Министерство образования и науки РФ

Федеральное агентство по образованию

ГОУ ВПО «Сыктывкарский государственный университет»

Исторический факультет

Секция по связям с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА

**Жанр интервью в газете «Красное знамя»**

Научный руководитель:

к.ф.н., доцент С.И. Берневега

Исполнитель:

студент К.Р. Ефименко

Сыктывкар

2009 год

Содержание

Введение

§1. Интервью в теории журналистики

§2. Интервью как жанровая разновидность диалога

§3. Классификация интервью

§4. Формы организации интервью

Заключение

Литература

Введение

Интервью является одним из самых востребованных жанров в современной журналистике. Он стал особенно популярен в 90-х годах. Всеобщая демократизация общества позволила использовать этот жанр как своеобразный рупор гласности. По своей природе журналистское интервью представляет явление особой социальной значимости.

Интервью журналиста с собеседником есть разговор двух людей не просто для обмена сведениями, а с целью создания нового информационного продукта – актуального, общественно значимого, предназначенного для публикации.

Интервью как жанр за время своего существования претерпел ряд изменений, касающихся типологии, стилистики, характера функционирования, что в значительной степени определяется социальным контекстом. Это касается материалов жанра интервью, представленных как в центральной прессе, так и в региональных изданиях.

Актуальность данного исследования, прежде всего, состоит в том, что интервью является одним из самых популярных газетно-журнальных жанров. Кроме того, это один из самых распространенных методов получения сведений. И журналисты все больше обращаются в своем творчестве к методу интервью. Во-вторых, следует заметить, что проблему интервьюирования, диалогизации нужно продолжать разрабатывать дальше, т.к. знания по этой теме необходимы журналистам-практикам. Наконец, данная проблема интересна не только журналисту, но и любому человеку.

Целью данной работы является исследование интервью как жанра и как метода получения информации. Перед нами стоит задача классифицировать виды интервью и рассмотреть, опираясь на теорию, журналистскую тактику ведения беседы в газетно-публицистических текстах.

Материалом для данного исследования послужили примеры из газеты «Красное Знамя». Как всякому независимому изданию в России, "Красному знамени" порой приходилось трудно - ее публикации не всегда нравились отдельным власть имущим, порой приходилось противостоять административному давлению. Однако "Красное знамя" всегда сохраняло и сохраняет авторитет у жителей Республики Коми. А журналисты газеты неоднократно становились лауреатами.

Республиканская газета «Красное знамя» основана 10 июня 1918 года и первоначально выходила под названием «Зырянская жизнь». Название газеты неоднократно изменялось, «Красное знамя» - с 1955 года. Выходит 4 раза в неделю: со вторника по пятницу. Еженедельный выпуск газеты носит название «Красное знамя четверг». На страницах издания присутствуют различные жанры: статьи, комментарии, обозрения, очерковые зарисовки, рассказы, интервью, стихотворения, анекдоты, частные объявления, поздравления, соболезнования.

Прежде, чем начать разговор о месте интервью в структуре республиканской газеты, надо отметить, что газета, выходящая в небольшом городе, имеет свои особенности. Она пишет о людях, которых неплохо знают в городе (сослуживцы, соседи, друзья детей, фронтовые товарищи дедов и т.д.) Отсюда и требования к информации: она должна быть доступна и понятна каждому, кто читает газету. И, конечно, информация не должна содержать тех сведений, которые и так известны и старому и малому. Интервью, один из тех жанров, которые сохраняют в газетной публикации эффект подлинности и непринужденности, что так ценят люди. Проанализировав публикации в номерах газеты за 2008 г., мы заметили, что интервью – один из самых популярных в «Красном знамени» жанров.

Ежедневно интервью публикуются в разных формах. Итак, выборка газеты производилась с января по декабрь 2008 года. Всего проанализировано 147 интервью газеты «КЗ». На первый план выходят информативные интервью (78%), по форме организации интервью-диалог занимает 71 %, 28% насчитывается интервью-монолога. Четвертое место занимает такая форма интервью как блиц-опрос и интервью-сообщение – 27%. Информационные интервью же составляют 24%, портретное интервью и интервью-знакомств по 15%, оперативного интервью – 14%,, экспертных интервью – 12%, проблемных интервью – 7%, интервью-полилога, интервью-мнения и эксклюзивных интервью зафиксировано 3%, аналитическое интервью всего 0,7 % от общего количества изученных интервью. Такие виды интервью как интервью-расследование, интервью-зарисовка, интервью-мнение и детализирующее интервью в газете «КЗ» не публикуются.

Анализ проводился при помощи функционально-стилистического метода, а также методов описания.

Работа состоит из Введения, 4 параграфов, Заключения и списка литературы, насчитывающей 30 единиц.

§1. Интервью в теории журналистики

В современных средствах массовой информации жанр интервью является одним из популярных. То обстоятельство, что на первый план в наши дни выходит информационная группа жанров, к которым относится и интервью, является первым веским аргументом в пользу его популярности в настоящее время. Интервью в теории журналистики рассматривается и как метод (способ сбора информации), и как жанр (форма предъявления информации).

Задача интервью – сообщить новость, повлиять на общественное мнение. Специфика здесь состоит в том, что новость эта персонифицирована человеком, мнение которого в силу каких-то особых причин важно для читателя. В вопросах журналиста к собеседнику конкретизируются актуальные аспекты темы, возникают поводы для дискуссий. Задача журналиста - сделать интервью интересным для всех.

В.В. Ворошилов рассматривает жанр интервью как представляющие общественный интерес ответы конкретного лица (группы лиц) на вопросы журналиста или беседа, когда журналист не ограничивается лаконичными вопросами, а спорит с собеседником, комментирует его ответы[[1]](#footnote-1).

Мельник Г. и Тепляшина А. термин интервью выделяют как «акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений, суждений, представляющих общественный интерес»[[2]](#footnote-2).

