привести к данной проблеме или событию. Сложность аналитического интервью заключается в том, что журналист своими вопросами задает направление анализа, который обычно осуществляет само интервьюируемое лицо. Таким образом, получается, что интервьюер должен хорошо разбираться в анализируемой проблеме, чтобы правильно выстроить линию беседы. С этой целью вопросы формулируются таким образом, что они требуют освещения узловых моментов какого-либо события, явления, процесса, ситуации⁴¹. Подобные вопросы побудят собеседника излагать свои знания, представления, мнения о предмете будущей публикации таким образом, что выявят причинно-следственные связи обсуждаемого события, будут вынесены определенные оценки, сформулирован прогноз

⁴⁰ Антонов В.И. Информационные жанры журналистики. Саратов, 2014. С. 63.

⁴¹ Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М., 2015. С. 122.

развития события, приведены необходимые аргументы в пользу излагаемой позиции. Подобным образом содержание текста интервью «насыщается» элементами анализа действительности, что и делает его аналитической публикацией.

Разновидностью аналитического интервью является интервью-расследование. Цель проведение этого вида интервью – глубинное изучение какого-либо события или проблемы. Предмет расследования может быть сложен и противоречив. Хронометраж интервью-расследования может быть достаточно большим и занимать несколько дней, а может даже месяцев. В ходе интервью-расследования, журналист может опрашивать людей разной категории – официальных лиц, экспертов, участников событий, пострадавших и т.д. При проведении интервью-расследования, используются комбинированные методы. Здесь важно правильно поставить цель проведения интервью, и собрать как можно больше информации на стадии предварительной работы с материалом. Самым важным звеном являются здесь вопросы. Однако надо продумать и другие элементы коммуникации – такие, как первый контакт, невербальные формы общения, умение слушать⁴². В интервью-расследовании могут быть задействованы несколько персонажей с разными темпераментами и социальными ролями. Причем к каждому из них должен быть найден индивидуальный подход.

И последний вид интервью, который рассматривается в указанной выше классификации – креативное интервью. Особенностью данного вида является то, что журналист в этом случае выступает полноценным участником диалога, а не просто посредником в передаче информации. Результатом же творческого партнерства является информационный продукт в близком к художественным жанре, который в зависимости от канала передачи может воплотиться в художественном очерке, эссе, документально-публицистическом фильме, диалоге в эфире и т.п.⁴³.

Для проведения такого вида интервью требуется большое мастерство журналиста, большой профессиональный опыт, творческая репутация. Также важно

⁴² Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М., 2016. С. 203.

⁴³ Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб., 2014. С. 219.

правильно выбрать собеседника, с помощью которого в силу его способностей, поступков или социального положения журналисту удастся выйти на глубокий уровень обобщений, увидеть в проблеме драму, а в персональной судьбе – общечеловеческое начало⁴⁴.

В основе следующей классификации лежит форма проведения интервью. Здесь выделяют следующие виды:

– интервью-диалог – беседа в форме вопросов и ответов. Данный вид является самым распространенным в журналистике. Журналист задает герою несколько вопросов разного характера, чтобы получить от него необходимую информацию;

– интервью-монолог – выглядит в форме ответа интервьюируемого на вопрос корреспондента, поставленный в начале текста;

– интервью-портрет – на первый план выходит создание портрета интервьюируемого. В тексте появляются элементы биографии, присутствуют мнения героя по различным темам. Автор, посредством разнообразных вопросов, раскрывает личность человека;

– интервью-беседа – журналист ведет беседу с человеком на равных. Предмет разговора – проблемная актуальная ситуация, выход из которой следует найти в процессе разговора. Журналист не только получает от собеседника информацию, но и сам высказывает свое мнение. В этом случае возможны споры, обратные вопросы и т.д.;

– коллективное интервью – представление о мнении нескольких людей по тем или иным вопросам;

– анкета – массовый вид интервью, заочная беседа. Вопросы задаются на газетном листе, автор изучает поступившие в редакцию ответы и пишет текст;

– блиц-опрос – целью является получение мнений людей различного социального статуса по одному актуальному вопросу⁴⁵.

Также интервью разделяют по отношению опрашиваемого к беседе. Это

⁴⁴ Аграновский В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 2014. С. 102.

⁴⁵ Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 2017. С. 224

может быть интервью с опрашиваемым, охотно сотрудничающим с журналистом, интервью с равнодушным собеседником, или интервью с сопротивляющимся собеседником⁴⁶.

Для интервью, рассматриваемых с точки зрения отношения, со стороны интервьюируемого, важно установить причину, по которой собеседник ведет себя тем или иным образом, основание, на котором сложилось позитивное, равнодушное или негативное отношение к интервью. Умение интервьюера проявляется в том, способен ли он ослабить мотивы, препятствующие успеху интервью и усилить благоприятствующие. Но в то же время в интервью с разговорчивым собеседником иногда бывает сложно не разговорить его, а удержать в рамках интересующей журналиста темы⁴⁷.

Интервью различают и по степени интенсивности:

- короткие (от 10 до 30 минут);
- средние (длящиеся иногда часами) иногда их называют «клиническими»;

- и фокусированные, проводимые по определенной методике, так как они большей частью ориентированы на изучение процессов восприятия и по своей продолжительности могут быть ограничены только задачами и целями исследования⁴⁸.

По постановке вопросов интервью делятся на стандартизированные (формализованные) и нестандартизированные (свободные). С учетом этих особенностей и строится композиция той или иной публикации. Например, в стандартизированных интервью (имеются в виду прессовые или анкетные опросы) заранее продумывается логика вопросов, а полученные ответы выстраиваются в той последовательности, в которой они были заданы в вопроснике⁴⁹.

В итоге можно сделать вывод, что существуют различные подходы к

⁴⁶ Князева А.А. Основы журналистики и телерепортажа. Бишкек, 2017. С. 197

⁴⁷ Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 2017. С. 225.

⁴⁸ Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2018. С. 90

⁴⁹ Аграновский В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 2014. С. 104.

классификации видов интервью. Интервью можно разделить на информационное и аналитическое. Цель первого вида – получить информацию от респондента по той или иной теме. При проведении аналитического интервью журналист стремится не просто получить информацию, но и узнать причинно-следственные связи, последствия тех или иных событий. Но такое разделение является достаточно поверхностных, так как в настоящее время данные виды делятся на подвиды.

1.2 Методика подготовки и проведения интервью

Специфика деятельности журналиста заключается в общении с людьми, следовательно, результативность журналистской работы зависит от того, насколько хорошо репортер, ведущий владеет темой, знаком с психологией общения, технологией коммуникативного процесса.

Знание основ психологии коммуникации является залогом успешной работы журналиста. Большая часть информации, которую обнаруживают сотрудники СМИ, получена ими в процессе общения с одним или несколькими лицами. Во время журналистского разговора необходимо расположить к себе личность, которая обладает необходимой информацией, суметь спланировать беседу, четко сформулировать вопросы. Если журналист печатного издания может ограничиться общением по телефону, беседой в неформальной обстановке, то на телевидении сложности получения информации связаны с необходимостью проведения телевизионной съемки, коммуникабельностью, телегеничностью героя. Насколько человек подходит для участия в программе, определяет журналист, руководствуясь своим опытом, знаниями в области коммуникативной психологии.

Поиск героев осложняется тем, что не все из предполагаемых участников программы согласятся на съемки. Часть потенциальных собеседников избегает публичного общения, разговор при включенной камере, в студии, в прямом эфире вызывает чувство страха, из-за чего программа может не состояться,

нужная информация не будет получена.

Уговорить человека на участие в телевизионной программе удастся не всегда, причины, из-за которых журналист может получить отказ от участия в съемке, могут быть различные: недоверие к журналисту, недоверие к СМИ, наличие негативного опыта общения с прессой, страх публичного выступления, нехватка времени и др. Возможно ли в таких ситуациях уговорить героя изменить свое решение, зависит только от журналиста, который, используя силу доводов (например, «программа поможет решить проблемы героя», «герой своим выступлением привлечет внимание общественности к актуальной проблеме» и т.д.), повлияет на мнение человека. Всегда ли стоит проявлять настойчивость, пытаясь убедить человека участвовать в телевизионной программе? Все зависит от определенной ситуации: возможно герой, действительно, «боится камеры», но благодаря журналисту преодолеет чувство дискомфорта и окажется интересным собеседником, будет смотреться в кадре, и программа состоится. Но возможно и иное развитие действия: герой, поддавшись на уговоры, согласится дать интервью, придет в студию, однако во время записи будет вести себя скованно либо демонстративно не захочет общаться с ведущим, в результате программа получится неинтересной. В данном случае журналист потерпит профессиональную неудачу, чего можно избежать, выбрав другого более коммуникабельного героя.⁵⁰

Методика проведения интервью включает в себя три основных этапа:

- подготовка;
- проведение интервью;
- завершение

Рассмотрим каждую из указанных стадий проведения интервью. Подготовка к интервью является обязательным элементом интервьюирования независимо от типа беседы, ее содержания и продолжительности. На этой стадии журналист проводить следующую работу:

- определяет цель проведения интервью;

⁵⁰ Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000. С. 175.

