

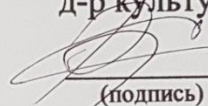
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет филологический

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

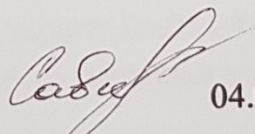
Зав. кафедрой  
д-р культурологии, проф.

  
С. А. Ржанова  
(подпись)  
«19» июня 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

**ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЕКТОРЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В КОНТЕКСТЕ ТВОРЧЕСКИХ ЛАБОРАТОРИЙ Л. КИНГА И  
Л. ПЛЕШАКОВА**

Автор бакалаврской работы



04.06.2019

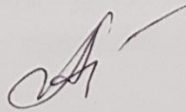
Я. С. Савинова

Обозначение бакалаврской работы БР-02069964-42.03.02-13-19

Направление 42.03.02 Журналистика

Руководитель работы

д-р филол. наук, проф.

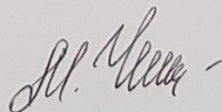


10.06.2019

В. И. Антонова

Нормоконтролер

канд. филол. наук



06.06.2019

М. Г. Чаткина

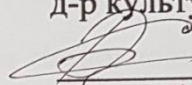
Саранск  
2019

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет филологический  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой  
д-р культурологии, проф.

  
С. А. Ржанова  
(подпись)

«25» января 2019 г.

**ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ**

Студент Савинова Яна Сергеевна

1 Тема Интерактивные векторы журналистской деятельности в контексте творческих лабораторий Л. Кинга и Л. Плешакова

Утверждена приказом 219 –с от 16.01.2019

2 Срок предоставления работы к защите 04.06.2019

3 Исходные данные для научного исследования: учебники, периодическая печать, Интернет-ресурсы

4 Содержание выпускной квалификационной работы

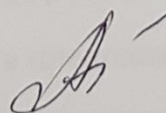
4.1 От Платона до информационного взрыва: динамика жанра интервью

4.2 Специфика интерактивных форм творчества Л. П. Плешакова

4.3 Ларри Кинг как пример талантливого телеведущего

5 Приложения А, Б.

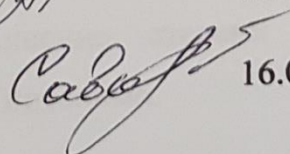
Руководитель работы



16.01.2019

В. И. Антонова

Задание принял к исполнению



16.01.2019

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 67 страниц, 51 использованный источник и 2 приложения.

ИНТЕРВЬЮ, ПУБЛИЦИСТИКА, ЖУРНАЛ, БЕСЕДА, ДИАЛОГ, РЕСПОНДЕНТ, ИНТЕРВЬЮИРУЕМЫЙ, МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ, ПЛЕШАКОВ, ЛАРРИ КИНГ.

Объектом исследования является жанр интервью на всех этапах своего развития, а также его специфика и особенности в журналистских работах Л. Плешакова и Л. Кинга.

Цель работы – рассмотреть особенности становления и развития жанра интервью в нашей стране, а также узнать, какие методы интервьюирования использовали в своей профессиональной деятельности Леонид Плешаков и Ларри Кинг. Рассмотрев их творческий путь и сравнив особенности мастерства проведения бесед, постараться обозначить главные критерии для успешного интервью.

В процессе работы использовался анализ документов (в частности ознакомление с публицистическими материалами Плешакова и телевизионными записями Кинга), а также изучение материалов, касающихся вопросов становления интерактивных жанров в отечественных и зарубежных СМИ.

В результате исследования дано определение жанра интервью, рассмотрена история его становления и развития, обозначены основные методы, использование которых способствует проведению качественного интервью высокого профессионального уровня.

Степень внедрения – частичная.

Область применения – в преподавательской и студенческой практике.

Эффективность – повышение степени изученности особенностей развития и техники проведения интервью.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 От Платона до информационного взрыва: динамика жанра интервью	9
1.1 Типологические доминанты интерактивной группы жанров	9
1.2 Семантико-синтаксические модификации интерактивных форм медиатекстов	17
1.3 Коммуникативные методы воздействия на аудиторию	24
2 Специфика интерактивных форм творчества Л. П. Плешакова	31
2.1 Хронологические этапы жизни и творчества «короля» российского интервью	31
2.2 Стратегии успешной беседы в парадигме межличностного контента	35
3 Ларри Кинг как пример талантливое телеведущего	42
3.1 Специфика жанра телевизионного интервью	42
3.2 Аналитические верификации интерактивного мастерства Ларри Кинга	46
3.3 Творчество Л. Кинга и Л. Плешакова: в контексте поляризации	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	61
ПРИЛОЖЕНИЕ А (справочное) Фотография Л. Плешакова	66
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (справочное) Фотография Л. Кинга	67

## ВВЕДЕНИЕ

За последние несколько лет отечественная журналистика сделала большой шаг в своем развитии. Сегодня многие ее элементы вышли на новый для себя уровень развития, что позволяет им вступать в свободную конкуренцию с зарубежными «коллегами».

Конечно же, периодическая печать настоящего значительно отличается от той, что функционировала несколько десятилетий назад: новый формат, иное наполнение контента, штатное расписание, да и техническая база создания печатной периодической продукции намного превосходит ту, которую использовали редакции в вышеуказанный период. Радио и телевидение тоже не стали исключением, значительно преобразившись за последние 10 лет.

Однако стоит учесть тот факт, что журналистика, как и любой другой вид деятельности, вне зависимости от времени существования имеет свои особенности. Одна из таких – наличие жанров, самым популярным из которых сегодня можно смело назвать интервью.

Среди множества форм подачи информации именно данный интерактивный жанр выделяется своей частотой употребления и читательским спросом. И так было всегда, доказательством чего служит то, что уже в начале XIX века на газетных полосах люди могли увидеть публикации, написанные в формате вопросов и ответов, закладываются черты. К слову, хотим заметить, что именно данные материалы легли в основу современного интервью, каковым мы привыкли его видеть.

Стоит отметить и тот факт, что интервью не является однородным жанром. Современные исследователи рассматривают различные его подвиды: беседа, диалог, монолог, полилог и т.д. Однако все это многообразие в сущности своей подчиняется важнейшим задачам, таким как выявление точки зрения собеседника по предлагаемым вопросам и рассказ о респонденте, создающий его психологический портрет.

**Актуальность темы** исследования определяется тем, что жанр интервью фигурирует на страницах современных периодических печатных изданий, телевизионных и радио-программ все чаще. Поэтому журналистам необходимо знать историю его развития в нашей стране и иметь представление о том, как же оно должно выглядеть в идеале, находясь на пике профессионального мастерства. Помочь интервьюеру разобраться во всех тонкостях интерактивных жанров призваны критерии, которых придерживались признанные «короли» интервьюирования – Леонид Плешаков и Ларри Кинг.

**Объектом исследования** служит жанр интервью на всех этапах своего развития, а также его специфика и особенности в журналистских работах Леонида Плешакова и Ларри Кинга.

**Предметом научного исследования** – интерактивные формы публицистического творчества.

**Цель работы** – рассмотреть особенности становления и развития жанра интервью в нашей стране и определить, какие методы интервьюирования использовали в своей профессиональной деятельности Леонид Плешаков и Ларри Кинг. Рассмотрев их творческий путь и сравнив особенности мастерства проведения бесед, постараться обозначить главные критерии успешного интервью.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- дать определение жанра интервью;
- рассмотреть историю его возникновения и выявить особенности его развития в России;
- рассказать о творческом пути и уникальных методах работы Ларри Кинга и Леонида Плешакова;
- выяснить, какие средства использовали в своей работе вышеуказанные журналисты;

- сформулировать основные критерии проведения успешного интервью и выделить отличительные особенности в работе Ларри Кинга и Леонида Плешакова.

**В процессе работы использовались:** анализ документов (в частности ознакомление с публицистическими материалами Плешакова и телевизионными записями Кинга), а также изучение материалов, касающихся вопросов становления интерактивных жанров в отечественных и зарубежных СМИ.

**Степень изученности проблемы.** Тема, затрагивающая жанр интервью, изучалась исследователями во многих аспектах. Ее выбирают для написания своих научных проектов, курсовых, магистерских и даже диссертационных работ. Особое внимание стоит уделить статье Н. Ю. Янчивой «Личность в интервью в историческом аспекте», где очень детально показывается не только развитие жанра интервью в Советский и постсоветский период, но и динамика роли интервьюера в этом процессе.

**Научная новизна** бакалаврской работы заключается в том, что мы обращаемся к сопоставлению и выявлению общих особенностей работы в жанре интервью двух, на первый взгляд, совершенно разных журналистов – печатника Леонида Плешакова и телевизионщика Ларри Кинга. Этих людей разделяют не только разные виды СМИ, но и страны проживания. Однако, несмотря на это, они оба достойны титулов «королей» интервью. Следовательно, интеграция полученных результатов и полярные критерии интервьюирования помогут многим журналистам лучше освоить данный жанр.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что обработанная в ходе исследования информация позволяет расширить представления о рассматриваемом интерактивном жанре, проследить особенности его становления и классификации. Кроме того, представленные в данной бакалаврской работе сведения помогают расширить круг знаний о методологических основах работы в этом жанре.

**Практическая ценность** работы состоит в том, что результаты исследований важны и актуальны в настоящее время для журналистов, которые выбрали жанр интервью основным в своей профессиональной деятельности.

### **Структура работы.**

Во введении обосновывается актуальность темы бакалаврской работы, рассматривается степень разработанности поставленной проблемы, определяются объект и предмет исследования, а также его цели и задачи. Кроме того, в нем автором указываются методы, лежащие в основе представленной работы, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость самого исследования.