Следовательно, можно говорить о том, что толкование термина интервью менялось со временем в зависимости от самого развития жанра, политической ситуации в стране и от многих других лингвистических и экстралингвистических факторов. «Общим местом» в определении жанра интервью осталось словосочетание: беседа, имеющая общественный интерес, определяющийся не только актуальностью или злободневностью обсуждаемого вопроса, но и непосредственным отношением, прямым или косвенным, читателя к затрагиваемой проблеме.

В.В. Ворошилов выделяет следующие разновидности интервью: интервью-монолог; интервью-сообщение (излагаются наиболее существенные аспекты беседы, ответы даются в сокращенном виде); интервью-диалог (полный текст беседы; это может быть суждение двух различных сторон, «сцепление двух позиций» или духовное взаимодействие людей, стремящихся к согласованному решению социальных проблем); интервью-полилог, когда количество собеседников максимальное, а диапазон тем широк. Порой реплики собеседника сопровождаются описанием его внешности и поведения: одежды, манеры поведения, выражения лица, жестов. Так строится интервью-зарисовка: здесь журналист стремится к эмоциональности изложения – используя лирические вставки, выразительные средства журналистики (факты, образы, идеи), образные ресурсы русского языка, кроме содержания беседы, журналист передает обстановку разговора, его характер, рассказывает о жизни и делах собеседника. Существуют также интервью-мнение (комментарий к проблеме, событию, факту); массовые интервью (с пресс-конференций, брифингов)[[3]](#footnote-3).

Жанр интервью – это форма получения журналистом определенной информации от респондента с помощью вопросов; иными словами – диалог – самое естественное средство общения.

§2. Интервью как жанровая разновидность диалога

Как отмечают исследователи, диалог в интервью выступает не только как способ построения газетного текста, но и как способ организации материалов на газетной полосе.

По своему характеру интервью-диалог представляет собой вопросно-ответное взаимодействие, в котором говорящий и слушающий могут постоянно меняться коммуникативными ролями.

Большой исследовательский материал, посвященный диалогу, свидетельствует о сложности и многоаспектности этого явления. Диалог предстает как конкретное воплощение языка в его специфических средствах, как форма существования языка, как форма речевого общения. Термин «диалог» используется также для обозначения одного из видов интервью («интервью-диалог»).

Определяя специфику диалога, исследователи выделяют следующие его характеристики: наличие (минимум) двух участников общения, между которыми происходит непосредственный обмен высказываниями, единая тема общения; смена ролей «говорящий - слушающий»; непринужденный характер речевой обстановки, одновременность восприятия речи на слух, подготовки и реализации собственных высказываний; большое значение внеязыковых коммуникативных средств (мимика, жестикуляция); постоянное изменение языковой ситуации.

Четкую и расширенную трактовку термину диалог дает в своих трудах М.М. Бахтин. Слово «диалог» и производные от него употребляются в следующих смыслах: «1) композиционно-речевая форма жизненного выскаывания (разговор двух или нескольких лиц; 2) всякое речевое общение; 3) речевой жанр (диалог бытовой, педагогический, познавательный); 4) вторичный жанр – диалог философский, риторический, художественный; 5) конститутивная черта определенного типа романа (полифонического); 6) жизненно-философско-эстетическая позиция; 7) формообразующий принцип духа, неполной противоположностью которой является монолог»[[4]](#footnote-4).

В газете диалог отражается, прежде всего, в жанре интервью[[5]](#footnote-5). Интервью – диалогический жанр. К таковым Л. Майданова[[6]](#footnote-6) и С. М. Гуревич[[7]](#footnote-7) относят также беседу и анкету: у них общее назначение и специфический предмет отображения – с помощью этих жанров журналисты сообщают не только о событиях, но и о мнениях людей об этих событиях.

Жанр интервью может отражать и такое общение журналиста с интервьюируемым, при котором ответ последнего является, по сути, монологом, цельным рассказом. Этот вид интервью получил название интервью-монолога (подробнее см. §3).

Таким образом, определение значимости отдельных единиц диалога имеет большое значение для анализа диалога в целом, который, в свою очередь, является исходным принципом организации жанра интервью. Вопрос о соотношении диалога и монолога важен также с той точки зрения, что является первостепенным при определении вида интервью (интервью-диалог, интервью-монолог).

§3. Классификация интервью

Интервью наиболее живой газетный жанр, без которого современные газеты просто немыслимы. Рубрика "Интервью" всегда подчеркивает свежесть, первозданность или особость материала. Многие думают, что этот жанр самый легкий из всех. Но на самом деле интервью является одним из самых сложных жанров, требующих следовать определенной тактике и стратегии. Легким интервью представляется чаще всего потому, что обычно кажется, что нет ничего проще, чем задавать вопросы и записывать ответы на них. Однако практика показывает, что дело обстоит намного сложнее. Перед каждым журналистом, будь то профессионал или еще совсем новичок в этом деле, встает вопрос, о чем написать интервью, как организовать и провести его, как оформить и какой за основу взять вид интервью? Основное коммуникативное задание, прагматическая цель интервью – “получить в результате общения журналиста с участником (участниками) той или иной встречи важные, полезные, интересные сведения и передать их через масс-медиа для широкой публики”[[8]](#footnote-8). Еще одной целью интервью является задача побудить читателя ознакомиться с текстом беседы[[9]](#footnote-9). Подобная двойная целенаправленность обуславливает стилистические особенности жанра интервью. Вторжение рекламы на страницы газет привело к появлению нового вида интервью – рекламного, основной целью которого становится стремление заставить читателя купить товар или услугу после прочтения текста интервью.

В научной литературе существует множество классификаций видов интервью, выделяемых на различных основаниях: по функционально-предметному принципу, по степени стандартизированности, по личностной характеристике интервьюируемого, по отношению собеседника к беседе, по степени участия журналиста в интервью, по количеству собеседников, по типу интервьюера, по типу СМИ, по способу общения. Однако такой спектр жанровых вариаций – примета только современной (начиная с 1980-ых годов) прессы. Например, как отмечает Е.И. Голанова, для 50-ых годов характерна только одна разновидность жанра интервью – интервью-рассказ[[10]](#footnote-10). Постепенное расширение видового разнообразия жанра связано прежде всего с изменениями социального характера, раскрепощением общества. В этом параграфе мы разберем классификацию по некоторым из критериев.

