



ИНТЕРВЬЮ: ЖАНР
ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИК
И

- **Интервью** – это литературное изложение беседы журналиста с человеком, мысли, комментарии или пояснения которого по определенным актуальным вопросам жизни вызывают общественный интерес. Это совместное творчество журналиста и человека, дающего информацию.



- Существуют **интервью-диалог** – разговор с одним человеком по схеме «вопрос-ответ» и **интервью-монолог** – журналист ставит вопрос, задает тему, а собеседник рассказывает. Задача журналиста здесь передать рассказ максимально точно, с сохранением особенностей речи того, кто дает интервью.
- 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,
 - четкими,
 - «открытыми», т.е. формулироваться так, чтобы собеседник не имел возможности ответить «да» или «нет».
- **Ответы должны быть:**
 - развернутыми,
 - обоснованными.



- **Интервью могут быть как индивидуальными, так и коллективными**, когда сразу несколько человек выражают свое мнение по поводу затронутых вопросов.
- В ходе беседы журналист уточняет отдельные моменты, задает вопросы, следит за тем, чтобы разговор шел в нужном направлении. Просит подробнее высказаться по поводу вопросов, представляющих наибольший интерес. Т.е. журналист стремится, чтоб беседа была содержательной и интересной для обоих.
- Если человеку нечего сказать, начинать разговор не стоит. И если журналист не подготовлен, не знает о чем будет идти речь, не умеет формулировать вопросы так, чтобы заинтересовать собеседника, не умеет быть непринужденным, откровенным, то интервью не получится содержательным и интересным.



- **В чем заключается искусство интервью?**
- **Начальная стадия беседы**
- 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 сотрудничать. 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.
- **ВАЖНО:** Первые вопросы должны быть интересными, втягивать собеседника в разговор.



Темп беседы

- Темп беседы зависит от характера обсуждаемых вопросов, свойств личности собеседника, времени, которым располагают его участники и т.д. Ни в коем случае нельзя торопить собеседника, т.к. это может вызвать не желаемую реакцию: раздражение, смущение, стремление поскорее закончить разговор. Если интервьюируемый отклонился от темы, а журналист не располагает временем, можно корректно, тактично, с помощью дополнительных вопросов направить беседу в нужное русло. Особую чуткость и деликатность нужно проявлять в личном интервью, где неосторожным словом, невпопад сделанным замечанием можно разрушить контакт.

В чем заключается искусство беседы?

Истинный журналист должен идти к собеседнику, во-первых, с мыслью, а, во-вторых, – за мыслью.

Чтобы беседа была плодотворной, собеседник как минимум должен быть в ней заинтересован.

Сам журналист как личность должен быть интересен собеседнику.

5 типов интервью

- **1. Ток-шоу** – теле- или радиоинтервью, общее или индивидуальное с обязательным участием зрителей в студии или посредством телефонных звонков. Ток-шоу могут быть общественно-политическими, познавательными, развлекательными.
- **2. Пресс-конференция.** Коллективное интервью, в котором участвуют одновременно журналисты многих СМИ, которые задают вопросы на разные темы одному или нескольким известным людям (политикам, спортсменам, шоу-менам). Как правило, пресс-конференции организуются по инициативе отвечающей стороны, которая заинтересована в том, чтобы о ней побольше узнала общественность. Каждый журналист готовит на пресс-конференцию интересные вопросы, представляя свое СМИ, но он может в подготовке материала использовать ответы на вопросы других журналистов. Т.е. пресс-конференция – коллективный труд разных СМИ.
- **3. Брифинг** – разновидность пресс-конференции. Как правило, на них журналисты не задают вопросы, а получают информацию по какой-либо важной проблеме от лица или лиц, создавших брифинг. Он проводится с целью быстро оповестить максимальное количество СМИ, чтоб те в свою очередь донесли информацию до общественности.
- **4. Круглый стол** – коллективное интервью, в котором журналист выступает как организатор («дирижер»). Он приглашает в студию или редакцию людей, которые могут осветить какую-либо проблему с разных сторон, имеют разные точки зрения на один и тот же вопрос. Журналист поочередно дает им слово, следит за корректностью высказываний, задает наводящие вопросы.
- **5. Блиц-опрос** – коллективное интервью, предусматривающее опрос людей разных возрастов, профессий на улице или по телефону. Как правило, вопросы составляются короткие, вопросник состоит не более чем из 3 вопросов, которые формулируются одинаково для всех отвечающих. Проводится с целью выяснения точки зрения разных слоев населения по актуальным вопросам жизни общества.