- изучает всю уже имеющую информацию по данному вопросу;
- договаривается о встрече с героем или героями интервью;
- назначить время и место встречи;
- продумывает возможные риски⁵¹.

Стоит отметить, что в зависимости от темы, которую хочет обозревать журналист, а также вида интервью указанные стадии работы, могут меняться, некоторые могут пропускаться. К примеру, если необходимо взять интервью в связи с какой-либо катастрофой, журналист встречается с интервьюируемым на месте происшествия, поэтому нет необходимости заранее договариваться о встрече.

Рассмотрим указанные этапы подробнее.

Первый этап подготовки проведения любого интервью – это определение цели, на что может влиять много факторов. Это и особенности характера собеседника, и его роль в определенной ситуации, и сложившиеся социально-политические обстоятельства, и масштаб проблем, которые связаны с героем, и возникшие в этой связи общественные стереотипы.

Второй этап подготовки – предварительное исследование. В зависимости от поставленных целей сбор рабочего материала о герое или ситуации, в которую он вовлечен, может либо проводиться по полной программе, либо ограничиться кратким поиском, либо вообще не проводиться. Это зависит от позиции самого журналиста в данном вопросе, а также от темы интервью и от тех условий, в которых оно проводится.

Не менее важным этапом является – назначение встречи. Когда герой интервью выбран, нужно договориться о встрече с ним. Здесь можно использовать телефонный звонок, или отправить электронное письмо, либо договориться о встрече при непосредственном контакте, если есть такая возможность⁵².

На этапе подготовки к интервью, очень важно получить согласие на

⁵¹ Голанова В.И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) // Русский язык сегодня. 2017. № 4. С. 22.

⁵² Плешаков Л.А. Интервью: проход по минному полю // Профессия – журналист. 2018. №3. С. 19.

интервью от персоны. Добиваться этого можно разными способами. Однако надо помнить о том, что в любой ситуации данная процедура должна организовываться журналистом с учетом конкретной личности предполагаемого собеседника и конкретных обстоятельств его жизни и работы. К примеру, в случае авиакатастрофы руководитель аэропорта будет идти на контакт с журналиста не охотно, чем тогда, когда тот же самый аэропорт готовится отметить юбилейную дату со дня своего открытия.

Когда журналисту удалось договориться с героем своего интервью, ему нужно определить время и место встречи. Здесь важно учитывать пожелания собеседника, наличие у него необходимого свободного времени. Также при выборе места проведения интервью – важно помнить, что, находясь в комфортных для себя условиях, человек будет отвечать более откровенно и развернуто⁵³. Не всегда интервью проходит в комфортных для героя условиях, это зависит от вида интервью, и от условий его проведения. Например, в ряде случаев интервью проводится в студии, куда герой специально приглашается. Особенно это характерно для интервью-портретов.

Не только журналист обеспокоен тем, как пройдет запись, но и герой. Вопросы, заданные во время эфира, могут оказаться неожиданными, сложными, собеседник, «испугавшись камеры», может начать вести себя неестественно, будет теряться. Определить компетентность героя, помочь ему справиться с психологическим дискомфортом журналист может до начала съемок. Во время предынтервью обозначается тема разговора, выясняется насколько владеет ею герой, называется приблизительный перечень проблем, которые будут затронуты во время телевизионного разговора. Однако сами вопросы, которые журналист уже сформулировал и намеревается задать во время эфира, не озвучивает, иначе ответы героя могут прозвучать заученно, не эмоционально, что значительно снизит психологическое восприятие телепрограммы аудиторией.

Во время предынтервью специалисты советуют расположить к себе

⁵³ Лукина М.М. Технология интервью. М., 2015. С. 114.

собеседника, используя определенный перечень вопросов: контактные, адресные, программные. Цель контактных вопросов – создать благоприятную атмосферу предстоящей беседы. Адресные вопросы помогают получить необходимую информацию о собеседнике, которая может быть использована во время программы. Программные – отражают общее содержание предстоящего интервью, таким образом собеседник получает представление о будущей беседе, а журналист может определить, насколько компетентен герой в определенной сфере, какие проблемы он готов обсуждать.

Беспокойство героя может быть связано не только с темой, характером вопросов, боязнью камеры, но и с характером передачи, атмосферой интервью.

Программа может выйти в прямом эфире и в записи. Первый вариант гарантирует герою, что его выступление, реплики при монтаже не потеряют первоначальный смысл, не будут искажены, прокомментированы в закадровом тексте. Однако именно во время прямого эфира человек может растеряться, не правильно произнести фразу, допустить фактические ошибки, что нельзя будет исправить посредством перезаписи.

Атмосфера интервью зависит от места, в котором оно происходит. Например, в офисе, рабочем кабинете, на фабрике и журналист, и интервьюер будут настроены формальный, рабочий тон общения. Если беседа происходит дома у героя, в парке, за городом, в месте отдыха, то тон интервью будет неформальным, будет располагать к обсуждению вопросов, касающихся личной жизни, творчества собеседника.

Формирование атмосферы интервью зависит от журналиста, он может выбрать доверительный, доброжелательный, шуточный тон беседы, который передастся как герою, так и аудитории.

Существуют определенные требования, предъявляемые к вопросам телевизионного интервью (М. Лукина, Э. Фихтелиус, В.Л. Цвик и др.).

Рассмотрим общие рекомендации, касающиеся содержания и формулировки вопросов:

– вопросы должны быть краткими, точными, простыми,

– не стоит объединять в одном вопросе два, это затрудняет его восприятие отвечающим, в результате он может дать ответ только на одну часть вопроса,

– вопрос не должен быть перегружен лишней информацией, плохо воспринимаемой на слух (цифры, даты, многозначные понятия),

– вопросы должны быть интересными, работая над их содержанием, журналист должен мысленно ставить себя на место телезрителей, пытаться понять, что будет интересно аудитории, о чем бы она хотела узнать,

– лучше отказаться от вопросов, на которые будут получены односложные ответы («да», «нет»),

– следует избегать вопросов, наводящих на ответ.

В зависимости от формы вопросы подразделяются на открытые и закрытые.

Открытый вопрос позволяет получить наибольший объем информации, дает возможность собеседнику говорить о своих чувствах, анализировать действия, поступки («В чем преимущества новой программы?», «На ваш взгляд, каким образом можно улучшить качество телевизионных программ?»). Несмотря на обозначенные преимущества, у открытого вопроса существуют недостатки – ответ на него может быть слишком длинным, затянутым, что не совсем приемлемо для телеэфира, кроме того, отвечая на такой вопрос, собеседник может увлечься, самостоятельно перейти на другую тему.

Закрытый вопрос предполагает получение ответа в утвердительной или отрицательной форме («Вы думаете, реформа образования даст положительные результаты?», «Вы действительно планируете изменить профиль деятельности вашей компании?»).

В зависимости от функциональной направленности вопросы подразделяют на уточняющие, развивающие, гипотетические, переходные и др.. Уточняющие вопросы задаются в том случае, если полученная до этого информация не вполне понятна журналисту, содержит двусмысленные фразы, которые необходимо перепроверить («Если я вас правильно понял,...», «Так вы

говорите, что...») ⁵⁴.

Развивающие вопросы помогают развить тему, затронутую в предыдущем ответе собеседника, уточнить детали («Вы настаиваете на изменении программной политики телекомпании. Почему?», «Вы сказали, что работаете над новым проектом. Каковы его основные направления?»).

Гипотетические вопросы помогают настроить собеседника на прогнозирование ситуации («Как вы думаете, что произойдет, если данная программа не получит одобрения?») ⁵⁵.

Основное назначение переходных вопросов – способствовать плавному переходу от одной темы разговора к другой («Давайте оставим в стороне экономические проблемы и поговорим о ваших покупателях. Кому в первую очередь вы адресуете свою продукцию?»).

Телевизионное интервью состоит из вопросов, подготовленных журналистом до эфира, и вопросов, которые возникли в процессе беседы, в ходе разговора раскрываются новые интересные темы, которые журналист считает необходимым развить, уточнить.

Весь процесс развития интервью, его психологическая атмосфера зависят в большей степени от журналиста: он предлагает тему, задает вопросами тон беседы, улавливает перемены в настроении собеседника, анализируя его ответы, эмоции, формулирует новые вопросы.