В России исследованием интервью как метода занимаются, в основном журналисты-практики, например М.И. Шостак[[11]](#footnote-11), М.Н. Ким[[12]](#footnote-12).

Итак, интервью – самый распространенный метод получения информации, который применяется журналистами во всех странах мира. К общепринятым методам в этой профессиональной деятельности относят не менее важные – наблюдение и работу с документами. «Американские исследователи подсчитали, что интервью «съедает» у работников СМИ от 80 до 90% их рабочего времени. При этом как показала практика, интервью в качестве контакта с «живым» источником чаще других методов дает материал для публикаций: использованные при ее подготовке документы не заменят «живых» человеческих свидетельств»[[13]](#footnote-13).

Можно выделить следующие виды интервью как метода получения сведений на основе классификации М.Н. Кима[[14]](#footnote-14). В теории журналистики существует различные классификации видов интервью. Одна из первых и наиболее полных была представлена в книге «Теория и практика советской периодической печати», вышедшей в 1980 году под редакцией В.Д. Пельта. В ней рассматриваются следующие виды интервью: интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-диалог, интервью-зарисовка, интервью-мнение, форумы и анкеты, пресс-конференция.

А.А. Тертычный в своей работе «Жанры периодической печати» предлагает следующую классификацию: информационное интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ, аналитическое интервью, аналитический опрос, беседа[[15]](#footnote-15).

А.А. Грабельников различает следующие виды интервью: интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-зарисовка, интервью-мнение, анкета[[16]](#footnote-16).

Как видим, классификации видов интервью во многом повторяются. «Непонятно другое: по каким же классификационным признакам были разделены эти виды? Об этом, к сожалению, уважаемые авторы не пишут. Хотя без этого сложно говорить о специфике каждого вида интервью, его основных характеристиках и признаках, принципах композиционного построения и многом другом.

В основу классификации видов интервью могут быть положены следующие характеристики: предмет отображения, целевая установка (функция) беседы, метод отображения. Предмет, функция, метод – три несущих кита, на которых держится не только жанр интервью, но и другие жанры журналистики» [[17]](#footnote-17).

Классификации интервью по его форме – самые многочисленные в научной литературе, однако исследователи выделяют разное количество и качество интервью. Одна из традиционных классификаций дана в «Справочнике журналиста» Н.Г. Богданова и Б.А. Вяземского: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета[[18]](#footnote-18). Эти виды интервью выделяются и другими авторами, поэтому остановимся на них подробнее.

Интервью-диалог – это наиболее распространенный вид интервью, формально выраженный цепочкой вопросов и ответов, чередующихся между собой. Сходными чертами обладает жанр беседы. Определение места этого жанра в классификации вызывает затруднения. Так, В.В. Ворошилов выносит этот жанр за рамки интервью, беседа в его системе публицистических жанров равноправна, например, с новостью, заметкой, репортажем и интервью[[19]](#footnote-19). В книге “Основы творческой деятельности журналиста” беседа дается как разновидность интервью, наряду с диалогом, монологом и другими видами, то есть объем ее признаков для авторов отличен от признаков интервью-диалога[[20]](#footnote-20). Мы придерживаемся мнения Б.В. Стрельцова, считающего интервью-беседу синонимом интервью-диалога[[21]](#footnote-21). Графическое оформление текста интервью-диалога воспроизводит схему «вопрос-ответ», вопросы и речь журналиста выделены жирным шрифтом (иногда маркируются еще и курсивом), ответ набран обычным для газеты шрифтом. Например: То есть, до конца года есть еще и время, и шансы на оставшиеся 90 миллионов?

- Конечно, я к этому и клоню. Мы оказались в курьезном положении, когда денег больше, чем идей, как их потратить.

Текст интервью-монолога формально не расчленен, в начале его дается вопрос журналиста, определяющий тему беседы, далее идет развернутый монолог интервьюируемого. Такое построение вовсе не свидетельствует о том, что в процессе беседы интервьюер не задавал вопросов или не перебивал говорящего, просто автор посчитал излишней разбивку текста на реплики. На страницах газет этот вид интервью встречается реже по сравнению с интервью-диалогом, поскольку длинный фрагмент текста затрудняет чтение. В такой форме часто даются рекламные интервью политиков, интервью-отчеты руководителей предприятий и так далее[[22]](#footnote-22). Пример вопроса в интервью-монологе с Александра Шульга, руководителем Торгово-транспортной компании,

- Александр Николаевич, начало нового года, по традиции время проводить итоги, строить планы на будущее…

Далее идет разбивка текста на фрагменты:

Болезнь роста

Бизнес-ланч для слесаря

Все проблемы решаемы

Расправьте крылья!

(КЗ 08.02.2008)

По свое предметной ориентации жанр интервью всегда нацелен на отображение определенного мнения людей о тех или иных событиях, явлениях и тенденциях жизни. Подобного рода мнение может быть выяснено через обращение к отдельному человеку, а может быть взято у совокупности людей. Отсюда и возникли такие виды интервью как коллективное интервью, когда на один и тот же вопрос отвечают несколько человек.

Отличительной чертой интервью-зарисовки является наличие авторских комментариев, отступлений и так далее: «Интервью-зарисовка дает журналисту возможность не только задавать вопросы, но и высказывать свое мнение, комментировать факты, о которых идет речь, рассказывать об обстановке, в которой проходила беседа, давать краткие характеристики своего собеседника, несколькими штрихами создавать его портрет»[[23]](#footnote-23).