Бакалаврская работа состоит из трех глав, две из которых включают в себя по три параграфа, а одна – два. В первой главе рассматриваются вопросы о становлении, развитии и типологических характеристиках жанра интервью, а также подробно рассказывается о методах воздействия на аудиторию, использующихся журналистами при работе с респондентами. Вторая глава посвящена журналистской работе Леонида Плешакова и особенностям его «лаборатории интервьюирования». В третьей главе подробно излагается информация о развитии телевизионного интервью и анализируются технологии его организации, которых придерживался Ларри Кинг. Кроме того, в данном параграфе сформулированы основополагающие критерии хорошего интервью, выявленные при подробном изучении работ Леонида Плешакова и Ларри Кинга.

Структура и объем дипломной работы определены целью и задачами, выдвинутыми в исследовании. Работа состоит из введения, трех глав (восьми параграфов) и заключения. Объем бакалаврской работы – 67 страницы. Библиография включает список источников и научной литературы из 51 наименования.



# **1 От Платона до информационного взрыва: динамика жанра интервью**

## **1.1 Типологические доминанты интерактивной группы жанров**

Такой интерактивный жанр как интервью появился задолго до возникновения печатных и тем более электронных СМИ. На пути своего становления ему было предначертано пережить немало взлетов и падений.

Если изучить некоторые исторические документы, то можно узнать, что прообразы текстов данного жанра встречаются еще в античности, когда впервые возникает диалогическая форма построения большинства культурных текстов (вспомнить хотя бы беседы Сократа). Но что мы понимаем под «интервью»?

Итак, обратившись к книгам и интернет-источникам, мы можем выяснить, что термин «интервью» образован от английского слова «interview», которое в переводе на русский язык обозначает «беседа» [17, с. 10]. Если же попытаться дать более точное определение понятию, то получится примерно следующее: «Интервью – это беседа представителя печати с каким-нибудь общественным деятелем из разных областей жизнедеятельности по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес» [21, с. 12].

Однако в более раннее время в определении к данному термину не было столь серьезного подтекста. Например, в античности интервью – это «жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам» [15, с. 21]. Иными словами, подразумевается непосредственное общение между людьми (интервьюером и интервьюируемым).

Причина такого расхождения в приведенных определениях заключается в том, что в каждом из них особое внимание уделяется разным сторонам данного жанра: интервью-методу как способе сбора необходимой информации и

интервью-жанре, т.е. форме предоставления нужных сведений. Следовательно, в современной науке о журналистике в настоящее время параллельно развиваются два подхода к анализу интервью. Первый (методологический) представляет собой такое исследование, которое в свою основу закладывает мысль о том, что интервью по своей сути ничто иное, как банальный инструмент сбора информации.

Второй (жанровый) подход изучает представленный интерактивный жанр как особый, уникальный способ построения текста. Однако, не стоит забывать о том, что сходство представленных подходов заключено в том, что в них интервью – это, прежде всего, вербальное общение двух (или более) личностей, в ходе которого каждая из них стремится получить необходимые сведения.

С этим понятием связан еще один немаловажный вопрос: какое место занимает интервью в жанровой системе отечественной журналистики? Как известно, традиционно оно входит в группу информационных жанров публицистики. Однако данный факт сегодня оказывается достаточно спорным в связи с произошедшими в российской прессе изменениями, к которым можно отнести акцентирование внимания на автора, раскованность стиля, стремление прессы вести диалог со своей реальной аудиторией, резко усиленная роль использования определенных художественных приемов. Из-за этого зачастую интервью относят к аналитическим (и крайне редко к художественно-публицистическим) жанрам журналистики, включая его в группу оперативно-исследовательских текстов.

Итак, сформировав определение интервью и определив его место в современной системе печати, перейдем к изучению вопроса о становлении и развитии этого спектрального жанра.

Как уже было сказано ранее, строение текста в уникальной форме диалога сложилось много лет назад. Многие исследователи склонны ко мнению, что ее основы можно обнаружить еще в античных текстах, а именно в многочисленных знаменитых «беседах Сократа». Еще Платон в одном из своих трудов писал: «Ты Сократ, прекрасно спрашиваешь, мне и отвечать приятно»

[15, с. 148]. Здесь мы не можем не отметить и значимости диалогов Платона, к которым он часто прибегал для четкого раскрытия своих воззрений и мнений.

Античный мир подарил миру такого известного философа как Геродот. К слову, она также заявлял, что половина из всех его трудов состоит из сведений, «полученных путем расспросов, чтобы прошедшие события с течением времени не пришли в забвение» [15, с. 150]. Но отличие данных видов текстов от современного интервью заключено в том, что они в своей основе не предполагали обмена мнениями или даже простой сменой речей реально говорящий людей. Из всего этого следует вывод, что в античности мы можем найти лишь предтечи будущего интервью.

При изучении вопросов о становлении интервью, мы не можем не сказать и о первых прообразах современных газет. Они начали выходить в свет в I веке до н. э. на территории Римской империи по личному Древнем Риме указанию Юлия Цезаря. Это «Acta Senatus» и «Acta diurnal populi Romani» [8, с. 131].

Конечно же, в те далекие от нас времена еще не существовало бумаги. По этой самой причине все необходимые для обозрения сообщения писались на покрытых гипсом досках, которые вывешивались на видных местах (преимущественно на главной площади города).

Однако в рамках данного исследования нам интересно другое: как первые журналисты получали необходимую для наполнения своих изданий информацию? Конечно же, ответ на данный вопрос будет очевидным. Все необходимые данные они получали при помощи живого общения с жителями Рима и чиновниками. Именно добытые в ходе диалога данные после соответственной обработки аккуратно переносились на дощечки, при этом оформляясь как обычный новостной текст.

Прообразы современной версии интервью исследователи до сих пор находят и в христианской журналистике. Конечно же, ярким примером использования диалога в данный период будут известные каждому православному человеку беседы Христа с его учениками.

При детальном изучении этих бесед можно с легкостью обнаружить в их содержании определенные элементы аналитического интервью. Причина обращения к именно к данному виду интерактивного жанра заключена в том, что основная задача проведения таких бесед – поиск истины. Иными словами, практически всю историю, связанную с существованием Божьего Царства, мы можем отождествить с результатом долгого накопления и передачи путем устного общения различных фактов о нем.

Неудивительно, что многие журналисты для написания своих материалов обращаются именно к жанру интервью, ведь подобная форма общения в способна вызвать самый высокий уровень доверия собеседников. Подобное происходит из-за того, что выстраивание диалогичной формы общения подразумевает равноправное положение его участников, а также искренность, а иногда и исповедальность интервьюера и интервьюируемого.

Конечно же, подобного рода беседы и диалоги были очень далеки от современной формы интервью. Отличными были и их задачи. Но, несмотря на это, именно данные рассуждения можно считать предпосылками оформления жанра.

Думаю, что все мы знаем из истории, как под властью времени становление журналистики то замирало, то возрождалось. Один из таких пиков развития журналистики пришелся на XV век, когда произошло становление книгопечатания, а вместе с ним и провозглашение наступления периода, который позднее исследователи стали называть эпохой Просвещения.

Но даже в этот рассвет журналисткой деятельности, когда в свет стали выходить первые печатных газеты Франции, Англии и Германии, жанр интервью все же не был оформлен окончательно.

Не изменилось положение вещей и в XVII веке. Даже создание первой общественно-политической газета Европы, получившей название «Lia Gazette» (1631 год), не смогло изменить ситуацию. Метод интервьюирования, к которому прибегали при попытках добывания информации, все еще не

переходил в разряд самостоятельных жанров и не отображался в существовавших в то время изданиях [8, с. 145].

Место «короля жанров» в этот период как ни странно занимал жанр, который в настоящее время практически полностью прекратил появляться на газетных страницах. Этот жанр носит название памфлет. Однако в то время он нашел свое отражение на страницах первого журнала «*Journal des Savans*», который увидел свет в 1665 год. Кроме того, данное издание отличало и то, что в нем впервые стали прибегать к использованию эпистолярного жанра. Интервью же нашло здесь свое отражение в письмах, которые многие авторы данного издания отправляли друг другу. Говоря более простым языком, с появлением данного журнала, стало возможным задавать вопросы и получать на них ответы. Думаю, что вы согласитесь с тем, что подобное хоть и отдаленно, но все же напоминает вопросно-ответную форму интервью.

В XVIII веке особых витков в развитии данного интерактивного жанра не наблюдалось. Даже ближе к середине XIX века, когда на информационном рынке появлялось большое количество новых печатных изданий, жанр интервью крайне редко встречался в периодических печатных изданиях.

Теперь перейдем к изучению следующего этапа развития интервью. Он пришелся на XIX век. И здесь просто нельзя не затронуть Россию. Причина заключается в том, что основы современного и привычного нам интервью можно встретить в *table-talks*, или, переводя на русский язык – застольных разговорах.

В своей сущности они олицетворяли собой пересказ определенных веселых историй, произошедших в жизни знаменитых в то время людей. Например, за период с 1831 по 1836 годы знаменитый русский поэт и писатель А. С. Пушкин смог составить 36 анекдотов, в число которых вошли разные лицейские истории, произошедшие с ним и его другом Державиным. И именно в них (данных анекдотах) мы можем без особого труда встретить примеры вопросно-ответной формы интервью. Однако не стоит забывать о том, что между литературным и публицистическим интервью даже в то время

существовала определенная разница. И здесь она заключалась в том, что на газетных полосах рассматриваемая жанровая форма еще не получила должного развития. Да, корреспонденты проводили множество бесед с политиками, дипломатами и другими значимыми лицами. Однако в конечных текстах все это удавалось лишь небольшими ссылками на источник, а в лучшем случае – приведением пары цитат из речи интервьюируемого.