Для поддержания благоприятной психологической атмосферы психологи советуют журналисту проявлять следующие качества:

- теплоту и отзывчивость, выражающиеся в интересе к собеседнику и в приятии его как личности,
- ненавязывание собственного мнения, точки зрения,
- уважение к собеседнику, даже если его воззрения не совпадают с убеждениями и принципами журналиста,
- активное слушание.

⁵⁴ Боровских И.В. Интервью – основа журналистики. М., 2016. С. 117.

⁵⁵ Князева А.А. Основы журналистики и телерепортажа. Бишкек, 2017. С. 218.

Последнее является не менее важным в процессе интервью, чем умение задавать вопросы. Герой, отвечая на вопросы журналиста, ориентируется на его реакцию, делая для себя выводы: интересно ли то, что он рассказывает, стоит ли ему продолжать свою мысль.

Следующий этап подготовки к интервью – составление вопросника. Вопросник – это комплект материалов используемых интервьюером для получения или выдачи информации во время опроса. Характер и тип вопросов зависит от вида интервью, а также от цели его проведения, и полученной в ходе предварительного исследования информации.

На этом подготовка к интервью закончена и затем идет уже непосредственно проведение самого интервью.

Можно также выделить следующие условные этапы проведения интервью:

- приветствие;
- разминка;
- основная часть интервью;
- заключительная часть;
- прощание.

Любая беседа, и интервью не является исключением, начинается с приветствия. Очень важно выбрать правильный формат приветствия. Здесь много зависит от конкретной ситуации, степени близости с героем, его социального статуса. В любом случае можно использовать универсальные формы приветствия такие как «Здравствуйте!», «Добрый день!», «Доброе утро!» и т.д., которые являются стилистически нейтральными⁵⁶.

После приветствия идет прамбула интервью или «разминка». Она представляет собой несколько короткий ничего не значащих вопросов, который позволяет достичь больших результатов, чем в продолжение всей беседы или же разрушить поставленные цели. Эти вопросы задают общий тон всего

⁵⁶ Плешаков Л.А. Интервью: всякое лыко – в строку, редкое слово – в строчку // Профессия – журналист. 2019. №2. С. 25.

интервью. Они позволяют показать герою, как расположен к нему журналист, какой информацией по данному вопросу он уже владеет и т.д.⁵⁷. В традициях нашего общения начинать разговор, варьируя общие фразы, устанавливающие дружелюбную атмосферу: «Здравствуйте! Очень приятно с вами познакомиться! Как дела? Какая скверная (прекрасная) погода сегодня!». Таков социальный этикет, с помощью которого люди устанавливают между собой первоначальный контакт и «наводят мосты» для дальнейшего общения.

Журналисты, приступая к разговору, не должны отступать от общепринятых кодов общения, хотя соблазн избежать церемоний и «никчемных» фраз существует всегда, со стороны как вечно спешащего журналиста, так и ньюсмейкера, тоже нередко испытывающего прессинг времени. Конечно, бывают случаи, когда преамбула абсолютно неуместна. Например, во время коротких интервью с событийным поводом или на пресс-конференции. Важно лишь не прозевать случай, когда короткий разговор для установления контакта просто необходим.

Задача интервьюера на первом этапе общения – попытаться развеять возникшее напряжение и настороженность при встрече. Верный путь – поговорить о том, что входит в сферу интересов вашего героя, причем желательно, чтобы предметом разговора стало увлечение или занятие, вызывающее у человека положительные эмоции.

Можно выделить следующие основные правила проведения «разминки»:

- вначале разговора надо максимально устранить все возможные барьеры общения, однако «разминка» не должна быть затянутой;
- придерживаться нейтральных, приятных собеседнику тем. Найти точки пересечения интересов: общие увлечения, общие знакомые;
- не фокусировать разговор на собственной персоне, а стараться узнать как можно больше о собеседнике;
- проявить интерес к окружающей обстановке, но избегать критических

⁵⁷ Ангулов С.Л. Методика проведения интервью. М., 2016. С. 245

замечаний и советов по ее поводу;

– снять напряжение помогает смех. Уместны шутки, анекдоты, но только в том случае, если есть уверенность в собственном вкусе и чувство меры⁵⁸.

В стратегические задачи интервью входит создание определенных условий коммуникации, способствующих достижению целей интервьюера при наиболее полной информационной отдаче интервьюируемого. Не менее важно продумать стратегию развития беседы и для ситуации, когда налицо совпадение целей журналиста и намерений собеседника. Но даже при удачном стечении обстоятельств не всегда оказываются достигнутыми цели беседы, и удается выполнить задуманное. Однако и в том, и в другом случае ответственность за выполнение информационных задач интервью несет журналист, а не его собеседник⁵⁹.

Выбрать определенную тактику поведения во время интервью помогают знания о психологических типах собеседников. Определить тип респондента не сложно во время предварительной беседы. Выделяют следующие типы собеседников:

– доминантный. Является явным лидером, любит демонстрировать свое превосходство, может перебивать журналиста, не дослушивать вопросы до конца, не отвечать, если они ему не нравятся. В общении с таким героем не обходимо проявлять выдержку и спокойствие, не поддаваться на психологические провокации и не использовать в беседе тактику собеседника;

– недоминантный. Отвечает незамедлительно на вопросы, ведет себя тихо и спокойно, может потерять тему разговора, растеряться, замкнуться, опасается сказать не то, что от него ожидают услышать, поэтому для него важно видеть одобрительное отношение со стороны журналиста;

– мобильный. Легко отвечает на вопросы, показывая, что он в них компетентен. При этом спешит представить наибольший объем информации, эмоционален, может не закончить мысль и поменять тему;

⁵⁸ Шостак М.Б. Интервью. Метод и жанр. М., 2017. С. 156.

⁵⁹ Парфенов Л.П., Чекалова Е.Д. Нам возвращают наш портрет: заметки о телевидении. М., 2014. С. 154.

– ригидный. Внимательно слушает вопросы, отвечает неторопливо, точно подбирая слова, фразы, может возвращаться к одной и той же мысли несколько раз, чем снижает ценность беседы и замедляет ее ход.

Ведение телевизионного интервью осложняется тем, что журналист должен не только регулировать направление беседы, следить за изменением настроения собеседника, но должен не забывать и об ограничении эфирного времени, должен успеть задавать важные вопросы, раскрыть тему, успеть подвести разговор к финальному вопросу, финальной фразе («И последний вопрос...»), «У нас осталось совсем мало времени, что бы вы хотели сказать...»).

Журналист разрабатывает стратегию беседы с помощью своих ролевых функций. Вопрос, должен ли он быть лицедеем, меняя роли, как актер, в зависимости от характера собеседника, уровня поставленных задач и обстоятельств беседы, всегда вызывал споры. Они, по сути, сводятся к двум противоположным точкам зрения. Одна группа экспертов в области интервью говорит: «Будьте естественными, любое выбранное вами амплуа лишь погубит дело». Другая, наоборот, видит в правильном выборе своего амплуа залог профессионального успеха⁶⁰.

Планируя очередное интервью, журналисты, как правило, много внимания уделяют семантической составляющей своих вопросов, их смысловому наполнению. Действительно, от того, что вы спросите у собеседника, во многом зависит то, что он ответит. Не менее важным и стратегически значимым компонентом интервью является правильно выбранная последовательность задаваемых вопросов. Установить нужный порядок в перечне вопросов – задача, которую журналист должен решать в каждом отдельном случае⁶¹. Существуют три стратегических принципа последовательности задаваемых вопросов – хронологический, логический, импровизационный. В первом случае в центре внимания – события; во втором – предметы общественного обсуждения; в третьем – человеческий характер.

⁶⁰ Багиров Э.Г., Борецкий Р.П., Юровский А.В. Основы телевизионной журналистики. М., 2017. С. 220.

⁶¹ Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 2015. С. 175.

Очень важен заключительный этап интервью, в котором, как правило, заранее можно спланировать только время окончания. Соблюдать договоренность о продолжительности интервью – хороший тон. Желательно также завершать разговор на позитивной ноте. Даже если в конце задавались нелюбезные вопросы, надо попробовать «увести» разговор в сторону, заговорить о чем-нибудь приятном для собеседника, чтобы ни у кого не осталось неприятного осадка.

Точность и пунктуальность – необходимое условие для того, чтобы впечатление о репортере сложилось благоприятное. Непозволительно опаздывать на интервью. Но не менее плохо задерживать собеседника сверх времени, которое оговорено заранее. В конце концов, у него могут быть запланированы другие дела, и даже если из-за деликатности он в этом не признается, затянувшийся разговор может вызвать вполне понятное раздражение, поскольку помешает ему выполнить намеченное⁶².