Такой вид интервью, как анкета, также можно отнести к коллективному виду интервью. Анкета представляет собой массовый вид интервью, это «своеобразная заочная беседа» [[24]](#footnote-24) с читателями, социологический опрос, отражающий общественное мнение по какому-либо вопросу. В последнее время в газетах появился и другой вид анкеты, публикуемый обычно вместе с “нормальным” интервью в качестве справочной информации и выделяемый в отдельный блок-врезку[[25]](#footnote-25).

Целевая установка беседы и метод отображения во многом определяют жанровое разнообразие интервью. Например, подготавливая информационное интервью, журналист ориентирует своего собеседника на выражение мнения по поводу того, что, где, когда и как произошло, то в этом случае ему придется подготавливать аналитическое интервью. Если в беседе со своим интервьюером журналист нацелен не только на живой обмен мнениями, не только на выяснение чужой точки зрения, но и на отстаивание собственной, то в этом случае состоявшаяся беседа может быть отражена в интервью-диалоге, или даже в таком новом подвиде, как интервью-стенограмма. Если целью беседы является выяснение самых сокровенных мыслей собеседника, то возникают такие подвиды интервью, как интервью-монолог, интервью-мнение, интервью «поток сознания» и т.д.

Итак, В.В. Ворошилов и А.А. Грабельников в качестве вида интервью выделяют интервью-мнение. Это “развернутый комментарий компетентного лица к событию, факту, проблеме”[[26]](#footnote-26). Обычно такие интервью даются под одной шапкой с основным материалом: аналитической статьей, репортажем – однако, формально не входят в его структуру.

Некоторые авторы[[27]](#footnote-27) называют еще одну разновидность изучаемого жанра – интервью-сообщение. В нем ответы излагаются в сокращенном виде либо пересказываются журналистом. Эта форма интервью близка к отчету, поэтому выделение ее в отдельный вид весьма спорно.

Анонимность опроса повлияла на возникновение такого подвида, как интервью-аноним. Но большое доверие у читателей вызывают такие виды интервью, в которых респондент не пытается спрятаться за неким коллективным мнением или маской. К такого рода интервью можно отнести: экспертный опрос, пресс-конференция.

Классификация интервью в системе жанров -

Информационное интервью -

Цель такого интервью – познакомить читателей (слушателей, зрителей) с какими-то новыми явлениями, процессами, интересными людьми. Это интервью отличается краткими вопросами и ответами. Интервью получится информационным, если и в ответах собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда? В том случае, когда автор ставит перед собой цель лишь проинформировать читателя о предмете авторского интереса, но не проанализировать этот предмет, можно говорить, что он создает информационный материал[[28]](#footnote-28).Например,

- Что происходит в дальнейшем с теми, кто прошел центр?

- Тут схема, в основном одна: реабилитировался у нас, устроился на работу, зажил более или менее счастливо, и бац! – опять сорвался, начал пить и потерял семью. Многие наши клиенты так и живут «по кругу», мы их давно знаем. И помогаем, потому что всегда видно, когда человек хочет начать жизнь сначала.

(КЗ 10.12. 2008)

Детализирующее интервью -

Это интервью является переходным вариантом между информационным и аналитическим интервью. В отличие от информационного интервью, здесь дается больше деталей и есть попытки со стороны автора заглянуть в сущность какого-то явления[[29]](#footnote-29).

Аналитическое интервью –

Это интервью предназначено разобраться в мотивах поступков конкретных людей (героев интервью), или в причинах каких-то событий и их возможных последствиях для общества и т.д. Аналитическое интервью обычно, кроме того, что несет в себе сообщение о факте, содержит и анализ этого факта, отвечая при этом на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и т. д. «Роль автора аналитического интервью заключается прежде всего в том, что своими вопросами он задает направление анализа, который обычно осуществляет само интервьюируемое лицо. С этой целью вопросы формируются таким образом, что они требуют освещения узловых моментов какого-либо события, явления, процесса, ситуации»[[30]](#footnote-30). Со стороны журналиста здесь должны быть очень взвешенные и продуманные вопросы, он должен задавать направление анализа, а ответы собеседника должны быть насыщены примерами и аргументами. В аналитическом интервью может подниматься экономическая или политическая проблема, но также это может быть портретное интервью, посвященное конкретной личности, представляющей интерес для общества[[31]](#footnote-31).

В зависимости от целей Мария Лукина выделяет следующие виды интервью как метода получения сведений, во многом схожую с классификацией, предложенную М. Кимом:

Информационное интервью — наиболее ходовой вид, нацеленный на сбор материала для новостей. В силу жестких временных стандартов это интервью отличается весьма динамичными темпами. Однако, несмотря на жесткие временные ограничения, дух диалога и уважительного отношения к собеседнику в создании условий для ответов должен быть создан. К выезду на интервью по событийному поводу обычно из-за недостатка времени готовятся редко. Поэтому, формулируя вопросы, журналист при исследовании ситуации и её причинно-следственных связей чаще полагается на свою наблюдательность.

Оперативное интервью — разновидность информационного, только в еще более сжатом варианте. Популярную форму таких целевых интервью представляет блиц-опрос, или опрос на улице. Характерная особенность таких интервью — постановка одинаковых, фиксированных вопросов как можно большему числу респондентов, представителям одной или, наоборот, разных социальных групп.

Интервью-расследование проводится с целью глубинного изучения какого-либо события или проблемы. Предмет расследования может быть сложен и противоречив. Самым важным звеном являются здесь вопросы. В интервью-расследовании могут быть задействованы несколько персонажей с разными темпераментами и социальными ролями. Причем к каждому из них должен быть найден индивидуальный подход.

Интервью-портрет, или персональное интервью, напротив, сфокусировано на одном герое, однако предварительно для подготовки желательно провести не одну встречу с людьми заинтересованными, близкими или, наоборот, со сторонними наблюдателями. Большую нагрузку несут и детали быта, интерьера, одежды, особенности речи героя — словом, то, что формирует индивидуальность и должно быть непременно передано читателю[[32]](#footnote-32).