Вообще, переходя ближе к формированию уже знакомого нам интервью, следует отметить, что среди первых жанров, имеющих его элементы, особым спросом, конечно же, пользовался интервью-портрет. В нем главной составляющей выступал человек, с которым журналисту необходимо было провести беседу. Для нас в рамках написания данной работы интересным может оказаться факт того, что «раскрытие личности собеседника через метод интервью в публицистике во многом отличался от методов, используемых в художественной литературе, где главной целью писателя была возможность раскрыть читателю внутренний мир героя (для этого в текст вводились реплики открытого диалога участников)» [6, с. 102].

Представленная выше информация позволяет нам сформулировать вывод, главная суть которого заключается в том, что уже в XIX веке на страницах газет и журналов начинают появляться материалы, оформленные в форме вопросов и ответов (или под стиль интервью). Именно в это время и закладываются основные черты, характеризующие изучаемый в бакалаврской работе жанр:

- устойчивые типы вопросов;
- фразы, которые определяли вежливость интервьюера;
- разнообразные риторические и стилистические фигуры.

На развитие интервью повлияло и следующее обстоятельство: технический прогресс. Именно в этот период времени, когда практически везде стали появляться радиоприемники и телевизоры, стали завоевывать популярность радио и телеинтервью.

Но все же главный вопрос заключен в другом: как же сформировался жанр интервью в том виде, в каком мы привыкли видеть его сегодня? По мнению кандидата филологических наук Александра Алексеевича Тертычного «выделение жанра “интервью” произошло в результате того, что ряд публикаций, в ходе создания которых /.../ был применен метод интервью, фиксировал собой реальный процесс интервьюирования или же специально строился в вопросно-ответной форме (форме интервью)» [48, с. 108].

Как было сказано ранее, в конце XIX – начале XX века сильно повышается интерес к личности, взаимоотношениям человека и группы. Этот энтузиазм четко прослеживается во многих сферах общественной деятельности. Именно тогда начинают оформляться такие науки как социология и психология. Свои теории выдвигают З. Фрейд, К. Юнг и Э. Фромм. Исходя из этого, неудивительным кажется факт, согласно которому относительно недавно появившийся жанр интервью начал переживать период бурного развития. То есть, как можно догадаться, это и является фактором, влияющим на динамику интервью в нашей стране.

К группе информационных жанров интервью примкнула примерно в начале XX века. Именно с этого момента данный вид интерактивного жанра начал активно использоваться корреспондентами СМИ в качестве важнейшего способа организации текста.

Зачастую, многие представители журналистской сферы обращались к данному жанру лишь с целью получение точных цифр и показателей. В результате подобного пренебрежения, на страницы газеты попадали сухие и безжизненные материалы данного жанра, которые людям просто не хотелось читать.

Кроме того, советский этап развития интервью ознаменован рассветом такого его вида, как формализованное интервью. Но, как можно понять из всего вышесказанного, читательским спросом оно не пользовалось, в результате чего и на газетных полосах встречалось нечасто.

Рассвет популярности жанра интервью в советских газетах можно вписать в период хрущевской «оттепели» (конец 50-х – начало 60-х годов). «В это время излишнее идеологическое давление на СМИ впервые было ослаблено» [27, с. 164].

Следующим «бумом» в периоде развития интервью в отечественных СМИ стали времена перестройки. Последовавшие за ней события оказали весьма значительное влияние на систему журналистики. Это все привело к тому, что в одном номере газеты можно было увидеть сразу несколько интервью.

Главной особенностью, которая повлияла на возросшую популярность данного интерактивного жанра в отечественной печати стало то, что во времена перестроечного процесса люди получили возможность высказать в беседе с журналистом свою точку зрения. Говоря более простым языком: теперь каждый представитель социума говорил за себя, а не за весь свой коллектив, как было раньше. Да и ответственность журналиста за опубликованный им материал претерпела ряд значительных изменений.

Конечно же, мы не можем сказать о том, что в это время интервью стало занимать главенствующее по сравнению с остальными видами жанров положение в газетах. Если мы сравним газеты тех лет и их современных коллег, то увидим, что сейчас интервью стало одним из главнейших жанров в газете. В первую очередь это связано с тем, что оно в значительной степени вобрало в себя остальные жанры, которые так часто встречаются в СМИ. Иными словами, сегодня интервью – это не только форма публикации медиатеста. В настоящее время оно теперь задействовано и в публицистической статье, и в репортаже, и даже в философском эссе, тем самым доказывая свою универсальность и широту востребованности.

Таким образом, в данной главе мы подробно ознакомились с историей возникновения и развития жанра интервью как в целом мире, так и конкретно на территории нашей страны. Рассмотрели, под влиянием каких исторических процессов и событий происходило это развитие, а также узнали, что же такое



интервью (дали определение данному понятию) и узнали о месте, которое оно занимает в жанровой системе.

## **1.2 Семантико-синтаксические модификации интерактивных форм медиатекстов**

Обратившись к специализированной литературе по журналистике, мы сможем найти информацию касательно типологических основ жанра интервью. Каждая из них делит интервью на разные виды, основываясь на определенных основаниях. К числу таких оснований мы с вами можем отнести: цели, предмет разговора, форму, степень стандартизации, характер получаемой информации, отношение интервьюируемого к интервью, а также тип его организации.

Исходя из всего вышесказанного, а также для возможности более детального изучения темы выпускной квалификационной работы, в данном параграфе мы разберем основные из представленных классификаций.

Первой из них станет классификация, в рамках которой интервью делится в зависимости от их целей. Тут принято выделять:

1) Информационное интервью. Главной задачей при работе с ним – получить оперативные и точные данные о конкретном событии, в той или иной степени важном для функционирования всего общества или же отдельных его групп. Кроме того, стоит помнить, что все вопросы при проведении такого интервью должны концентрироваться вокруг пяти главных: кто? что? где? когда? почему? зачем? Но при этом не стоит журналист не должен загонять себя в узкие рамки заметочного текста.

2) Оперативное интервью. От своего предыдущего коллеги отличается лишь более сжатым вариантом изложения полученных сведений, а также в строго фиксированных вопросах. По сути это уже привычных для нас блиц-опрос, проходящий на улице или в зданиях ТЦ.

3) Интервью-расследование. Прибегают к нему исключительно в тех случаях, когда сотруднику СМИ необходимо провести собственное всестороннее изучение проблемы. Продуманные вопросы, четко поставленная цель, грамотное владение невербальными формами общения – вот, что необходимо для работы с данным видом интерактивного жанра.

4) Интервью-портрет. Оно базируется на основе образа одного конкретного героя, поэтому часто его называют персональным. Как правило, человеком, чей образ будет заложен в основу данного интервью, может стать любой представитель социума, который смог проявить себя в служении на благо общества, страны или определенной группы населения. При его написании интервьюер должен не забывать правило: «все предметы, детали, которые формируют индивидуальность героя, должны быть переданы зрителю как можно точнее» [6, с. 126].

5) Беседа (диалог). Это последний вид интервью, представленный в данной классификации. Здесь журналист должен выступать в качестве главного собеседника, а не как посредник между человеком и зрителями. «При работе с данным видом интервью журналист должен иметь хорошую творческую репутацию и большой профессиональный опыт» [22, с. 54]. Кроме того, ему нужно постараться выбрать правильного собеседника, что при необходимости помог бы ему направить разговор в наиболее интересное русло.

Далее мы разберем дифференциацию интервью, которую в своей книге «Журналист и его произведения» предложила М. И. Шостак. Главным отличительным элементом, на котором выстраивается вся классификация здесь будет являться предмет разговора. Так, можно выделить:

1) Информативные интервью. Данный базовый вид интервью (о котором нами уже было сказано немного ранее) подразумевает при написании апеллирование к новым фактам. А вот личность интервьюируемого в этом случае играет малозначительную роль, поэтому интерес к ней ослаблен.

2) Экспертные интервью. Его особенность состоит в том, что главное действующее лицо (собеседник) – это человек, обладающий большим

авторитетом. Именно поэтому журналисту при личной беседе с этим человеком необходимо выдерживает все формулировки (как в вопросах, так и в ответах).

3) Проблемные интервью. При его написании журналисту, как правило, приходится обращаться к нескольким первоисточникам (собеседникам). Причина заключается в том, что в нем главным предметом обсуждения являются мнения и сопоставление источников этих мнений.

4) Интервью-знакомства. По своей структуре данный вид не является ординарным. При детальной фокусировки на нем можно выяснить, что он разделяется на определенные подвиды, в число которых входят: портретные, разоблачающие с антигероем и звездные интервью. «В фокусе – личность собеседника, а главная задача интервьюера – максимально точно представить ее аудитории» [50, с. 42].

Самой многочисленной в научной литературе о журналистике принято считать классификацию интервью по его форме. Однако стоит отметить, что даже сегодня никто из исследователей не берется точно сказать, сколько же видов интервью включает в себя эта классификация.

Одно из традиционных разделений интервью по этому признаку дано в «Справочнике журналиста» Н. Г. Богданова и Б. А. Вяземского. В нем они утверждают, что в современном информационном пространстве существуют следующие виды интерактивных жанров: «интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета» [8, с. 102].

В рамках написания данной бакалаврской работы рассмотрим эту классификацию более детально. Первым в списке следует интервью-диалог. В отечественной журналистской практике он является самым распространенным. Данный вид выражается «последовательной цепочкой вопросов и ответов, чередующихся между собой» [8, с. 104].