Конечно, трудно заранее спланировать, как завершится интервью. В идеале это происходит естественным образом, когда и репортер, и интервьюируемый приходят к обоюдному выводу, что все вопросы исчерпаны. Однако в большинстве случаев при завершении разговора надо следовать двум основным правилам: «уходить с достоинством» и «не злоупотреблять гостеприимством». Есть еще золотое правило – уходить так, чтобы у собеседника осталось желание общаться с вами еще, готовиться к новой встрече.

Также стоит отметить, что качество и характер вопросов интервью зависит от темы беседы. Некоторые из вопросов возникают в ходе беседы, но основные следует подготовить заранее, с учетом того, что именно интересует общество. Искусство журналиста направлять беседу в русло проблемы, интересующей его.

Вопросы должны быть:

– короткими, лаконичными,

⁶² Боровских И.В., Степанов В.Л. Интервью – основа журналистики. М., 2016. С. 245.

- четкими,
- «открытыми», т.е. формулироваться так, чтобы собеседник не имел возможности ответить «да» или «нет».

Ответы должны быть:

- развернутыми,
- обоснованными.

Вступление должно быть кратким (без лишней настойчивости) журналист должен:

- представиться,
- сообщить от имени какого СМИ он выступает,
- почему решил обратиться именно к этому человеку,
- изложить цели беседы, все это нужно продумать заранее и построить свою речь так, чтобы вызвать у собеседника интерес к сказанному, желание сотрудничать⁶³.

Нужно обратить внимание на формулировку вопросов. Они должны быть понятны собеседнику. Хорошо, если первые вопросы покажут компетентность журналиста, его подготовленность к интервью. Когда собеседник чувствует, что журналист знает дело, готовился к разговору, у интервьюируемого появляется более серьезное отношение к журналисту. Собеседник охотнее делится своими мыслями, проблемами.

Сведения, полученные в ходе интервью, зависят от индивидуальных свойств памяти собеседника, состояния его здоровья вообще и в момент события, от его компетентности, от ситуации беседы, его отношения к корреспонденту, от умения журналиста разговаривать и т.д. Поэтому журналист должен использовать определенные приемы, которые позволяют контролировать достоверность полученной информации:

- фильтрующие вопросы. С их помощью можно определить относится ли выбранный для беседы человек к тем, которые могут ответить на вопросы данного интервью: степень его осведомленности в проблеме, является ли он

⁶³ Вильчек В.В. Искусство в телевизионной программе // Журналист. 2018. №4. С. 34

очевидцем и т.д.;

– уточняющие вопросы. Детализируют сообщения собеседника, дают дополнительные сведения;

– повторение слов собеседника. Ответ, который вызывает сомнения или не совсем понятен, можно повторить своими словами, чтобы уточнить что имел в виду собеседник;

– вопросы - «ловушки». Чтобы проверить искренность собеседника, можно задать ему вопрос о том, чего он заведомо не знает или о том, чего не существует в природе. Утвердительный ответ на такой вопрос заставляет усомниться в искренности других ответов.

– проверка фактического материала. Факты, имена, названия, даты, цифры следует проверять в ходе беседы. Уточнить, верно ли они записаны журналистом и перепроверить по окончании беседы еще раз⁶⁴.

Современный журналист выполняет разные роли: он и ретранслятор, напрямую озвучивающий высказывания политика; и рассказчик, который передаёт высказывания политика в пересказе; и конференсье, представляющий политика и темы, с которыми тот собирается выступать; и интервьюер, который предоставляет слово политику и контролирует ход коммуникации посредством выражения своей точки зрения; и псевдокомментатор, ангажированный журналист, говорящий «от себя», но озвучивающий точку зрения политика; и комментатор, самостоятельный агент политического дискурса, выражающий прежде всего свою точку зрения, а также цитирующий и пересказывающий суждения политиков.

Из этого следуют разные формы отношения позиций журналиста и «третьих лиц». Мнения «третьих лиц» журналист:

– представляет в целях обеспечения объективности, достоверности информирования как позиции компетентных, авторитетных лиц;

– сопоставляет или дополняет другими как в диалоге текстов, так и в

⁶⁴ Плешаков Л.А. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое // Профессия – журналист. 2018. №1. С. 43.

пределах одного текста, тем самым создавая панорамность, проблемность изложения;

– оценивает, поэтому они являются стимулом для последующего монологического ответа;

– развёртывает в прямом диалоге, образуя диалогические фрагменты монологических текстов или формируя диалогические тексты и т.д.⁶⁵.

Каждая реплика ведущих имеет определённую цель. Цель, по мнению Л. Р. Дускаевой, это «результат, стремясь к которому, субъект осуществляет свою деятельность». Далее исследователь продолжает: «Характер этой деятельности определяется мотивом и потребностью, тем самым структуру типовой интенции медиатекстов составляют по крайней мере две составляющие – мотивационный и содержательно-смысловой аспекты. Мотивационный аспект указывает на направление предвосхищаемого процесса воздействия, потребность – на характер предвосхищаемых изменений в смысловом поле адресата. Направление коммуникации задаётся характером предвосхищаемого читательского запроса, который в свою очередь детерминируется традициями информационной деятельности СМИ. В них представлены запросы трёх видов: в ответ на запрос о фактах возникает осведомительная интенция, оценочная – в ответ на запрос о мнениях, побудительная – в ответ на запрос о предписаниях»⁶⁶.

Таким образом, работу над интервью можно разложить на три последовательные стадии: подготовка, проведение, завершение. Интервью имеет двойную субъективность: источника информации и воспринимающего информацию журналиста. Собеседник может излагать события с его точки зрения правдиво, а может сознательно давать неверную информацию. Нельзя целиком полагаться на его сведения, т.к. человеческая память имеет свойство сохранять одну информацию и утрачивать другую.

⁶⁵ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. СПб., 2018

⁶⁶ Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 2015. С. 211.

2 СПЕЦИФИКА ИНТЕРВЬЮ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

2.1 Специфика интервью в программе «Судьба человека» на телеканале «Россия 1»

«Судьба человека» с Борисом Корчевниковым – это программа, которая построена как откровенное портретное интервью о судьбе главного героя, об интересных и малоизвестных фактах его биографии, о чувствах и эмоциях, которые переживал человек на главных поворотах своей судьбы. Передача выходит на канале «Россия 1», в 11:45 по будням. Примерная продолжительность передачи – 50-60 минут. «Судьба человека» выходит в эфир со 2 октября 2017 года по настоящее время. Сейчас насчитывает более 540 выпусков передачи⁶⁷.

Передача выходит, как уже было сказано выше на федеральном канале. Так как передача выходит в 11:30 дня. Учитывая прайм тайм передачи, можно сказать, что аудиторией является преимущественно люди, которые либо находятся постоянно дома, либо имеют скользящий график, то есть это пенсионеры, домохозяйки. Возраст целевой аудитории преимущественно люди старше 30 лет, что во многом определяет выбор героев передач, о чем будет рассказано ниже.

Программу ведет известный актер и телеведущий Борис Корчевников, ранее работавший над ток-шоу «Прямой эфир». В августе 2017 стало известно, что он покинул шоу, уступив место ведущего Андрею Малахову, а сам занял пост генерального продюсера православного телеканала «Спас». В октябре Б. Корчевников вернулся на «Россию 1» с программой «Судьба человека». Как актер Б. Корчевников стал известен после выхода на экраны приключенческого сериала «Кадетство»⁶⁸.

⁶⁷ Судьба человека (передача) [Электронный ресурс] URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B4%D1%8C%D0%B1%D0%B0_%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%B0_\(%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B4%D1%8C%D0%B1%D0%B0_%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%B0_(%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0)) (дата обращения 09.03.2020)

⁶⁸ Судьба человека с Борисом Корчевниковым [Электронный ресурс] URL: <https://sudbacheloveka.su/> (Дата обращения 09.03.2020)

В программе «Судьба человека» Борис Корчевников создает доверительную обстановку, в которой каждый гость может полностью раскрыться и поведать историю своей жизни. По форме программа представляет собой откровенный видеопортрет героя, в котором каждый из гостей рассказывает о сложных и поворотных моментах в судьбе, трагических случаях и тяжелых чувствах и эмоциях.

В одном из выпусков в гости к Б. Корчевникову пришла известная гимнастка и телеведущая Лейсан Утяшева, рассказавшая о своих непростых отношениях с отцом и переживаниях, связанных с утратой мамы.

Другой героиней программы стала Валентина Соловьева, в 90-х годах создавшая финансовую пирамиду «Властелина». 2 ноября 2017 в студию приехал бизнесмен, телеведущий, писатель, публицист и общественный деятель Владимир Соловьев, известный зрителям по проекту «К барьеру!» на телеканале НТВ. Б. Корчевников и гость обсудили особенности работы телеведущих, возникающие проблемы со зрителями и участниками программ. Одной из больных тем разговора стали доходы Владимира Соловьева. Ведущий рассказал о том, что всегда декларировал свои доходы и не скрывал умение зарабатывать деньги. Еще одним сложным моментом для Владимира Соловьева стала встреча с Джорджем Бушем.