М.Н. Ким выделяет еще несколько разновидностей портретного интервью:

* Событийное портретное интервью, основанное на каком-либо факте или эпизоде из жизни героя; целью данного интервью является информирование общественности о тех или иных деяниях или действиях человека;
* Биографическое портретное интервью, основной задачей которого является создание целостного образа человека через выяснение наиболее значимых фактов и эпизодов биографии, которые в наибольшей степени повлияли на его судьбу; по своей структуре оно очень сложно, так как требует глубокого проникновения во внутренний мир героя;
* Юбилейное портретное интервью, поводом для написания которого является празднование юбилея известных людей.
* Политическое портретное интервью, основанное на признаниях и высказываниях известных политиков по поводу их политических пристрастий и взглядов, а также осмысления ими собственной политической карьеры[[33]](#footnote-33)

Специфика реализации информации как в зачине, так и в интервью в целом зависит от цели и предмета интервью: либо это социально-психологический портрет личности, либо анализ актуального события, общественной проблемы через призму мнения интервьюируемого.

Например:

Журналистка Любовь Воробей в российской печати – одна из самых редких «птиц». Едва ли найдется в провинции еще один газетчик, который взял бы столько эксклюзивных интервью у Михаила Горбачева, в бытность его генсеком КПСС, у Президента России Бориса Ельцина, у предсовмина СССР Николая Рыжкова. А ведь кроме многочисленных интервью с ними, в блокноте у Любы есть записи бесед с Валентином Павловым, Егором Гайдаром, Григорием Явлинским, Владимиром Жириновским, Александром Лебедем. Всех просто не перечесть.

(КЗ 11.01.08)

Содержание портретного интервью, представленного в газете «Красное знамя», направлено, прежде всего, на раскрытие внутреннего мира интервьюируемого. Решению этой задачи способствует неофициальность, непринужденность обстановки, в которой проходит интервью, что в свою очередь, определяет выбор тех или иных языковых средств.

Как правило, первостепенной причиной написания текста портретного интервью является следующая: реализация определенного события, связанного с жизнью героя интервью. При этом логическая схема интервью в данном издании характеризуется формулой «человек и его дело». В «Красном знамени» портретное интервью традиционно публикуется в рубриках «Гость номера», «Люди и судьбы», «Отечества сыны», «Из первых уст», «Актуально».

Креативное (эксклюзивное) интервью чаще называют беседой, диалогом. журналист не просто оказывается посредником в передаче информации, а выступает фактически на равных со своим собеседником в процеcce совместного творчества. 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.[[34]](#footnote-34) Если представленное в газете интервью эксклюзивное (креативное), то журналист, как правило, на это указывает. Качественное прилагательное интервью выступает в качестве определения, например:

«Красному знамени» в эксклюзивном интервью рассказал генеральный директор акционерного общества «КТК» Эдуард Борисенков.

(КЗ 08.11.08)

По возвращении в Сыктывкар председатель Парламента РК поделилась своими мыслями по этой теме в эксклюзивном интервью «Красному знамени».

Иногда в «Красном знамени» интервьюируемые – это «гости» издания, то есть те, кто встречается с журналистом с целью побеседовать, например:

В 90-й день рождения «Красного знамени» гость номера у нас самый необычный. В этой роли сегодня выступает главный редактор газеты Евгений Горчаков. (КЗ 11.06.08)

Темы бесед, как правило, ограничиваются личностью интервьюируемого и связанным с ним каким-либо событием, например, юбилеем.

По признаку предмета разговора

Информативные интервью -

Главный предмет беседы – новые факты. Интерес к личности собеседника предельно ослаблен. Второй вариант информативного интервью – опрос очевидцев и участников: когда это было? Иногда подается в виде интервью с элементами репортажа.

Проблемные интервью -

“Главный предмет обсуждения – мнения и сопоставление источников мнений”[[35]](#footnote-35). Проблемное интервью - едва ли не самый сложный вид из всех видов интервью. Интервьюер должен заранее продумать основные тезисы беседы, свои вопросы и суждения, а также – возможные контраргументы собеседников, их реакцию на свои вопросы и свою – на их ответы. Интервью этого вида может отражать диалог единомышленников, но чаще оно критической направленности. Например,

- Кстати, о дорогах. Расходы эти весьма затратные. Приходится ли рассчитывать на поддержку центра?

- По линии федеральной целевой программы «Модернизация транспортной системы России» нашей республике планируется выделить 200 миллионов рублей на развитие дорог общего пользования.

- А сколько это от потребности?

- Не считаю правильным в бюджетном процессе пользоваться таким понятием. Потребность у всех разная. Для одного «Лада» - предел мечтаний, а кому-то и шестисотый «Мерседес не в радость».

- Я имела ввиду существование нормативов.

- Нет их! Хотя, не спорю, они упростили бы работу над бюджетом.

(КЗ 18.10.2008)

Экспертные интервью –

Главная особенность экспертного интервью - то, что респондент является опытным участником изучаемого рынка. Экспертное интервью предполагает получение от респондента развернутых ответов на вопросы, а не заполнение формальной анкеты. Мнение авторитетного человека – самое важное. Эксперты выступают в качестве специалистов, которые в отличие от других людей знают специфические стороны изучаемого явления. Опрос экспертов имеет свои особенности, отличающие его от массовых опросов. Он никогда не может быть анонимным или, например, содержать вопросы «ловушки». Для проведения опроса интервьюер должен обладать достаточной компетентностью в изучаемом предмете, а также знать терминологию, используемую профессионалами при обсуждении вопросов по теме исследования. Важно сохранять деликатность и вежливость. Необходимо акцентировать внимание на важности для исследования мнения каждого эксперта, тогда как в массовых опросах респондентам сообщают, что все полученные данные будут подвергнуты общей статистической обработке.