Далее следует интервью-монолог. Формально его содержание не расчленено на какие-то части. Оно строится по следующему правилу: в начале журналист задает своему собеседнику вопрос, который и определяет тему беседы; далее следует развернутый ответ интервьюируемого, т.е. монолог.

Однако такой план вовсе не означает, что в процессе интервьюирования журналист не задает иных вопросов. Наоборот, чтобы получить более точную информацию, он должен дольше поддерживать беседу. Но после получения необходимой информации интервьюер не разбивает ее на реплики, а собирает в единый текст.

Уже исходя из названия мы понимаем, что в «коллективном интервью» принимают участие сразу несколько человек. По своей природе они чаще всего проходят в формате «круглого стола», а на последовательно задаваемые журналистом вопросы может отвечать то один, то другой собеседник.

Далее следует «интервью-зарисовка». Его от своих «братьев» отличает обильное количество авторских комментариев. Данный вид интервью позволяет корреспонденту не только задавать вопросы своему интервьюируемому, но и самому высказывать сложившееся в его сознании мнение.

И последний вид интервью из данной классификации – анкета. По сути данный жанр представляет в своей основе заочную беседу журналиста и героя. Обычно он отражается на страницах изданий как социологический опрос. Как правило, он проходит в массовой и анонимной форме.

Данная дифференциация может быть дополнена таким видом интервью как интервью-мнение. Его выделяет А. А. Грабельников, при этом понимая под ним «развернутый комментарий компетентного лица к событию, факту или проблеме» [16, с. 54]. Обычно интервью-мнение можно встретить на газетных полосах в качестве «шапки» или лида к основному материалу (например, аналитической статьей).

Многие исследователи склонны к мнению, что в данную классификацию стоит включать и интервью-сообщение. По природе своего функционирования оно схоже с оперативным (ответы интервьюируемого излагаются в сокращенном виде). Зачастую полученная информация может просто перефразироваться самим корреспондентом, поэтому по своей структуре он очень близок к жанру отчета.

Таков примерный список интервью, которые выделяются в классификации «по форме».

Еще одной классификацией может послужить та, в основу которой закладывается степень стандартизации интервью. Так можно выделить:

1. Строго стандартизованное. Здесь заранее составленные вопросы, от которых запрещено отступать даже на одно слово, а также их четкая последовательность играют очень важную роль. Именно поэтому практически всегда уже готовые вопросы отправляют собеседнику заранее. Это делается с целью избегания неловких ситуаций.

2. Полустандартизованное. Здесь вопросы также составляются преимущественно заранее, однако интервьюер в ходе беседы с интервьюируемым может их перефразировать и менять местами. Не запрещается также задавать дополнительные.

3. Нестандартизованное или свободное. Тут нет заранее сформулированного жесткого списка вопросов. Как правило, журналист просто помечает для себя, какие сведения ему нужны, и в ходе выстраивания беседы старается их узнать.

4. Смешанный вид интервью. «В процессе диалога интервью первого или второго вида постепенно перерастает в свободное. Это происходит из-за непредусмотренной ситуации (например, отсутствие факта, подтверждающего гипотезу журналиста)» [19].

Характер получаемой информации также является основанием для выделения новой классификации. Подобное разделение включает:

1. Интервью для получения чисто фактических сведений. Необходимая обществу информация – вот основная цель всей работы журналиста. При подготовке к такому интервью стоит помнить, что лицо, являющееся интервьюируемым, должно быть компетентным в той области, в которой ведется работа журналиста.

2. Интервью для выяснения фактов и мнений собеседника о другом человеке или проблеме. Оценка мнений – вот что будет являться базовой

составляющей при выстраивании этого интервью. Здесь для журналиста важно отразить точку зрения каждого человека максимально точно.

3. Интервью для получения представления о личности опрашиваемого. Оно отличается «особой важностью психологической атмосферы беседы. Здесь от интервьюера требуется особое внимание к личности своего собеседника» [19].

Последней, но не менее важной классификацией интервью приведем его разделение по типу организации. В данной дифференциации выделяют:

- Пресс-конференция. Она подразумевает, что журналистам и приглашенным гостям заранее сообщается место и время ее проведения. Кроме того, организовывается она только в тех случаях, когда возникает определенный повод, информацию о котором необходимо распространить через каналы СМИ. Существует определенный порядок проведения пресс-конференции: инициатор подробно сообщает о событии, предложении, решении. Лишь после всего этого журналисты и заинтересованные гости могут задать интересующие вопросы.

- Выход к прессе. По своей структуре он представляет из себя всего лишь малую форму пресс-конференции. Причиной для его проведения, как правило, служит же прошедшее событие, комментарии о котором необходимо сообщить журналистам, что в силу выполняемой ими работы распространят их в массы. Он не планируется заранее. Просто после проведения какого-либо заседания ньюсмейкер или пресс-секретарь организации или конкретного человека делает заявление и отвечает на интересующие общество и корреспондентов вопросы. При этом объем информации ограничен. Как правило, сотрудники средств массовой информации получают лишь самое необходимое количество информации.

- Брифинги. Они проводятся по обязательно утвержденному плану и с регулярной периодичностью. Основной повод для их созыва – это информирование общества о деятельности организации или компании.

- «Круглый стол». Многие эксперты по праву считают его самым сложным форматом интервью. Причина заключается в том, что при нем журналисту нужно поддерживать беседу параллельно с несколькими участниками. Поэтому корреспондент должен продемонстрировать здесь заложенные в силу его профессии способности модератора, ведь помимо задавания вопросов ему предстоит контролировать и управлять ходом диалога.

- Интервью по телефону. Наверное, в условиях современных реалий данный способ объективно считается самым удобным. Но все же он не столь востребован сегодня. Как правило, корреспондент издания обращается к нему при острой нехватки времени, а отправиться к интервьюируемому у него нет никакой возможности, да и сам собеседник по определенному ряду причин не может приехать в редакцию.

- Интервью с помощью разных служб Интернета. Под данным способом понимается прибегание к помощи Электронной почты, разнообразных форумов и чатов. Как ни странно, но с их помощью журналист также может провести интервью. Однако при этом не стоит забывать и о том, что если корреспонденту необходимо получить какой-либо официальный комментарий, то переписки в чате или социальной сети будет недостаточно. В этом случае вся информация должна быть официально заверена и подтверждена соответственно с ее статусом.

Итак, постепенное развитие жанра интервью привело к появлению его различных типов, отраженных в разнообразных классификациях. В данной главе мы рассмотрели самые важные из них, которые формируются, исходя из определенных свойств интервью.

Далее мы рассмотрим, какими приемами и методами вправе пользоваться журналист при работе с массовой аудиторией или же конкретным собеседником, чтобы добиться наиболее эффективного фидбэка.

### 1.3 Коммуникативные методы воздействия на аудиторию

В некоторых исследованиях в области современной журналистики можно наткнуться на весьма интересный факт: такой термин как «интервью» ставится рядом с понятием «коммуникативное воздействие». Для лучшего изучения данного вопроса, мы обратимся к определению последнего словосочетания. Итак, в широком смысле под данным ним понимается «воздействие на индивидуальное или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами, с помощью сообщений на естественном языке» [44].

Однако в определении данного понятия существует и более узкая трактовка, которая в большей степени знакома обществу. Согласно ей, под термином коммуникативного (или речевого) воздействия принято понимать «использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем для элементарного построения сообщений, обладающих, в свою очередь, сильной способностью воздействия на сознание и поведение тех, кто становится получателем информации» [44].

В современных исследовательских работах, написанных в разделе психологии, можно найти достаточно большое количество причин, которые повлекли за собой возникновение науки о речевом воздействии. Среди них основными являются:

1) Причины социально-политического характера. Их основы прослеживались еще во времена Древней Греции, когда под властью формирования демократического государства стала развиваться такая наука как риторика;

2) Психологические причины. Данный вид причин возник в результате последовательной эволюции концепции человека в обществе. Если быть более точными, то это произошло примерно в то же самое время, когда человек из



весьма примитивного существа вдруг перешел в разряд сложного и разностороннее в плане своих психологических характеристик;

3) Коммуникативные причины. Они позволили расширить узкие границы значения устной речи, а также весь круг сфер общения индивидов;

4) Экономические причины. Причины их появления обусловлены тем, что в современных реалиях у людей возникает острая необходимость в науке о рекламе, а также в последовательном совершенствовании управления производством.

В современной практике по психологии учеными выделяется достаточно широкий спектр способов коммуникативного воздействия. Но зачастую они не встречаются по отдельности. Иными словами, при непосредственном коммуникативном акте все из рассмотренных ниже способов используются совместно с другими. Поэтому, когда мы рассматриваем пример живого общения людей, сможем увидеть только доминирование какого-либо из них.

Итак, большинство исследователей склонны к мнению, что основными способами коммуникативного воздействия являются:

1. информативное воздействие;
2. фактическое воздействие;
3. убеждение;
4. суггестия (или тот случай, когда воздействие на сознание человека происходит терапевтическим путем).

Однако это далеко не единственная классификация, которая существует в рамках рассмотрения методов речевого воздействия. Например, ученый И. Стернин в своих трудах обозначил пять типов речевого воздействия:

1. Доказывание. Здесь все достаточно просто: во время процесса коммуницирования один из участвующих в нем оппонентов начинает последовательно приводить нужные аргументы, которые помогут ему доказать свою правоту. Однако рандомно они не используются, только в системе. Еще одно определение данного способа базируется на том, что «под аргументацией принято понимать логический путь речевого воздействия, обращение к логике

мышления человека. Как правило, начинаем что-то доказывать мы с вводных слов: “Во-первых, во-вторых, в третьих...”» [44]. Применение данного способа будет наиболее эффективным только при использовании его против людей с логическим мышлением.