Гостьей программы от 3 ноября 2017 года стала актриса Мария Аронова. Она рассказала о своем отношении к сплетням, распространяемым интернет-изданиями и желтой прессой, а в частности, о том, что она больна онкологическим заболеванием. Аронова рассказала о том, что от рака ушла ее мама, и актриса старается оградить от слухов своих отца и дочь-подростка.

Кроме указанных героев, в гостях у Б. Корчевникова побывали такие люди, как Владимир Соловьев – журналист, Мария Аронова – актриса, Владимир Меньшов – режиссер, Маша Распутина – певица, Костя Цзю – спортсмен, Карен Шахназаров – кинорежиссер, Ирина Скобцева – актриса, Алла Демидова – актриса, Роман Карцев – актер, Анна Ковальчук – актриса, Владимир Жириновский – политик, Татьяна Буланова – певица и т.д. Как видно,

на передачу приглашаются известные личности – в основном это актеры, режиссеры, певцы, телеведущий. Среди приглашенных гостей они составляют большую часть. Намного реже на передачу приглашают политиков, спортсменов и других общественных деятелей. Как видно из перечисленных героев, практически все они старше 30 лет. Среди приглашенных гостей нет известных среди молодежи личностей, например, известные молодежные исполнители, видеоблогеры, звезды Youtube и т.д. Выбор героев, как уже говорилось выше, во многом определяется целевой аудиторией. Так как передача рассчитана на пенсионеров и домохозяйке в возрасте от 30 лет и старше, то героев выбираются также более взрослые. Приглашение молодых актеров и звезд не является целесообразным, так как целевой аудитории они не будут интересны.

Как уже было сказано выше, «Судьба человека» строиться как портретное интервью, где главный герой передачи рассказывает о своей биографии, важных моментах его жизни. Рассмотрим особенности интервью на примере двух конкретных передач – «Судьба человека. Людмила Семеняка. Разбитое сердце балерины», которая вышла в эфир 26.02.2020 и «Судьба Михаила Кожухова. В поисках приключений», она вышла в эфир 5.03.2020.

Каждая передача имеет примерно одинаковую структуру. Вначале идет краткая биография главного героя, те основные моменты его жизни, которые и будут раскрываться в передаче. Этот рассказ сопровождается слайд-шоу из различных фотографий, видеозаписей и т.д. Затем ведущий приглашает в студию главного героя передачи. После этого идет этап приветствия, главной задачей которого является правильно настроить героя и зрителей на предстоящее интервью. Б. Корчевников старается к каждому гостю найти свой особенный подход. Женщин приветствуя, ведущий целует руку, дарит цветы, мужчинам же пожимает руки.

Далее идет основная часть передачи, в течение которой раскрывает главный герой. Б. Корчевников задает вопросы об основных этапах жизни героя, гости отвечают на различные вопросы: «Почему однажды было принято

решение, перевернувшее всю жизнь?» «Какие факты биографии до сих пор были скрыты от публики?», «Какие эмоции пришлось пережить на главных поворотах судьбы?» и т.д. Для того чтобы выстроить «стройный диалог» ведущий проводит тщательное предварительное исследование своего героя, что позволяет путем вопросов лучше показать судьбу приглашенного героя.

Заключительным этапом передачи является «Письмо самому себе». Ведущий предлагает главному герою написать письмо молодому себе, чтобы он хотел сказать или пожелать себе из прошлого, если бы была такая возможность. Это своего рода рефлексия всего интервью. Таким образом, герой сам подводит итог своей жизни, и своему рассказу.

Рассмотрим более подробно структуру и особенности проведения телевизионного интервью на примере передач с Л. Семеняка и М. Кожуховым.

Как уже было сказано ранее, очень важным этапом любого интервью является его начало. Именно оно определяет дальнейший ход беседы. Б. Корчевников начинает интервью со своими героями по-разному. К примеру, в передаче с Л. Семеняка, разговор с героиней ведущий начал со слов: «Вы просили не называть вас по отчеству. Прямо нельзя, точно?». Тем самым, он с одной стороны показал свое почтение к героине, с другой стороны создал этими словами дружественную, доверительную и открытую атмосферу.

В другой передаче с М. Кожуховым, после формального «Здравствуйте», ведущий предлагает герою на выбор несколько экзотических блюд (личинки различных насекомых), со словами «На выбор. Это то, чем вас не удивит, но я удивляюсь до сих пор». А далее ведущий пытается вместе с героем съесть этих личинок. Таким образом, Б. Корчевников, старается поставить себя на место М. Кожухова, который постоянно пробует такие странные блюда, и также выстроить доверительные отношения со своим героем.

Именно начало интервью, а также выбор амплуа во многом определяет характер и его ход. Как уже было сказано выше, на передаче «Судьба человека» Б. Корчевников пытается создать доверительную и дружественную атмосферу, которая бы позволила главному герою чувствовать себя комфортно

и уютно, стать более открытым и честно отвечать на вопросы. Если говорить о выборе ампула, то Б. Корчевников выбирает роль мягкого интервьюера, который пытается встать на место своего героя, понять его боль и переживания. Когда герой отказывается отвечать ведущему, он не настаивает на ответе, но в тоже время, используя различные методы пытается получить косвенный ответ. К примеру, в передаче с М. Кожуховым, на вопрос ведущего: «А вы не влюбились на Кубе». Герой ответил: «Такие вопросы я не обсуждаю даже с друзьями». После этого Б. Корчевников сказал: «Жаль, что вы не влюбились на Кубе». Такое построение предложение отзеркаливает слова респондента, этот психологический прием позволяет ведущими получить, пускай косвенный, но все же положительный ответ на его вопрос.

В ходе интервью Б. Корчевников использует в основном открытые вопросы. Чаще всего они лаконичны и коротки. Иногда ведущий приводит какой-то факт из биографии героя и просит раскрыть его полнее и рассказать подробнее.

Б. Корчевников в интервью занимает нейтральную позицию – он практически не высказывает своего мнения по тому или иной вопросу, а только пытается узнать больше о своих героях. Иногда ведущий вставляет факты из своей биографии, чтобы сблизиться со своим интервьюируемым и получить ответ на некоторые вопросы. Например, в передаче Л. Семеняка, когда ведущий пригласил в студию ее сына, он провел параллели между их детством, так как оба они росли без отцов. Ведущий говорит: «Мне кажется это таким родным и знакомым. Меня мама родила тоже в 36 лет (как и главная героиня передачи своего сына), отца не было. Я постоянно задавал вопрос: «А кто папа?». А, вы задавали этот вопрос?». Проводя параллели со своим детством, ведущий пытается вывести на откровенный ответ своих героев, «Кто отец ребенка?», правда ответа так и не получает.

Кроме того, Б. Корчевников тщательно готовится к проведению интервью, он собирает интересные факты из жизни своих героев, фотографии, видеозаписи, интервью других людей, которые сыграли важную роль в их

судьбе, различные важные предметы и т.д. В передачи про Л. Семеняка, он вставляет интервью с ее мужьями, где они рассказывают про нее и про их совместную жизнь. Все это делает передачу более интересной. Кроме того, позволяет вызывать в герои необходимые сентиментальные чувства.

Если говорить об ошибках ведущего, то здесь можно отметить, что иногда он позволяет себе перебивать рассказчика, не давая тому возможность договорить до конца. Кроме того, часто не заканчивается предложения, словно проглатывает их часть и сразу переходит на следующее, более важное, по его мнению. В тоже время стоит отметить, что в своих попытках понять и встать на место своего героя, он не всегда может услышать, что хочет донести ему рассказчик.

В итоге можно сделать вывод, что роль журналиста в интервью очень велика. На примере передачи «Судьба человека», можно увидеть, как правильно выбранная стратегия, приветствия позволяют создать дружественную и доверительную атмосферу, которая наилучшим образом соответствует стилю программы. Может показать, что роль ведущего в этой передаче второстепенна, но это не так. Задавая правильные вопросы, ведущий не просто выстраивает диалог, но и подталкивает людей отвечать даже на те вопросы, на которые они отвечать не хотят. Именно в этом и заключается роль журналиста в интервью: получить максимум информации и суждений от своего героя. Тематика передач носит нейтральный характер, в ходе интервью не поднимается острых социальных и политических тем. Интервью носит более традиционный характер. Указанные особенности передачи «Судьба человека» определяется с одной стороны целевой аудиторией, а с другой достаточно жесткой цензурой, которая характерна для телевизионных программ.