Интервью- «знакомства»

Они делятся, в свою очередь, на:

* Портретные, цель которых –– создать эмоционально-психологический портрет собеседника. Для журналиста требуется продемонстрировать читателю как можно больше выявленных сведений о человеке, подчеркнуть вопросы, нацеленные на раскрытие характера собеседника и ответы, особенно показательные в этом плане. Главный стимул – неординарная личность, человек, интересный всем.
* Разоблачающие (с «антигероем»). Здесь нужны вопросы, помогающие разоблачению собеседника, заостряющие внимание на противоречиях. Для таких интервью характерна направленность. Журналисту приходится преодолевать недомолвки, умалчивания, бороться с искажением фактов собеседника. Нужно суметь подобрать вопрос не грубый по форме, но позволяющий эпатировать собеседника, вынудить заговорить своим языком.
* «Звездные» интервью (предметом является личность собеседника, обычно знаменитости). Наиболее игровое из всех интервью. Его определяют как «словесное фехтование» или «сценку» В основном оно служит поддержкой имиджа, но здесь возможна демонстрация настоящего лица, выглядывающего из-под маски. Следует уделять внимание «значимым мелочам», любопытным деталям биографии[[36]](#footnote-36).

Предмет беседы тесно связан с логической схемой текста интервью, “Особенностью логической схемы интервью является возможность наличия в ней двух смысловых центров”[[37]](#footnote-37). По этому признаку можно выделить два типа интервью: интервью с одним смысловым центром и интервью с двумя смысловыми центрами.

К первому типу относятся интервью-портреты, в которых предметом речи является человек. Здесь все направлено на раскрытие личности интервьюируемого. В интервью журналист и его собеседник чаще всего известные широкой публике личности, окруженные ореолом знаменитости, их жизнь достаточно известна, поэтому целью интервью становится извлечение неожиданного факта, новой информации, а не внутренний мир героя.

Интервью, в которых у собеседника берутся сведения, но не затрагивается личность собеседника также относятся к интервью с одним тематическим центром. К этому типу относятся информационные, экспертные и проблемные интервью. Как отмечает Л.М. Майданова, материал, полученный в ходе беседы, может быть оформлен не только в жанре интервью, но и стать, например, проблемной статьей[[38]](#footnote-38).

Второй тип логической схемы интервью, содержащей два смысловых центра – собеседник и предмет разговора - может быть выражен формулой “дело и человек в деле”[[39]](#footnote-39). Журналисту в данном случае важно не только получить определенную информацию, ему интересен и сам собеседник, соотношение его личности и предмета разговора. Таким образом “сухое” собирание фактов обогащается эмоционально, факты приобретают “личностные” черты, личность интервьюируемого иллюстрируется фактами.

От размещения вопросов и связи между ними напрямую зависит композиция интервью. Выделяются интервью со свободной композицией и интервью, композиция которых импровизированная беседа[[40]](#footnote-40).

Интервью со свободной композицией отличается тем, что вопросы в нем можно переставлять, так как они едины лишь своей широкой тематикой, изменение места вопросов не влияет на течение разговора. К такому типу интервью принадлежат, например, тексты под рубрикой «Прямая линия», где читатели задают различные вопросы по телефону, которые потом формируются журналистом в тематические блоки.

Композиция импровизированного интервью представляет собой совершенно иной тип отношений вопросов и ответов, при котором “вопрос порождается предшествующим ответом собеседника, вследствие чего перестановка вопросно-ответных единств невозможна”[[41]](#footnote-41). Ход такой беседы непредсказуем, либо прогнозируется лишь в общих чертах, роль журналиста сводится к тому, чтобы не дать собеседнику уйти от интересующей темы.

На практике чаще встречается тип композиции интервью, представляющий нечто среднее между вышеперечисленными типами. Обычно интервьюер имеет примерный план заготовленных вопросов, к которым по ходу беседы добавляются вопросы с просьбой проиллюстрировать, пояснить факт и тому подобное (типа “А не покажете на конкретном примере?”). При этом исходные, основные вопросы, “коротко обозначая темы следующих за ними отрезков текста – ответов, делают содержательную структуру текста и композицию его прозрачными, легко обозримыми (вот тема текста, сейчас пойдет речь о такой детали, сейчас о следующей)”[[42]](#footnote-42). Текст такого интервью часто делится на главки, что облегчает его восприятие, включаются авторские комментарии и так далее.

В зависимости от особенностей композиции, формы выражения интервью, выделяются несколько основных его видов.

Итак, развитие жанра интервью привело к появлению различных типов, отраженных в разнообразных классификациях. Анализ этих классификаций через призму жанрообразующих признаков, «таких, как наличие авторского начала, цель сообщения, предметное содержание, стандартность средств выражения, объем…»[[43]](#footnote-43), позволяет выявить особенности жанра и его видовые образования.

Жанровое многообразие интервью определяется не по какому-нибудь одному признаку, а по всей их совокупности. Но тем не менее у жанра интервью есть свои родовые признаки. Во-первых, по предмету отображения в интервью всегда выражается чье-то мнение по поводу того или иного события или явления; во-вторых, по функциональной заданности это должна быть беседа (при этом количество собеседников и их представленность не имеют значение); в-третьих, по методам отображения интервью может быть отнесено ко всем группам журналистских жанров: к информационным, к анлитическим и художественно-публицистическим. Именно из этих жанровых характеристиках объясняется все жанровое многообразие интервью.

# 

# §4. Формы организации интервью

Журналистам приходится задавать вопросы в разных ситуациях, которые зависят от самых разных, иногда и непредвиденных обстоятельств. Но чаще интервью проводятся в заранее определенных местах и в сложившихся уже традиционных форматах (пресс-конференции, выход к представителям прессы, брифинги). Это диктуется либо самим ньюсмейкером, либо информационной службой, которая является своего рода посредником в передаче информации потребителю. М. Лукина[[44]](#footnote-44) выделяет следующие виды интервью по форме его организации:

Пресс-конференция

Это коллективное интервью, когда журналистов приглашают на встречу с персоной, источником информации, в определенное время и в назначенном месте. Чаще всего местом встречи становятся информационная служба, агентство или специально оборудованное помещение в каком-либо общественном центре. Пресс-конференции обычно созываются по определенным информационным поводам с целью распространения, разъяснения или опровержения какой-либо информации.