2. Убеждение. Суть данного способа базируется на том, что в сознание собеседника будет постепенно вселяться уверенность в доказанности того или иного суждения. В тот момент, когда вы решаете обратиться к данному методу, то должны сознательно понимать, здесь главенствующую роль будет занимать эмоциональное давление. Оно строится при помощи использования следующих фраз: «Поверь, так оно и есть! Это действительно так! И другие так думают. Я это точно знаю! Поверь мне, это действительно так...» [44]. Из этих примеров сразу становится ясно, что здесь оппонент фактически всеми силами стремится навязать свою точку зрения.

3. Уговаривание. Здесь хитрость заключена в том, что при помощи манипуляции с состраданием и чувством жалости мы сможем подтолкнуть человека к сознательному отказу от сформировавшейся у него точки зрения и заставить его принять ту, которая будет наиболее выгодной для нас. При прибегании к данному методу люди зачастую используют даже личные мотивы. В плане структурного построения данный способ основан на частом повторе просьбы или предложения: «Ну, пожалуйста... ну сделай это... ну что тебе стоит...» [44]. Прибегать к нему следует в тех случаях, когда оба оппонента находятся в состоянии сильного эмоционального возбуждения. Поэтому, когда речь заходит о вопросе более серьезного или официального характера, данный способ будет бесполезен.

4. Внушение. Самый сильный в плане морального воздействия способ. Под ним понимается доведение человека до такого состояния, когда начинает верить своему собеседнику беспрекословно, не анализируя передаваемую от него информацию. В большинстве случаев он базируется на авторитете собеседника. Это подтверждает и история людей, которые по средствам своей

силы воли и огромному авторитету могли закладывать в человеческие умы те убеждения, которые им были необходимы.

5. Принуждение. Последний по списку, но не по своему значению. Он строится на действиях, которые при должном усилии могут заставить человека действовать против собственной воли. Как правило, он сопровождается демонстрацией грубой силы и угрозах.

Однако использование представленных методов влечет за собой большой ряд негативных последствий. Например, прибегая к принуждению. Мы фактически становимся преступниками, так как нарушаем закон. А вот «уговаривание в практике крайне редко может привести к положительному результату, а доказательство трудновыполнимо из-за сухости, неэмоциональности текста, строящегося лишь на логических и объективных аргументах» [44].

Исходя из этого, мы видим, что самым оптимальным методом воздействия является убеждение. А значит постараемся изучить его более детально.

Как и все перечисленные методы он базируется на прямой передаче информации от одного лица другому. Его цель – законным путем заставить человека принять нужную вам позицию, относительно какого-либо события или явления. Причем в данном случае мы должны осуществлять воздействие на три его главных сферы: интеллектуальную, эмоциональную и волевою. Предметом в данном методе могут выступать как отдельные высказывания, так и их комплексная система, заранее продуманная одним из оппонентов.

Также обратим внимание и на основные признаки рассматриваемого процесс. Сегодня к их числу относятся:

- предоставляемая информация базируется на логической аргументации;
- восприятие сообщения характеризуется осознанностью и критичностью;
- такое воздействие позволяет адресату увидеть объект в связи с другими;
- особую роль в убеждении создает имидж того, кто намерен убедить своего оппонента;

- характеризуется эксплицитностью в передаче оснований положений и способов аргументации;

- используется только при наличии исходных позиций сторон, а также несовместимых представлений об одном и том же объекте, явлении;

- сохраняет за оппонентом свободу в принятии решения и так далее [44].

Представленные признаки свидетельствуют в пользу того, что данный способ воздействия на целое общество или же конкретного его представителя будет возможен только при том, если у него (как общества в целом, так и конкретного человека) есть желание усваивать аргументы адресанта, или же имеется хотя бы незначительная заинтересованность в том, чтобы выслушать своего собеседника со всеми его доводами.

Как говорил А. А. Леонтьев: «При убеждении мы не сообщаем реципиенту ничего, чего бы он уже не знал, но то, что он знает, представляем для него в ином свете» [44].

Как и любой из представленных выше методов, убеждение имеет свою классификацию, разделяясь на несколько подвидов. Главенствующими из них в настоящее время являются:

а) Информирование. Сама передача данных лежит в основе воздействующих действий. Кроме того, именно данный подвид может случиться доказательством того, что существует особая, тесная связь между убеждением и информатикой. Основным элементом, к которому можно прибегать при обращении к данному подвиду убеждения – это рассказ, в основе которого лежит либо индукция, либо дедукция (в зависимости от коммуникативной ситуации).

б) Разъяснение. Как ни странно, но здесь также наблюдается дифференциация. В следствии этого данный подвид подразделяется на: инструктивное, повествующее и рассуждающее. Суть первого – возможность изложения фактических сведений как живое повествование, способное привести к нужным выводам. Рассуждающее основывается на постановке перед объектом воздействия вопросов «за» и «против». Подобное, в свою очередь,

также подталкивает что подталкивает их к размышлениям. Инструктивное – последовательное, четко сформированное изложение действий, которые оппоненту нужно совершать по намеченному плану.

в) Доказательство. Оно базируется на всех существующих законах логики и олицетворяет выдвижение какого-либо положения и подтверждение его путем аргументирования.

г) Опровержение. Перед нами один из способов выстраивания рассуждения, который обычно направляется на аннулирование какого-либо выдвинутого положения. Его цель – установление ошибочности или недоказанности того самого выдвинутого тезиса.

И последним в рамках написания данной бакалаврской работы методом манипулирования аудиторией является суггестия. Под ней подразумевается «некритическое восприятие одним человеком идей другого, следование им» [44].

У суггестии, как в прочем и у других способов воздействия на человеческое сознание, можно обнаружить огромный ряд определяющих его признаков. К основным из них мы с уверенностью можем отнести следующие:

- 1) адресат лишен логического анализа содержательной структуры сообщения;
- 2) восприятие убеждений характеризуется некритичностью;
- 3) цель адресанта скрыта от адресата, она приводит к консенсусу незаметно;
- 4) учитываются такие индивидуальные особенности адресата как инфантильность, низкий уровень развития интеллекта, массовость, измененное состояние сознания.

Таковы основные способы воздействия на аудиторию. Как вы можете понять, некоторые из них интервьюеры часто используют при своей работе для получения максимально насыщенной и верифицированной информации. Прибегать к таким методам журналисту приходится в случае, когда

интервьюируемый не желает говорить, старается утаить правду, боится журналиста, чувствуя себя некомфортно в его присутствии и т.д.

В следующей главе мы познакомимся с творческой лабораторией и жизненным путем блестящего интервьюера конца XX – начала XXI века – Леонида Петровича Плешакова – и узнаем профессиональные секреты мастера интерактивных жанров.

## **2 Специфика интерактивных форм творчества Л. П. Плешакова**

### **2.1 Хронологические этапы жизни и творчества «короля» российского интервью**

Активного развития отечественные СМИ достигают во второй половине 50-х – середине 80-х гг. В этот период в СССР функционировал мощный информационно-пропагандистский аппарат. И его основная задача заключалась в усилении административно-командного давления и директивного воздействия КПСС на все сферы жизни общества.

За это тридцатилетие отечественные печатные СМИ отразили на своих страницах все важные общественно-политические события страны, журналисты поспособствовали сдвигению и последующему преодолению последствий культа личности Сталина. Кроме того, в периодической печати СССР подробно были изложены и реформаторские усилия Н. Хрущева в сфере экономики.

Однако, несмотря на изменившийся характер выступлений прессы, в указанный период она все еще обращалась к методам административно-командного давления. Это выражалось в ее настойчивом требовании реализации волюнтаристских указаний Хрущева, что, в свою очередь, усугубляло тяжелое положение в сельском хозяйстве [27, с. 193].

Из курсов истории можно вспомнить, что в этот период желаемых результатов не удалось достичь и Леониду Брежневу, который неоднократно пытался провести реформы в экономике страны. Проблемы планирования, экономического стимулирования, механизации и автоматизации производства, качества продукции и многие другие события, происходящие в СССР в 50-е – 60-е гг., находили постоянное освещение в СМИ. Безусловно, в центре внимания постоянно находились проблемы, связанные с выполнением народнохозяйственных планов и трудовыми усилиями масс. Стоит отметить, что творческий поиск журналистов и публицистов печати, телевидения, радио,

информационных агентств при работе над данными темами дал много интересных находок и позитивных фактов.

Из-за слишком экстенсивного развития экономики СССР все проводимые на его территории все хозяйственные реформы не получили своего завершения. Ситуация сильно усугубляла разраставшиеся масштабы «теневой экономики» и коррупции. Однако такое положение дел нельзя было рассказывать широким массам. Поэтому для показа мнимых успехов в экономике и других сферах жизни страны появляется и начинает широко распространяться практика произвольного манипулирования информацией, которая в более яркой форме нашла свое отражение в прессе.

Таким образом, можно сделать вывод, согласно которому советская журналистика второй половины 50-х – середины 80-х гг. хоть и имела достаточно большое поле проблемно-тематического многообразия, но все же еще находилась под властью волюнтаризма и рецидивов культа личности. Находясь под постоянным давлением и контролем КПСС, она настойчиво проводила ее лозунги, не замечала тех противоречий и деформаций, которые все больше проявлялись во всех сферах жизни общества и вели страну к кризису.