2.2 Специфика интервью в программе «А поговорить!?» на видеохостинге «Youtube»

Для анализа интернет-интервью была взята передача «А поговорить!?». Это youtube-шоу в формате откровенного интервью с российскими медийными персонами: музыкантами, актерами, поэтами, политиками, писателями,

общественными деятелями и учеными. Тематика передач различная. Есть выпуски, посвященные отдельно взятому персонажу, другие посвящены определенной теме. Ведущая передачи Ирина Шихман – российская журналистка, телеведущая, блогер. Передача существует с 2017 г. Ведущими первых выпусков, помимо Ирины, стали блогер и визажист Мария Вискунова и телеведущая Елена Сажина, однако вскоре работу на канале продолжила одна Шихман.

По состоянию на май 2020 года канал Ирины Шихман «А поговорить?..» имеет почти миллион подписчиков и более ста миллионов просмотров.

Изначально он был связан с холдингом мэрии Москвы, а одним из создателей проекта был продюсер телеканала «Москва-24» Алексей Вершинин. Вскоре холдинг заявил о том, что больше не занимается продюсированием данного проекта.

Свою карьеру в сфере журналистики Ирина Шихман начала на телевидении в родном городе Томске. Там её помнят как ведущую программы «Обстоятельства на телеканале «СТС-Открытое ТВ».

По приглашению Сергея Майорова, ведущего проекта «Истории в деталях», Шихман переехала в Москву, где семь лет проработала журналистом в его команде. Вместе с ним в дальнейшем Шихман работала над такими телепередачами, как «Детали. Новейшая история» на СТС и «Дневник наблюдений» на Пятом канале.

Появление Ирины Шихман на телеканале «Москва-24», по её словам, было вынужденным. Тем не менее, там она создала собственную рубрику «Просто люди», целью которой было представление полной картины мегаполиса через трехминутные монологи москвичей. В 2015 году она запустила на канале собственный проект «Понаехали» об историях покорения Москвы успешными людьми. Также, вместе с Марией Рыбаковой и Анастасией Трегубовой, Шихман стала вести программу «Ой, все!», гостями которой стали звезды шоу-бизнеса, журналисты, певцы и другие.

Появление журналистки на канале НТВ связано с программами о

путешествиях в России и за рубежом «Двойные стандарты» и «Двойные стандарты. Тут вам не там!», которые она вела совместно с Андреем Самарцевым.

В 2017 года, как уже говорилось выше, Ирина Шихман является ведущей передачи «А поговорить!?!». Целевая аудитория передачи достаточно широкая. Возраст аудитории составляет примерно 20-35 лет, это студенты, служащие/менеджеры коммерческих организаций, государственные служащие. Особенности целевой аудитории влияет на выбор тематики и приглашенных героев. Целевой аудитории важны не просто биология приглашенных гостей, но и обсуждение важных общественных проблем.

На канале ведущая поднимает серьезные общественные темы и актуальные политические вопросы, беседуя с гостями программы. На канале представлены три основные рубрики:

- портретное интервью, в рамках этих передач приглашаются различные известные культурные и общественные деятели;
- проблемное интервью на различные темы;
- документальные фильмы.

В последней рубрике относится к примеру, двухчасовой фильм «Бе(з)серебряники», выпущенный осенью 2018 года, о том, как прошел год артистов «Гоголь-центра» без их художественного руководителя Кирилла Серебряникова. В августе 2019 года Шихман затронула проблему горящих сибирских лесов в своем фильме. В передаче, «Бьет – значит бьет» поднимался вопрос домашнего насилия. Ведущая брала интервью у известных людей, в частности – это Наргиз, Наталья Туникова, Маргарита Грачева, Анна Ривина и т.д., которые подвергались домашнему насилию. Обсуждались такие проблемы, как отсутствия закона о домашнем насилии, проблема молчания женщин, которые ему подвергаются и т.д. В другой передаче рассматривались проблемы современных тюрем – пытки, насилие со стороны охранников, необходимость реформ и т.д. Таким образом, тематикой таких документальных передач являются актуальные социальные проблемы, о которых не принято

говорить на телевидении. Самоцензура youtube-шоу позволяет поднимать достаточно щекотливые темы, о которых надо говорить, что не всегда позволяет строгая цензура телевизионных каналов. К примеру, в последней документальной передаче «Вирус молчания: о чем категорически запрещено говорить врачам?», в которой обсуждались проблемы обеспеченности больниц и положение врачей в условиях пандемии. Представленные в передаче данные во многом противоречат тем фактам, которые представлены в официальных источниках, например, о чем говорят в новостных передачах.

Вторая рубрика – это проблемные интервью. На передачу были приглашены такие гости, как Илья Колмановский – кандидат биологических наук, популяризатор науки, постоянный лектор лектория «Прямая речь»; Станислав Дробышевский – научный редактор портала Антропогенез.Ру, Алексей Ковальков – доктор медицинских наук и т.д.

Но большая часть передач приходится на долю портретного интервью, они составляют больше половины всех передач на канале. На свои передачи И. Шихман приглашает различных публичных личностей. Первым гостем стал видеоблогер Николай Соболев, который ведет блог SOBOLEV. Он рассказал об испытании легкой славой, введении аккаунтов в Instagramе, о любви к котяткам и о знакомстве со своей девушкой.

Кроме того, были приглашены такие герои, как Тина Канделаки – телеведущая, Андрей Макаревич – музыкант, телеведущий, Илья Варламов – журналист и видеоблогер, Мигель – хореограф и певец, Настасья Самбурская – актриса, Константин Ивлев – шеф-повар и телеведущий, Птаха – рэпер, Карен Шахназаров – кинорежиссер, Лолита – певица, Елена Малышева – телеведущая, NILETTO – танцор и певец. На передачу даже приглашали Мэй Маск – мать Илона Маска.

Как видно, гости передачи «А поговорить!?» во многом отличаются от гостей передачи «Судьба человека». Особенности интернет-передачи дают возможность приглашать более широкий круг лиц. Так на передачу И. Шихман приглашает не только известных и заслуженных деятелей культуры, спорта и

политиков, но и молодых звезд театра и кино, рок-певцов, видеоблогеров, которых нельзя увидеть на телевидении.

Для анализа были взяты два выпуска передачи – одна с Константином Хабенским, другая с Андреем Коняевым.

Рассмотрим вначале передачу с Андреем Коняевым. Приглашенный гость является кандидатом физико-математических наук, преподавателем мехмата в МГУ. Он также является научным журналистом, основателем интернет-сообществ «Лентач» и «Образовач».

Выпуск был посвящен проблеме влияния социальных сетей на жизнь современного человека. Интервью проходит в кофейне, обстановка неформальная. Структура передачи следующая – вначале идет небольшое представление героя интервью. Далее ведущая задает вопросы, а А. Коняев отвечает на них. Исходя из темы передачи и формата проведения интервью, можно утверждать, что оно имеет проблемный характер. Выбор темы определяет актуальностью проблемы. Как известно, социальные сети занимают важное место в жизни современных людей, и поэтому возникает вполне логичный вопрос – какой характер носит это влияние, является оно положительным или отрицательным.

Ведущая придерживается классической методики ведения интервью. Вопросы являются конкретными, лаконичными, сама ведущая не вмешивается в ответы героя интервью, только задает уточняющие или наводящие вопросы. Практически все вопросы, которые задает ведущая, являются открытыми.

В рамках данной передачи обсуждались такие проблемные вопросы, как «Какое влияние на жизнь человека оказывают социальные сети?», «Стали ли меньше люди общаться в режиме оффлайн?», «Будет ли лучше без социальных сетей» и т.д. В процессе интервью обсуждают основные способы взаимодействия в современном мире с учетом развития социальных сетей. Андрей Коняев отмечает, в ходе интервью, что социальные сети, в широком смысле, в той или иной форме существовали всегда. В ближайшем будущем роль социальных сетей будет только увеличиваться.

Следующий выпуск, который был взят для анализа – это интервью с Константином Хабенским. Передачи с известными людьми строятся по другой схеме. Сначала показываются какой-то фрагмент жизни человека «вне интервью». В случае К. Хабенского показали часть его жизни перед спектаклем. В частности, ритуал с носками, в котором приняла участие и сама ведущая. Также была показана репетиция перед спектаклем «Дети-Маугли», в создании которого К. Хабенский принимал участие.

По структуре и манере проведения интервью видно, что И. Шихман готовится к разговорам, изучает биографии гостей, у нее на каждом интервью в руках телефон или планшет, в котором она делает для себя заметки, помогающие при проведении интервью, выписывает определенные цитаты интервьюируемого, которые потом зачитывает, на основе чего строит вопросы, а также какие-либо интересные факты из профессиональной деятельности персонажа, о которых хотелось бы узнать подробнее. При проведении интервью с К. Хабенским И. Шихман задавала в основном вопросы, касающиеся его профессиональной, общественной и личной жизни. В частности, были затронуты такие темы, как выступление актера в июне 2019 года на открытии фестиваля Кинотавр, когда он выступил в поддержку арестованного журналиста Ивана Голунова. Историю создания творческих групп для детей-школьников, создание и деятельность благотворительного фонда и т.д.