Надо иметь в виду, что многие пресс-конференции являются частью спланированных PR-акций, цель которых - выставить в положительном свете определенного человека или событие. Это, конечно же, ставит под сомнение доверительность отношений между участниками информационного обмена. Искушенные журналисты считают, что «главное, не дать человеку покинуть помещение» и что ради того, чтобы задать вопрос, «придется встать между ним и дверью»[[45]](#footnote-45). В журналистской практике известны и случаи, когда корреспонденты, приглашенные на пресс-конференцию, вступали в негласный сговор для того, чтобы задать все необходимые, в том числе нелицеприятные, вопросы[[46]](#footnote-46).

В связи с развитием PR-технологий и распространением их методов почти во всех сферах жизни пресс-конференции стали неотъемлемой частью информационного обмена, а участие в них журналистов стало обыденным и в чем-то даже рутинным делом.

Выход к прессе

Фактически малая форма пресс-конференции для информирования журналистов об итогах прошедшего мероприятия, инициатором которого является ньюсмейкер. Оно, как правило, заранее не планируется, что отличается от предыдущего.

Брифинги

Это плановое мероприятие, которое проводится с регулярной периодичностью и посвящается распространению текущей информации о деятельности организации или компании.

Сложным форматом интервью является «круглый стол», когда на вопросы отвечает то один, то другой собеседник; не все реплики интервьюируемых перемежаются журналистскими вопросами, могут быть единства типа “вопрос – ответ1 – ответ2”. Однако возможен и такой вариант, когда на интересующий журналиста вопрос отвечают несколько человек и их мнения сравниваются; формально ответы каждого из интервьюируемых часто оформляются в виде отдельных блоков. «Круглый стол» подразумевает серьезность анализа затрагиваемых проблем, поэтому к участию в нем приглашаются в основном эксперты.

Интервью по телефону

Конечно, главным аргументом в пользу телефонного интервью является фактор времени. Интервью по телефону - рабочая процедура для подготовки публикаций журналистами всех каналов массовой информации, но это и вполне самостоятельный формат. Во время телефонного интервью журналист не может полностью контролировать ситуацию.

Интервью можно провести и с помощью разных служб Интернета -электронной почты, на форуме или в чате. По степени опосредованности этот вид организации интервью, естественно, превосходит уже рассмотренные: собеседник удален, и с ним, как правило, нет визуального контакта. Однако имеется ряд преимуществ, например экономия времени и средств, ведь с помощью глобальной компьютерной сети можно связаться с кем угодно и на каком угодно отдалении. Этот вид интервью оказывается и весьма эффективным. Потому что есть время продумать вопросы, да и собеседник более сосредоточен за компьютером и лучше формулирует ответы.

# 

# Заключение

Анализ разновидностей интервью в «Красном Знамени» позволяет сделать следующие выводы:

1. Жанр интервью в газете представлен следующими видами: информативные (главный предмет беседы – новые факты, интерес к личности собеседника предельно ослаблен), портретные (предметом беседы является интервьюируемый), экспертные (самое важное мнение авторитетного человека) и проблемные (позиция журналиста имеет не меньшее значение, нежели точка зрения и мнение интервьюируемого) интервью.
2. Значительное место в газете занимает информационное интервью, в процентном соотношении его количество составляет 24% от общего количества изученных текстов. Вторую позицию занимает портретное интервью (15%). Зафиксировано также оперативное интервью (14%). Наиболее употребляемым видом интервью на страницах газеты «Красное знамя» является информативное интервью – около 78% процентов.
3. Графическое оформление текста интервью-диалога воспроизводит схему «вопрос-ответ», вопросы и речь журналиста выделены жирным шрифтом (иногда маркируются еще и курсивом), ответ набран обычным для газеты шрифтом.
4. Для интервью-диалога, представленного на страницах газеты «Красное знамя», характерна традиционная трехчастная композиция: зачин - основная часть-концовка.
5. Содержание портретного интервью, представленного в газете «Красное знамя», направлено, прежде всего, на раскрытие внутреннего мира интервьюируемого. Решению этой задачи способствует неофициальность, непринужденность обстановки, в которой проходит интервью, что в свою очередь, определяет выбор тех или иных языковых средств.
6. Информативное интервью является самым популярным видом интервью, употребляемым на страницах данной газеты. В силу жестких временных стандартов это интервью отличается весьма динамичными темпами ведения беседы. Собеседник тут только «источник» - высказавшийся человек. Главный предмет обсуждения – новые факты. Диалог в данном случае – средство доступной подачи информации[[47]](#footnote-47).
7. Иногда в «Красном знамени» интервьюируемые – это «гости» издания, то есть те, кто встречается с журналистом с целью побеседовать. Темы бесед, как правило, ограничиваются личностью интервьюируемого и связанным с ним каким-либо событием, например, юбилеем.
8. Стоит отметить, что позиционирование газеты как «независимой» не является значимым при определении круга тем публикаций в интервью газете. Журналисты независимы, но только среди тех, которые так или иначе связаны с личностью интервьюируемого.

# Литература

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
2. Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 1971.
3. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. СПб., 2006. С. 145.
4. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М., 2001. С. 219-220.
5. Голанова Е.И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) // Русский язык сегодня. М., 2000. С. 254.
6. Голанова Е.И.. Публичный диалог: коммуникативный узус и новые жанровые разновидности. М., 2001. С. 251.

Гуревич С.М. Номер газеты. М., 2002.

Дедов А. Пособие для начинающих журналистов. http://al-dedov.narod.ru/proryv/posobie.htm.

Дунаева В. Пособие для начинающих журналистов. http//www.iatp.md./youthpress/chapter2.htm.