Иными словами, все процессы, происходящие в разных сферах жизни страны, не получали адекватного отражения в журналистике. Но, несмотря на это, многонациональная советская публицистика продолжала оставаться гражданской, яркой и многообразной. И этим она возбуждала в сознании масс стремление задуматься над многим, что их волновало.

В эти суровые для журналистики времена особенно непросто приходилось интерактивным жанрам. В советский период интервью было заковано в суровые кандалы господствующей идеологии. Но, несмотря на это, на творческом небосклоне все же «загорались» журналисты, не боявшиеся работать с невостребованным на тот момент жанром. Более того, многим даже удалось добиться успеха и, наверное, навсегда связать свое имя с жанром интервью.



Одним из таких людей является признанный «король советского интервью» Л. П. Плешаков. С его публицистическим творчеством мы и познакомимся более подробно. Но, прежде всего, предлагаем вам окунуться в историю жизни этого талантливого журналиста.

Его современники вспоминали, что сам Леонид Петрович Плешаков без малейшего стеснения называл себя «колоритным бородачом, с приличными габаритами». И для этого у него действительно были основания, ведь весил он порядка 120 кг и обладал внушительным ростом в 190 см (см. ПРИЛОЖЕНИЕ А)

Как мы можем понять из этого определения внешности, интервьюируемые им люди всегда относились к ней с интересом. Если же брать во внимание укрепившийся факт, что все мы родом из детства, из компании сверстников, где обычно власть принадлежала мальчишке чуть крупнее остальных – ему подчинялись и даже в какой-то степени побаивались.

Однако журналист всегда говорил об этом без бахвальства, ведь внешность – это данность, выпавшая на долю человека, поэтому каждый имеет свое определенное преимущество, которым можно умело пользоваться в своей профессиональной деятельности. Было в Леониде Плешакове что-то притягивающее, подталкивающее людей к подсознательному уважению. Хотя, как замечал именитый журналист, не всегда удается «уловить настрой собеседника», нет времени «определить его состояние», так что следует быть осторожным в использовании своих «личных резервов».

Итак, обратившись к сохранившимся данным, мы выясним, что признанный «король интервью» Леонид Петрович Плешаков родился в 1932 году. В 1949г. он оканчивает среднюю школу и поступает на юридический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, по окончании международного отделения которого в 1954 году уезжает в Хабаровск. Отправляется он туда не по своей воле: этот город выпал ему распределением от ВУЗа.

Здесь Плешаков недолгое время работает прокурором отдела по надзору за органами милиции краевой прокуратуры, а после – инструктором и

заместителем заведующего отделом краевой молодежной газеты «Молодой дальневосточник».

Примерно с 1958 года начинается его журналистская деятельность в области СМИ. Он работает сценаристом Центрального телевидения, спецкором и заведующим Отделом ростовской областной молодежной газеты «Комсомолец». Но этого ему казалось недостаточно, поэтому журналист решает принять участие в двух рыболовецких экспедициях в Южной Атлантике и Индийском океане в качестве матроса-рыбообработчика и инженера-ихтиолога, однако это были для него далеко не единственные экспедиции. В 1962г. Плешаков уходит в годичное путешествие на немагнитной шхуне «Заря».

С 1965 г. публикуется в центральной прессе, журналах. О его плодотворной деятельности в данной сфере может рассказать тот факт, что Л. П. Плешаков является лауреатом премии московских журналистов и имеет звание «заслуженный работник культуры РСФСР».

Помимо работы журналистом, неплохо сложилась и его актерская деятельность. За свою жизнь он снялся примерно в 18 фильмах, работая с такими режиссерами как Калатозов, Михалков и Кончаловский. В любом случае, его рады были заполучить не только как актера, но и как прекрасного собеседника. Поэтому очень часто редакторы изданий, с которыми сотрудничал Плешаков, поручали ему работу с интерактивными жанрами.

И это неудивительно, так как его интервью в изданиях «Комсомольская правда», «Смена», «Огонек» привлекали внимание не только грамотной обработкой, но и именами респондентов: Мastroяни, Абалкин, Явлинский, премьер-министр Силаев, Хазанов. Кроме того, в его работах нередко обнаруживались неожиданные, никому не известные факты, поэтому часто о нем говорили: «Умеет влезать в доверие! Умеет задавать вопросы».

Такой продуктивной деятельности интервьюера способствовали особые навыки и умения, которые Плешаков выработал за время, проведенное в рядах сотрудников СМИ.

Главной заслугой Леонида Плешакова в развитии жанра интервью является то, что он один из первых обращает наше внимание на такой интересный факт: с интервью начинаются все журналистские жанры, будь то очерк, репортаж или криминальный материал. Так как автору не обойтись без стадии свидания и разговора с носителями информации. В своем публицистическом творчестве он пытается показать, что началом всего сущего в журналистике служит именно этот жанр, тогда как большинство авторов не могли (а многие, к сожалению, и сегодня не могут) придать беседе с интересующим их человеком наиболее продуктивный характер.

Л. П. Плешаков прожил яркую, наполненную творческими успехами жизнь. Его не стало в марте 2004 года. Но его имя, прочно утвердившееся в журналистских кругах, остается бессмертным. Ведь какие бы сложнейшие проблемы ни поднимались в его материалах, в них звучало его собственное, принципиальное мнение. Он прекрасно владел словом, мог сказать больше и интереснее своих собратьев по перу. Именно поэтому ему открывались и министры, и директора, и актеры, и самые обычные люди из далекой глубинки.

Дабы убедиться в справедливости вышеизложенного, рассмотрим главные особенности журналистского творчества Леонида Плешакова, которые можно выделить в ходе изучения его публицистических трудов.

## **2.2 Стратегии успешной беседы в парадигме межличностного контента**

Успехи в области той или иной работы во многом зависят от профессиональных качеств человека, который ей занимается. Ярким примером, подтверждающим справедливость данного высказывания, можно смело назвать творчество Леонида Плешакова. Этот человек не только зарекомендовал себя как талантливый интервьюер, но и сумел поделиться выработанными им

правилами, которые помогут каждому журналисту провести интервью на высоком профессиональном уровне.

Чтобы систематизировать все рекомендации в одной работе, необходимо изучить несколько статей Леонида Плешакова, где он на определенных примерах доказывает эффективность того или иного секрета интервьюирования. Этому исследованию и будет посвящен данный параграф дипломной работы.

Для изучения было выбрано четыре материала, написанных королем отечественного интервью и опубликованных в журнале «Профессия – журналист» в период с 2000 по 2002 гг.

Первой рассмотрим статью под названием «Интервью – начало всех начал». Она увидела свет на страницах 10 номера в 2000 году.

Свой труд Плешаков начинает с того, что рассказывает о значении термина «интервью» и определяет степень его значимости в развитии иных жанров журналистики. Безусловно, им было верно подмечено, что элементы этого вида интерактивного жанра можно проследить практически в любом из публикуемых на страницах печатной периодики материалов (начиная от расширенной заметки и заканчивая очерком). Ведь для того, чтобы получить необходимую информацию, чаще всего приходится беседовать с располагающими ею людьми, что по существу и является процессом интервьюирования.

Далее он подмечает, что основная задача журналиста при подготовке к проведению интервью заключается в придании беседе наиболее продуктивного характера. Эта задача и стала основной проблемой статьи «Интервью – начало всех начал», а приведенные Плешаковым пути ее решения постепенно превратились в практические полезные советы всем журналистам.

Итак, первое, что советует сделать король интервью – хорошо изучить вопросы, связанные с темой предстоящей беседы. Именно в этой статье звучит его знаменитая формула «я знаю, что ты знаешь, чего не знаю я» [37, С. 17 – 18]. Ее объяснение состоит в том, что нельзя начинать интервью без какой-либо

базы. Подобное, по мнению Плешакова, позволяет вести содержательный разговор, а также при необходимости направлять беседу в нужное русло, чтобы цеплять важные факты, известные только интервьюируемому. Опираясь на собственный принцип, Плешаков никогда не начинал свою работу «чистым листом». По его мнению: «Тонкости событий знать, конечно, не обязательно, но, тем не менее, проникновение в тему позволяет вести содержательный разговор, самому направляя его в правильное русло и следуя творческим технологиям интервьюера. В знании есть и прагматическая сторона: вас будет труднее обмануть» [37, С. 17 – 18].

Однако Л. Плешаков подчеркивает, что у данного правила есть свои отрицательные моменты. Главный из них заключается в возможном появлении «профессионального лицемерия» у интервьюера. Подобный феномен имеет место быть тогда, когда репортер знает практически все из темы беседы и вынужден из-за уважения к собеседнику разыгрывать удивление от якобы неизвестных фактов, которые сообщает ему герой интервью.

Чтобы подтвердить справедливость первого правила, Плешаков приводит примеры из жизни, когда знание тех или иных данных помогли «вывести на чистую воду» пытающихся приукрасить свои заслуги людей. Так, например, в одном из реальных случаев, произошедшем с Леонидом Плешаковым в Туркмении, он знакомится с москвичом, который рассказывал удивительные истории, случившиеся с ним во время войны. И в одной из таких речей он обмолвился об испорченном осколками гранаты полушубке, в который он был одет во время битвы на Курской дуге. На это заявление Плешаков ответил: «На кой черт вы обрядились в полушубок в разгар лета? Сражение на Курской дуге шло с пятого июля по двадцать третье августа – самая жара в тех местах» [37, С. 17 – 18]. Таким образом, обман москвича был раскрыт.