Некоторые вопросы являлись достаточно провокационными и не всегда корректными. Например, «Как вы относитесь к политике нового художественного руководителя МХАТА Сергея Женовача?», «Я знаю, многие в театре хотели бы видеть вас новым художественным руководителем театра». Такие вопросы были связаны с тем, что после смерти Олега Табакова, кандидатурой от театра был К. Хабенский. В тоже время, он как актер театра не может открыто критиковать, да если не согласен, политики и деятельность нового художественного руководителя. На некоторые вопросы актер не отвечал.

Сравним особенности проведения интервью на телевидении и в сети Интернет. Стоит начать с места проведения интервью. В случае передачи «Судьба человека» местом проведения является – телестудия, что имеет ряд свои преимуществ и недостатков. В частности, приглашение героя на телестудию создает более официальную обстановку, что дает определенные преимущества журналисту, но в тоже время создает некоторые трудности для самого интервьюируемого.

Передача «А поговорить!?» проходит в различных условиях. Например, выпуск с А. Коняевым проходит в кофейне, а интервью с К. Хабенским ведущая брала в театре МХАТ. Такой подход позволяет подстроиться под график героя, в тоже время непринужденная и неофициальная обстановка положительно влияет на героя интервью, он ведет себя более раскрепощено.

По времени передача «А поговорить!?» длится несколько дольше, чем передача «Судьба человека». Это связано с тем, что youtube-шоу менее скованны временными рамками, чем телевизионные передачи, которые должны следовать строгому таймингу. Кроме того, у телевизионных передач есть строгое время выхода, что делает их узкоориентированными, к примеру, передача «Судьба человека» ориентирована в основном на домохозяек, пенсионеров и мам в декрете. Интернет-передачи не привязаны к определенному времени. Пользователи могут в любой момент зайти на youtube и посмотреть интересующий их выпуск, что позволяет захватить более широкую аудиторию.

У обоих ведущих, несмотря на разность подходов, логическая схема проведения интервью одинаковая – в передачах имеются два смысловых центра – герой и его дело. Оба интервьюера проходят все этапы подготовки к интервью (составляют вопросник, ищут информацию об интервьюируемом в различных доступных им источниках и прорабатывают её, соблюдают правила драматургии интервью, его композиции). Но при этом методика проведения интервью различается. Как уже было сказано выше, выбор героев передач различается. Как известно для интернет-передач свойственна более мягкая

цензура, которая чаще всего определяется самими создателями проекта. Это дает больше возможности и свободы для журналиста. Можно приглашать различных героев, как известных видеоблогеров или рок-певцов, так и заслуженных деятелей культуры. При этом сами герои чувствуют себя более свободными и раскованными. Мягкая цензура также позволяет затрагивать различные острые и проблемные вопросы, например, от обсуждения светских скандалов до политических тем, которые нельзя поднимать в телевизионном эфире.

Если сравнивать виды интервью, которые используются в передаче «Судьба человека» и «А поговорить», то в первой используется только портретные интервью, тогда как во второй – это проблемное и портретное интервью. Такое разнообразие позволяет решать различные задачи. Так, на наш взгляд, программа «А поговорить!?» решает комплекс этих задач в зависимости от приглашённого собеседника. К примеру, если это проблемное интервью, то доминирующей задачей становится получение мнения по выбранной теме.

Портретное интервью позволяет увидеть собеседника с разных сторон. Для передачи «А поговорить!», свойственно не только обсуждение и рассказ о достижениях в разных сферах жизни героя, но и более глубокое раскрытие самого персонажа, его основные жизненные цели, ценности установки, взгляды на различные политические, социальные, производственные проблемы. В то время как для передачи «Судьба человека» свойствен более личностный подход, ведущий стремится лучше изучить и понять приглашенного героя, но при этом не выходит за рамки биографии. В своем интервью Б. Корчевникова не затрагивает общественные проблемы, даже если они непосредственно относятся к биографии героя.

Стратегический принцип последовательности задаваемых вопросов, то в обеих программах он чаще всего структурирован, у ведущих есть заранее запланированный список вопросов, в ходе интервью они задают дополнительные и уточняющие вопросы, но все же не уходят от заданных

направлений беседы. Кроме того, создается впечатление, особенно это касается передачи «А поговорить!?!», что вопросы заранее известны и герою интервью.

В итоге можно сделать вывод, что методика проведения интервью И. Шихман во многом схожа с методикой проведения интервью Б. Корчевникова, хотя можно увидеть и значительные различия. Она занимает нейтральную позицию в интервью, во многом, особенно если это касается передач, в которых обсуждаются проблемные вопросы, полностью встает на сторону эксперта не пытаясь опровергнуть его мнение или вступить с ним в дискуссию. При этом ведущая передачи «А поговорить!?!» ведет себя достаточно профессионально, она не перебивает своего собеседника, давая возможность ему полностью высказаться. По ходу интервью она стремится не просто пересказать жизнь своего героя, но и раскрыть его личностные качества, жизненные ценности и установки.

Анализируя выпуски программы и виды интервью, которые использует ведущая, можно сделать вывод, что доминирующим видом является проблемное интервью, потому что изначально И. Шихман приглашает гостей с целью обсудить определённую проблему, в зависимости от рода деятельности собеседника и его компетентности.

Что касается жанровых разновидностей интервью (монолог, диалог или брифинг-опрос), то в передаче «А поговорить!?!» используется в основном монологическая форма, при этом ведущая редко вступает в дискуссию со своим собеседником. В тоже время Б. Корчевников более включен в разговор, он чаще задает вопросы, рассказывает о своей жизни, хотя и позволяет себе перебивать героев.

Как уже было сказано выше, программа «Судьба человека» является примером портретное интервью, цель которого – показать, что представляет собой этот человек на самом деле. Героями программы становятся известные личности, это обуславливается спецификой программы, так как подробности их жизни и деятельности становятся основой интервью-портрета. По форме

изложения в программе «Судьба человека» использовались блиц-опрос и диалог.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интервью является особым жанром журналистики, который строится как диалог корреспондента и героя публикации. Это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес.

В теории журналистики существуют различные подходы к классификации интервью, так в зависимости от цели проведения выделяют следующие виды интервью – протокольное, информационное, аналитическое, интервью-портрет, проблемное, аналитическое, интервью-расследование, креативное интервью. Кроме того, выделяют такие формы интервью, как интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-портрет, интервью-беседа, коллективное интервью, анкета, блиц-опрос и т.д.

Методика проведения интервью включает в себя три основных этапа:

- подготовка;
- проведение интервью;
- завершение

Каждый из указанных этапов является достаточно важным и ответственным для журналиста. На этапе подготовки журналист должен решить для каких целей он собирается провести интервью, кто будет его героем, какой характер оно будет носить и т.д. Когда журналист определился с героем, он проводит предварительное исследование, характер которого определяется поставленными целями. В ходе этого исследования он должен получить максимум информации о своем герое и интересующей его проблеме. Полученная информация будет служить проводником в будущем интервью, а также правильно подготовить вопросник для интервью. Далее необходимо получить разрешение на интервью у героя и назначить место и встречу.

Проведение самого интервью всегда начинается с приветствия. Выбор

тактики приветствия зависит от конкретной ситуации, степени близости с героем, его социального статуса. Не менее важную роль играет преамбула интервью, когда журналист рассказывает о цели проведения интервью. Задача интервьюера на первом этапе общения – попытаться развеять возникшее напряжение и настороженность при встрече.

При проведении интервью важно выбрать правильную стратегию и тактику, что зависит также от характера самой встречи, социального положения героя и других факторов. При проведении интервью существуют три стратегических принципа последовательности задаваемых вопросов – хронологический, логический, импровизационный. В первом случае в центре внимания – события; во втором – предметы общественного обсуждения; в третьем – человеческий характер.

Многие журналисты не сходятся во мнении относительно того, стоит ли журналисту выбирать какое-либо амплуа при проведении интервью. Некоторые считают, что выбор правильного амплуа – это залог успеха, другие, напротив, считают, что это выглядит фальшиво и не естественно.

Важно не только грамотно провести интервью, но и правильно его закончить. Завершения интервью должно представлять собой вывод, подведение итога всей беседы.

Рассмотрев указанные программы, мы можем утверждать, что в них представлена в большей степени оценочная интенция, так как ведущие узнают именно мнения, а не факты, от своих собеседников по разным вопросам. По словам А. В. Колесниченко, интервью в зависимости от темы бывают трех видов – предметное, личностное и предметно-личностное.