Еремина Л.И. Диалогизация как способ построения публицистического текста// Стилистика русского языка. Жанро-коммуникативный аспект стилистики текста, М., 1987. С. 166.

1. Ким М.Н. От замысла к воплощению: технология подготовки журналистского произведения. СПб., 1999.
2. Ким М.Н. Новостная журналистика. СПб., 2006. С. 241-245.
3. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров// Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.
4. Лазутина Г.В. Журналистское познание мира// Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2006.
5. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С.8; 21-24.
6. Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987. С. 59.
7. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2006.
8. Рэндалл Д. Универсальный журналист. СПб., 1999. http://www.newsman.tsu.ru/library/main/the\_universal\_journalist/.
9. Савчук О.С. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты// Русский язык: Исторические судьбы и современность. М., 2001.
10. Смелкова З.С., Ассуирова, Л.В., Савова М.Р., Сальникова О.А. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. М., 2002.
11. Стрельцов Б.В. Основы публицистики. Жанры. Минск, 1990.
12. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998. С. 56, 76, 208.
13. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000. С. 81-85; 107-114.
14. Тищенко В.А. Интервью в газете: Теория и практика развития жанра. М., 1980.
15. Туманов Д.В. Творим золотым пером: мастер-класс для начинающих журналистов. Казань., 2000.
16. Шостак М.И. Журналист и его произведение. М.: Гендальф,1998. С. 58-59.
17. Штатная Е.И. К вопросу о роли заголовочного комплекса в реализации коммуникативной интенции текста//Прагматика и типология коммуникативных единиц языка. Днепропетровск, 1989. С. 98.
18. Щерба Л.В. О монологической и диалогической речи. М., 1957. С. 115-116
19. Якубинский Л.П. О диалогической речи. М., 1986. С. 17-58.

1. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб. 2006. [↑](#footnote-ref-1)
2. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2006. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ворошилов В. В. Журналистика., СПб., 2006. С.145. [↑](#footnote-ref-3)
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. [↑](#footnote-ref-4)
5. Еремина Л. И. Диалогизация как способ построения публицистического текста// Стилистика русского языка. Жанро-коммуникативный аспект стилистики текста, М., 1987. С. 166. [↑](#footnote-ref-5)
6. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987. С. 59. [↑](#footnote-ref-6)
7. Гуревич С. М. Номер газеты. М., 2002. [↑](#footnote-ref-7)
8. Голанова Е.И.. Публичный диалог: коммуникативный узус… С. 251. [↑](#footnote-ref-8)
9. Штатная Е.И. К вопросу о роли заголовочного комплекса в реализации коммуникативной интенции текста//Прагматика и типология коммуникативных единиц языка. Днепропетровск, 1989. С. 98. [↑](#footnote-ref-9)
10. Голанова Е.И. Публичный диалог вчера и сегодня… С. 254. [↑](#footnote-ref-10)
11. Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ким М.Н. От замысла к воплощению: Технология подготовки журналистского произведения. СПб, 1999. [↑](#footnote-ref-12)
13. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С. 7 [↑](#footnote-ref-13)
14. Ким М. Н. Новостная журналистика. СПб., 2005. С.236. [↑](#footnote-ref-14)
15. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2006. С. 81-85; С. 107-111. [↑](#footnote-ref-15)
16. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. М., 2001. С. 219-220. [↑](#footnote-ref-16)
17. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2006. [↑](#footnote-ref-17)
18. Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 1971. С. 265. [↑](#footnote-ref-18)
19. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2000. С. 67-68. [↑](#footnote-ref-19)
20. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2001. С. 145. [↑](#footnote-ref-20)
21. Стрельцов Б.В. Основы публицистики. Жанры. Минск, 1990. С. 51. [↑](#footnote-ref-21)
22. Лукина М. М. Технология интервью. 2003. С. 8. [↑](#footnote-ref-22)
23. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. С. 219. [↑](#footnote-ref-23)
24. Там же. С. 219. [↑](#footnote-ref-24)
25. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С. 20 [↑](#footnote-ref-25)
26. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. С. 219. [↑](#footnote-ref-26)
27. Вакуров В.Н. и др. Стилистика газетных жанров. С. 50; Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. С. 219. [↑](#footnote-ref-27)
28. Дунаева В, Пособие для начинающих журналистов http://www.iatp.md/youthpress/chapter2.htm [↑](#footnote-ref-28)
29. Дунаева В. Пособие для начинающих журналистов http://www.iatp.md/youthpress/chapter2.htm [↑](#footnote-ref-29)
30. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998. С. 56. [↑](#footnote-ref-30)
31. Дунаева В. Пособие для начинающих журналистов http://www.iatp.md/youthpress/chapter2.htm [↑](#footnote-ref-31)
32. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С. 16-20. [↑](#footnote-ref-32)
33. Ким М. Н. Новостная журналистика. СПб., 2005. С. 244 [↑](#footnote-ref-33)
34. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С.19 [↑](#footnote-ref-34)
35. Шостак М.И. Журналист и его произведение. С. 58. [↑](#footnote-ref-35)
36. Шостак М.И. Журналист и его произведение. С. 59. [↑](#footnote-ref-36)
37. Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987. [↑](#footnote-ref-37)
38. Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987. С. 53. [↑](#footnote-ref-38)
39. Там же. С. 54. [↑](#footnote-ref-39)
40. Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск. С. 56. [↑](#footnote-ref-40)
41. Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск. С. 58. [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же. С. 59. [↑](#footnote-ref-42)
43. Савчук О. С. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты// Русский язык: Исторические судьбы и современность. М., 2001. С.267. [↑](#footnote-ref-43)
44. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. [↑](#footnote-ref-44)
45. Рэндалл Д. Универсальный журналист. М., СПб., 1999. [↑](#footnote-ref-45)
46. Лукина М. Технология интервью. М., 2003. С. 21-24. [↑](#footnote-ref-46)
47. Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998. [↑](#footnote-ref-47)