- **Ток-шо́у** (от [англ.](#) *talk show* — разговорное шоу) — вид [телепередачи](#), в котором один или несколько приглашённых участников ведут обсуждение предлагаемых ведущим тем. Как правило, при этом присутствуют приглашённые в студию зрители. Иногда зрителям предоставляется возможность задать вопрос или высказать своё мнение.
- «Классическое ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий — приглашённые собеседники (эксперты) — зритель в студии. Ток-шоу соединяет приемы журналистики и сценические приемы. И каждый из участников ток-шоу, какова бы ни была его служебная функция внутри программы, одновременно является персонажем с заданной ему авторами ток-шоу ролью. Схема жанра довольно проста: герои, зрители, ведущий, вопросы и ответы



Виды ток шоу



•Общественно-значимые

Тематика таких программ – политика, экономика, социальная жизнь, шоу-бизнес и т. д.

– то есть все наиболее актуальные стороны жизни общества. Проблемы, имеющие значение практически для всех слоев общества, следовательно, преимуществ о – большой охват зрительской аудитории. Время выхода в эфир – вечер. Ведущий такого ток-шоу не может быть малоизвестным зрителю, популярность должна выходить за рамки его ток-шоу. Обычно это уже имеющий популярность и репутацию известного, авторитетного, знающего и эрудированного человека.

Часто такими ведущими становятся известные политические деятели, люди из сферы искусства и культуры.

Психологические

Тематика – касающаяся личной, а также социальной сфер жизни. Так называемые «женские» темы: семья, дом, карьера, красота и т. д.

Например, «Почему ушел муж?» – причины разводов. Гости таких ток-шоу почти всегда «обычные» люди, неизвестные,

«выходцы из народа», тогда их проблема понятна зрителю, ведь в сознании людей проблемы «звезд»

– их прихоть, а, значит, они не могут быть поняты людьми простыми.

Ведущий же, напротив, обязательно должен быть знакомым и любимым для аудитории, так как личное гость не доверит «кому попало». Целевая аудитория ограничена, чаще всего зрители таких ток-шоу – женщины. Время выхода в эфир обычно дневное. К психологическим относятся также ток-шоу, задачей которых является исследование человеческой психологии, анализ характера, особенностей личности, образа жизни героя программы. Гости таких программ

могут быть как личностями публичными, так и просто неизвестными людьми, интересными своими поступками, мыслями.

- **Специализированные**

Ток-

шоу, имеющие постоянную тему – здоровье, кулинария, дети и т. д. Такие программы – своего рода «страна с оветов».

В таких ток-

шоу большое значение имеют эксперты, в роли которых так же могут выступать и гости. Например, программа о здоровье не может обходиться без квалифицированных врачей; программа о детях – без психологов, педагогов.

Целевая аудитория – еще более ограничена, чем аудитория психологических ток-шоу.

Время выхода в эфир – утреннее, дневное.

- **Смешанные, событийные**

Темами таких ток-шоу могут становиться любые из вышеперечисленных.

Но поводом к обсуждению той или иной темы обычно является какое-

либо общеизвестное недавно произошедшее событие, с которого, как правило, начинается программа и которое и диктует выбор темы.

Например, громкий развод какой-либо «звезды» шоу-бизнеса (событие) – «как пережить развод» (обсуждаемая тема), выборы в Государственную Думу (событие) – «черные» PR-технологии (обсуждаемая тема).

Пример интервью (ток шоу)