Программа «Судьба человека» в отличие от «А поговорить!?» демонстрирует портретное интервью, так как темой в таком интервью является сам человек. Следовательно, интенции ведущего в данной программе – раскрыть собеседника с разных сторон, показать его многогранность, дать возможность зрителю оценить гостя как личность, открывшуюся с новых сторон. Персонажами личностного интервью часто бывают известные люди –

политики, музыканты, актёры, спортсмены, люди из шоу-бизнеса. При этом в интервью затрагиваются абсолютно разные темы из различных жизненных аспектов. У журналиста в личностном интервью нет цели добыть определённую информацию, ему важно «преодолеть «фасад» личности, показать, что представляет собой этот человек на самом деле, «очеловечить гламурный образ».

По своему типу портретное интервью можно сравнить с психологическим тестом, где постепенно открываются разные стороны личности интервьюируемого. А. В. Колесниченко считает, что «оптимальная стратегия журналиста – сочетание непрямых открытых вопросов («Расскажите, пожалуйста, о...») и провокационных («Почему вы всё время себя хвалите?»).

Рассматривая методику проведения интервью для телевидения и Интернета, стоит отметить, что наиболее важными вопросами является цель проведения интервью и выбор героя. Обычно, для выбора жанра есть два повода – задание редакции или потому что «так захотелось» автору. Оба по своему хороши, если понимать, зачем это делается. Журналист должен ответить на вопросы:

- Что нужно получить в итоге?
- Почему именно с этим героем?
- Интересен ли он аудитории и почему?
- А самому автору?

Когда есть ответы, становится более понятно, что выйдет в результате: актуальная информация, нечто мотивирующее, развлекательное, важное и полезное для читателей или простой пиар.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аграновский, В. А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике / В. А. Аграновский. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 299 с.
- 2 Ангулов, С. Л. Методика проведения интервью / С. Л. Ангулов. – М. : Высшая школа, 2016. – 300 с.
- 3 Антонов, В. И. Информационные жанры журналистики / В. И. Антонов. – Саратов : Просвещение, 2014. – 190 с.
- 4 Багиров, Э. Г. Основы телевизионной журналистики / Э. Г. Багиров, Р.П. Борецкий, А.В. Юровский. – М.: ВЛАДОС, 2017. – 340 с.
- 5 Багиров, Э. Г. Очерки теории телевидения / Э. Г. Багиров. – М. : Дрофа, 2017. – 373 с.
- 6 Борецкий, Р. А. Телевизионная журналистика / Р. А. Борецкий, В.Л. Цвик. – М. : Дашков и К, 2002. – 400 с.
- 7 Боровских, И. В. Интервью – основа журналистики / И. В. Боровских, В.Л. Степанов. – М. : ВЛАДОС, 2016. – 307 с.
- 8 Вильчек, В. В. Искусство в телевизионной программе / В. В. Вильчек // Журналист. – 2018. – № 4. – С. 32-37.
- 9 Ворошилов, В. В. Журналистика / В. В. Ворошилов – СПб. : Питер, 2018. – 190 с.
- 10 Голанова, В. И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) / В.И. Голанова // Русский язык сегодня. – 2017. – № 4. – С. 21-26
- 11 Гольшкіна, Л. А, Риторические основания типологизации интервью / Л. А. Гольшкіна // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2107. – № 7. – С. 75-79.
- 12 Грабельников, А. А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. – М. : РИП-Холдинг, 2015. – 245 с.
- 13 Джандалиева, Е. Ю. Портретное интервью как жанр речевого общения: некоторые особенности коммуникативного поведения участников (на

материале немецкого языка) / Е. Ю. Джандалиева // Научный диалог. – 2102. – № 12. – С. 86-92.

14 Дускаева, Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева. – СПб. : Питер, 2012. – 142 с.

15 Дускаева, Л. Р. Интенциональность медиаречи: онтология и структура. Медиатекст как полиинтенциональная система / Л. Р. Дускаева. – СПб.: Питер, 2012. – 175 с.

16 Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста / Н. В. Зверева. – М.: Наука, 2016. – 304 с.

17 Канал «А поговорить!?» [Электронный ресурс] Режим доступа : <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. – 09.03.2020.

18 Ким, М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2014. – 360 с.

19 Князева, А. А. Основы журналистики и телерепортажа / А. А. Князева. – Бишкек : КРСУ, 2017. – 370 с.

20 Колесниченко А. В. Прикладная журналистика / А. В. Колесниченко. М. : Изд-во Московского ун-та, 2008. 180 с.

21 Колесниченко, А. В. Практическая журналистика / А. В. Колесниченко. – М. : Академия, 2018. – 451 с.

22 Колокольцева, Т. Н. Специфика портретного интервью творческой личности / Т. Н. Колокольцева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 218. – № 7. – С. 105-112.

23 Корконосенко, С. Г. Основы творческой деятельности журналиста / С. Г. Корконосенко. – СПб. : Питер, 2000.

24 Кормилицына, М. А. Язык СМИ / М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротинина. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2011. – 92 с.

25 Кузнецов, Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г.В. Кузнецов. – М. : Дашков и К, 2014. – 143 с.

26 Кузнецов, Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М. : Высшая школа, 2017. – 302 с.

- 27 Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. В. Лазутина. – М. : Академия, 2015. – 300 с.
- 28 Лукина, М. М. Технология интервью / М. М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2015. – 223 с.
- 29 Мажура, А. В. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве / А. В. Мажура, Е. Д. Тимофеева // Наука и школа. – 2019. – № 3. – С. 47-52.
- 30 Муратов, С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром / С. А. Муратов. – М. : Дрофа, 2015. – 303 с.
- 31 Парфенов, Л. П. Нам возвращают наш портрет: заметки о телевидении / Л. П. Парфенов, Е. Д. Чекалова. – М. : Искусство, 2014. – 207 с.
- 32 Плешаков Л. А. Интервью: проход по минному полю / Л. А. Плешаков // Профессия – журналист. – 2018. – № 3. – С. 17-20
- 33 Плешаков, Л. А. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое / Л. А. Плешаков // Профессия – журналист. – 2018. – № 1. – С. 40-46.
- 34 Плешаков, Л. А. Интервью: всякое лыко – в строку, редкое слово – в строчку / Л. А. Плешаков // Профессия – журналист. – 2019. – № 2. – С. 23-29.
- 35 Плешаков, Л. А. Интервью: не торопитесь с вопросами, лучше расскажите что-нибудь сами / Л. А. Плешаков // Профессия – журналист. – 2017. – № 11. – С. 36-40
- 36 Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации / Е. Б. Сахнова // Известия Саратовского университета. – 2013. – № 13. – С. 95-100.
- 37 Сахнова, Е.Б. Классификация видов интервью на основании различий в роли и речевом поведении интервьюера / Е. Б. Сахнова // Проблемы речевой коммуникации. – 2014. – № 2. – С. 145-158.
- 38 Современный медиатекст / под ред. Н. А. Кузьмина. – М. : Флинта, 2013. – 416 с.
- 39 Судьба Михаила Кожухова. В поисках приключений. Передача от 05.03.2020. – [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://russia.tv/article/show/article_id/77772/brand_id/62239/type_id/3/. –

09.03.2020

40 Судьба человека (передача). [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B4%D1%8C%D0%B1%D0%B0_%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%B0_\(%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B4%D1%8C%D0%B1%D0%B0_%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%B0_(%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0)). – 09.03.2020.

41 Судьба человека с Борисом Корчевниковым [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://sudba-cheloveka.su/>. – 09.03.2020.

42 Судьба человека. Людмила Семеняка. Разбитое сердце балерины. Передача от 26.02.2020 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://russia.tv/article/show/article_id/77292/brand_id/62239/type_id/3/. – 09.03.2020.

43 Сыченков, В. В. Интервью-портрет как тип коммуникации / В. В. Сыченков. – М. : Наука, 2016. – 197 с.

44 Халиуллин, А. Г. Диалогическая природа жанра интервью в современной прессе [Электронный ресурс] / А. Г. Халиуллин // Вестник ТГГПУ. – 2010. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskaya-priroda-zhanra-intervyu-v-sovremennoy-presse>. – 30.05.2020.

45 Шестеркина, Л. П. Методика телевизионной журналистики / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – М.: Аспект Пресс, 2017. – 350 с.

46 Шостак, М. Б. Интервью. Метод и жанр / М. Б. Шостак. – М. : Наука, 2017. – 350 с.

47 Шостак, М. И. Журналист и его произведение / М. Б. Шостак. – М. : Наука, 2016. – 230 с.

48 Янчева, Н. Ю. Автопортрет в интервью / Н. Я. Янчева. – Воронеж : Издательство ВГУ, 2011. – 145 с.