Еще одно правило, выделенное Плешаковым, заключается в необходимости учитывать все обстоятельства рассказа собеседника. Ведь порой бывает так, что события, послужившие причиной интервью, случились давно. Под воздействием некоторых факторов реальные факты воспринимались

интервьюируемым иначе. Например, в одном из интервью Плешакова его собеседник (Иван Ляхов – кузнец, прошедший обе войны) назвал своего командира «стареньким мужчиной», когда на деле ему было всего пятьдесят лет. Плешаков просто не учел, что самому Ляхову на тот момент было лишь двадцать и все, кто был в тот момент старше сорока, казались ему стариками.

«Так что к любому интервью надо готовиться, а во время беседы не терять бдительность. Любая оговорка твоего собеседника, словесная неточность, неудачное выражение должны быть объяснены или исправлены. Часто именно за такой ошибкой скрывается большой смысл. Его можно вытащить, обыграть, построить на нем непредвиденную интригу», – писал Леонид Плешаков в конце данного труда [37, С. 17 – 18].

Следующая статья, в которой мастер этого жанра делится своими профессиональными секретами, называется «Интервью: не торопитесь с вопросами, лучше расскажите что-нибудь сами». Здесь Плешаков утверждает, что при встрече с носителем нужной вам информации не спешите со своими вопросами. Ведь, скорее всего, заранее подготовленные им ответы загонят разговор в «канцелярско-деловое русло», а выбраться из него в желаемую интонацию будет крайне сложно. Поэтому для собеседника нужно создать настолько комфортную атмосферу, чтобы у вашего респондента возникло ощущение встречи со старым знакомым. «Важно, чтобы интервьюируемый увидел в вас человека, которому хочется помочь» [38, с. 43]. Чтобы достичь этого, существуют определенные приемы, которыми и делится Леонид Петрович.

Во-первых, во время технической подготовки к проведению интервью (пока вы достаете блокнот, ручку и т.п.) заведите разговор на тему, которая не имеет никакого отношения к предстоящей беседе. Вы можете просто поделиться с человеком своими сведениями о том или ином вопросе. Однако при этом не забывайте о честности: если знаете информацию – отвечайте, не знаете – скажите прямо, без утаек. Это поможет вам поднять престиж честного человека в глазах своего собеседника.

Во-вторых, не нужно стесняться рассказывать что-то самому. В этом приеме уклон по большей части сделан на психологию человека. Ведь, послушав ваших историй, собеседник не захочет ударить в грязь лицом. Благодаря этому он сможет рассказать вам много интересных подробностей, на которые вы даже не рассчитывали. В подтверждение Леонид Плешаков вновь приводит нам историю из собственного опыта, когда его рассказ о событиях на Даманском острове, адресованный академику Сергею Львовичу Соболеву, помог ему получить сведения о вещах, о которых он не читал в прессе ни до, ни после (беседа касалась вопросов создания атомной бомбы).

«Решив кого-то проинтервьюировать, дайте людям привыкнуть к вам, посейте в них желание самим поговорить на волнующие их темы, а тогда поворачивайте разговор в нужное вам русло», – пишет Леонид Петрович [38, С. 43 – 44].

В завершение статьи Плешаков делится еще одним советом: «Никогда не соглашайтесь брать интервью не у носителя нужной информации, а у его помощника» [38, С. 43 – 44]. Причина этого заключается в том, что часто такой заместитель боится сказать что-то лишнее, а в результате мало идет на контакт, отвечая на вопросы сухо и односложно. Поэтому Плешаков и советует каждому журналисту стараться попасть именно к тому человеку, который является первостепенным носителем нужных сведений.

Третьей работой, которая будет рассмотрена в рамках данного параграфа, послужит статья «Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое».

В ней журналист подробно рассказывает о недооцененном значении интервьюера, которому приходится прибегать к усилиям, чтобы сделать свою роль как можно незаметнее. Кроме того, нужно помнить, что именно журналист несет ответственность за свой материал, даже если неточные данные были зафиксированы в словах его собеседника. «Так что приходится бдеть вдвойне, ибо ходишь как по минному полю, рискуя в любой момент нарваться на неприятный сюрприз» [39, С. 47 – 48].

Чтобы избежать подобной ситуации, Плешаков советует в те моменты, когда собеседник рассказывает о своих достижениях, не подтверждая их ничем, кроме своих же слов, задавать контрольные вопросы. Именно они, вставленные «к слову», помогают журналисту избежать или раскрыть возможную ложь.

Именно с помощью контрольных вопросов один из коллег Плешакова смог вывести на чистую воду одного из героев на шумевшей на тот момент истории об отце и сыне, что якобы совершили практически кругосветное путешествие. Из-за неточных, а порой даже абсурдных деталей, сообщенных отцом, однозначно требовалось «атаковать» контрвопросами.

Еще один совет от короля интервью, заключается в том, что журналист может, а в некоторых случаях даже должен уточнять необходимую информацию. «Уточнения полезны не только как способ избежания обмана. Они дают возможность застраховаться от невольных ошибок, оговорок собеседника. При этом приводят иногда к совершенно неожиданному результату, помогают углубить материал, посмотреть на героя и все им рассказанное совсем с другой стороны», – объясняет Леонид Плешаков [39, С. 47 – 48].

И последняя, четвертая работа, которую мы рассмотрим в рамках данного исследования, – «Иллюзия очевидности», опубликованная в первом номере издания «Профессия – журналист» за 2002 год.

Отметим, что в вышеупомянутой статье главная цель Плешакова состояла в возможности на конкретных примерах показать своим коллегам, как обезопасить себя от обмана. Журналист выделяет два главных правила, которых нужно придерживаться интервьюеру во время работы. Вместе с секретами, рассмотренными нами ранее, они олицетворяют собой некий симбиоз, уникальную формулу создания идеального коммуникативного продукта.

Так, он формирует золотое правило журналиста-интервьюера, согласно которому необходимо «бдеть всегда и везде, не поддаваться давлению самого



уважаемого и высокого имени. Под интервью всегда стоит фамилия автора, значит, он и несет всю ответственность за ошибку» [41, С. 49 – 50].

Второе правило звучит в унисон с первым. «Устойчивое общественное мнение – еще не факт. А уж если это мнение опирается на один источник, то тут тем более надо быть особенно осторожным» – предостерегает Леонид Плешаков в заключении своей статьи [41, С. 49 – 50].

Таким образом, в рамках осуществленного анализа четырех статей, принадлежащих перу одного из самых известных интервьюеров России, мы смогли приоткрыть дверцу в творческую лабораторию журналиста. Основные правила и формулы, выведенные путем «коммуникативных опытов», могут использоваться каждым журналистом при работе с жанром интервью.

Далее рассмотрим особенности такого феномена, возникшего на заре развития телевидения, как телевизионное интервью. Кроме того, подробно изучим журналистский путь одного из самых известных работников информационно-аналитических программ на американских экранах – Ларри Кинга.

### **3 Ларри Кинг как пример талантливое телеведущего**

#### **3.1 Специфика жанра телевизионного интервью**

Начать стоит с упоминания о том, что под влиянием времени технический прогресс не стоял на месте. Постепенно в мире помимо печатной периодики стали появляться и другие каналы распространения информации. Одним из них стало телевидение, которое сегодня прочно укрепилось в сформировавшейся системе СМИ. На жанр интервью появление этого феномена также оказало большое влияние.

Развитие телевизионных технологий добавило данному интерактивному жанру еще одно существенное качество – зрелищность. Так как телевидение носит, прежде всего, аудиовизуальный характер, то источником информации становится теперь не только звучащая речь со всем богатством ее риторики и интонации, но и мимика, жесты, да и поведение собеседников в целом [29].

Как можно понять из приведенной выше информации, сегодня интервью для журналиста – это самый распространенный и простой способ получения информации. В то же время под данным термином можно понимать публицистический жанр, выстроенный в форме беседы или диалога. И главная задача журналиста в ходе него получить как можно более полную, логически последовательную информацию, которую он может реализовать с помощью составленной системы вопросов.

Однако чтобы добиться расположения интервьюируемого, каждому работнику СМИ необходимо научиться добираться до глубинных свойств личности собеседника, чему может способствовать особый душевный настрой.

Помимо этого, каждый журналист должен избавиться от ошибочного мнения, будто спрашивать намного легче, чем отвечать. Это далеко не так. Как правило, интервью – это совместная работа представителя средств массовой информации и респондента. Поэтому качество полученного материала

напрямую зависит и от ведущего. В своих вопросах собеседнику журналист как бы предвосхищает то, что хотели бы спросить сами читатели, радиослушатели или же телезрители [29]. И чтобы подобное произошло на самом деле, интервьюер обязан очень серьезно подготовиться к предстоящей беседе.

Сегодня интервью как жанр занимает особое место на телеэкране, так как фактически нет ни одного выпуска новостей, где бы журналисты не задавали вопросов компетентным людям или же не обращались к участникам различных событий. Иными словами, интервью сейчас является неперенным элементом многих сложных телевизионных форм.

Однако, прибегая к данному жанру, работникам СМИ нужно помнить, что его используют лишь тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем сам журналист, или же когда он своим выступлением поддерживает некую общественную кампанию, если данный вопрос стоит в центре внимания множества людей и требуется выяснить их взгляды. Не стоит при каждом удобном случае работать с данным жанром, так как подобное может отяготить программу, что, в свою очередь, приведет к падению ее рейтингов.

Итак, мы выяснили, что же современные исследователи по вопросам журналистики подразумевают под жанром «телевизионного интервью». Теперь перейдем ко второй части вопроса, касающейся его разновидностей.

Но прежде хотелось бы сказать, что в идеале интервью на экране должно иметь форму непринужденной беседы двух людей. Исключением из данного правила являются ситуации, носящие официальный характер. Но просто поговорить эти люди могли бы и не в студийном павильоне, без камер и осветительной аппаратуры. Стало быть, некая особенность есть в самой природе телевизионного диалога. Чтобы разобраться в этом, приведем примерную типологию телевизионного интервью.

В предыдущих главах мы познакомились с основными классификациями данного интерактивного жанра. Многие из рассмотренных в них видов интервью постепенно перекочевали с газетных страниц на экраны телевизоров.

Их суть осталось неизменной, однако в виду визуализации они приобрели некоторые черты, отсутствующие некогда у их газетных аналогов.

Итак, первым подвидом можно назвать протокольное интервью. Как и в газетном варианте оно используется для официального разъяснения по вопросам внутренней и внешней политики государства. В студию программы приглашается официальное лицо высокого ранга. Бывает и так, что съемочная группа того или иного телеканала сама приезжает к такому человеку. В любом случае при записи данного подвида интервью журналист должен помнить, что в нем крайне неуместно изображать непринужденность. Все интересующие вопросы нужно задавать четко, не подыскивая при этом нужные фразы во время уже начавшегося диалога. Также следует помнить, что во время такого телевизионного диалога нельзя перебивать или перечить интервьюеру, так как подобное может подорвать его авторитет у телезрителей.

Следующим можно выделить также уже знакомое нам информационное интервью. На телеэкранах оно выглядит как обычная, местами эмоционально окрашенная беседа репортера и его интервьюируемого. Здесь журналист должен расположить к себе своего собеседника, чтобы получить от него определенных сведений. Как правило, именно в данном виде интервью зритель может обнаружить наибольшее количество методов воздействия, рассматриваемых в третьем параграфе дипломной работы. А отличает его от предыдущего то, что ответы интервьюируемого не должны являться официальным заявлением, т.е. совсем не обязательно искать высокопоставленное лицо, чтобы получить нужные данные.

Информационное интервью – наиболее распространенная форма экранного диалога. По крайней мере, во многих информационных выпусках большинство встреч журналистов с их собеседниками происходит с целью получения конкретных сведений от человека, владеющего необходимой информацией.

При этом для телевизионного информационного интервью сохраняется главное правило: данный вид информационного жанра не должен являться для

журналиста источником получения абсолютно новых сведений. Иными словами, в любом случае журналист должен иметь определенную базу знаний в той области, которая является темой беседы и вести разговор по заранее продуманному плану. Кроме того, перед проведением телевизионного информационного интервью экранные вопросы никогда не сообщаются интервьюируемому. Это необходимо для того, чтобы каждый ответ интервьюируемого сопровождался реальными, живыми эмоциями, помогающими определить достоверность его слов.

Еще один вид интервью, который наиболее ярко смог раскрыться именно на телевизионных экранах, – интервью-портрет. В нем репортеру выпадает нелегкая задача не только раскрыть личность собеседника, но и сделать это как можно более эмоционально. Здесь лидирующее положение приобретают социально-психологические эмоциональные характеристики, которые позволяют наиболее полно выстраивать в голове образ сидящего в студии (или ином месте проведения беседы) человека [34].

К слову, весьма интересным фактом является то, что портретное телеинтервью может стать важнейшей составляющей фильма-очерка – произведения телеискусства, созданного по особым законам эстетического освоения действительности.

В данном виде интервью, составленный и рассказанный текст, не дает полного представления о характере человека. Важнее тут будут неподдельные эмоции, т.е. та самая невербальная информация, которая заставляет вглядываться в лица на экране и сопереживать участникам передачи. Таковы возможности жанра портретного интервью, в котором речь идет о глубоко личном, однако через него и постигаются социальные закономерности.

Четвертым и одним из самых популярных типов интервью является проблемное (или дискуссионное). В нем журналист должен выявить различные точки зрения или пути решения определенной социально значимой проблемы. Как правило, при проведении интервью данного типа, предполагается иная

тональность разговора, открытая публичность, явное присутствие телекамеры [34].

Заключительным, пятым видом телевизионного интерактивного жанра считается интервью-анкета. Оно проводится для выяснения мнений по определенному вопросу у различных собеседников, не вступающих в непосредственный контакт друг с другом. Обычно на телевидении это выглядит как обычный опрос, проводимый либо на улице, либо в каком-то торговом центре, т.е. местах массового скопления людей. Представляет оно из себя серию однотипных вопросов, которые задаются каждому участнику опроса.

Таким образом, мы смогли выяснить, что же означает понятие «телевизионное интервью», а также познакомиться с пятью его разновидностями, которые, имея свои специфические особенности, позволяют журналисту в наиболее удобной, правильной форме получать необходимую информацию.

Далее мы рассмотрим творческий путь одного из самых известных телевизионных интервьюеров, чье имя навсегда останется в памяти американских телезрителей – Ларри Кинга.

### **3.2 Аналитические верификации интерактивного мастерства Ларри Кинга**

Прежде чем приступить к рассмотрению вопроса о том, как проявлялся талант Ларри Кинга во время проведения интервью и к каким приемам он прибегал в разговоре со своим собеседником, необходимо разобраться, какие жизненные обстоятельства оказали на формирование его мировоззрения наибольшее влияние. Иными словами, рассмотреть журналистский путь, который прошел этот человек.

Итак, Ларри Кинга называют самым популярным телеведущим, интервьюером и шоуменом США. Он воплощает в себе пример того человека, который смог «сделать» свое имя и себя самостоятельно, без поддержки со стороны знакомых или имеющейся материальной базы. Его по праву считают живой легендой журналистики и мастодонтом американского телевидения. Человек со сложной судьбой, который смог пообщаться со многими знаменитостями всего мира, начиная с известных артистов и заканчивая самыми успешными бизнесменами (см. ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Даже по прошествии многих лет коллеги Кинга удивляются тому, как ему удается «разговорить» собеседников, которые практически не идут на контакт с интервьюером и отвечают на все задаваемые вопросы односложно. Возможно, Ларри Кинг и впрямь обладает неким таинственным магнетизмом, который заставляет знаменитостей открывать душу и делать самые неожиданные признания, которых никто и никогда не ожидал услышать от интервьюируемых им людей.

Но с чего же началась история этого удивительного журналиста, научившегося мастерски владеть словом и навсегда вписавшего себя в список лучших интервьюеров? Обратившись к его биографии, можно узнать, что Лоуренс Харви Зейгер (настоящее имя Кинга), родился в Нью-Йорке. Его родителями была пара эмигрантов (мать Ларри, была родом из Беларуси, а отец из Австрии) [31].

В общедоступных источниках о детстве и школьных годах Ларри представлено не так много информации. Известно только, что у мальчика были братья, один из которых (старший Ирвин) умер в возрасте шести лет от острого аппендицита. Также можно найти сведения о том, что семью будущего телеведущего едва ли можно было назвать процветающей. Его родители с трудом сводили концы с концами. И без того бедственное положение семьи резко ухудшилось, когда сорокачетырехлетний отец Ларри Кинга неожиданно скончался от сердечного приступа. Вдове покойного, оставшейся одной с двумя

детьми, пришлось взять все обязанности по материальному обеспечению сыновей.

В этот период Ларри Кинг принимает первое самостоятельное решение. Чтобы хоть как-то облегчить существование своей семьи, он забросил учебу и устроился работать.

Но все же мечты о карьере на радио и неслыханной популярности обуревали Ларри едва ли ни с пеленок. Однако стечение обстоятельств, в которые попала его семья, выставляло мечты мальчика в несбыточном свете. Ему приходилось, не жалея сил, браться за любую работу, которая подворачивалась. Лишь твердость духа и упертый характер помогли ему не опустить руки и со временем приступить к реализации своих мечтаний.

Став совершеннолетним, Ларри отправляется в Майами. Здесь молодого человека приняли на радиостанцию «Wahr». Однако его роль там сводилась лишь к функции уборщика, которому изредка поручали выполнение мелких поручений вышестоящих сотрудников.

Но все изменилось 1 мая 1957 года. Именно в этот день один из ведущих не вышел на работу. Заменить его поручили никому иному, как Ларри. Тогда жители штата Флорида впервые услышали голос человека, который спустя десятилетия станет самым узнаваемым в стране [31].

Его первое выступление на радио произвело сильное впечатление на руководство. В результате этого ему сразу дали время в эфире и жалованье – 55 долларов в неделю. Тогда же генеральному директору радиостанции фамилия «Зейгер» показалась непроизносимой и незапоминающейся, о чем он и поспешил сообщить новому подчиненному. Не особо мучась, Ларри выбрал псевдоним. Впоследствии, Ларри признался, что в момент размышлений ему на глаза случайно попался рекламный листок ликера «King's Wholesale Liquor», прочитав которую, он и решил стать Ларри Кингом [31].

Вскоре Ларри Кинг стал самым популярным радиоведущим в южных регионах Флориды. В 1960 году состоялась премьера его первой программы на телевидении Майами, которая получила достойную оценку местных зрителей.



Позднее к работе на радио и телевидении присоединились колонки в развлекательных разделах газет Miami News и Miami Herald.

Но первые успехи не всегда бывают для работников радио вечными. Вот и в судьбе Ларри Кинга случился резкий поворот, который на время выбил его из колеи. Все пошло крахом в декабре 1971 года, когда уже успешному журналисту и теле-радиоведущему предъявили обвинение в крупном хищении. Инициатором дела был бывший деловой партнер Ларри. Следствием этого неприятного инцидента стало то, что Кинг мгновенно потерял работу и с таким трудом заработанный авторитет в кругах журналистов и зрителей.

Черная полоса длилась для него недолго. Уже в 1972 все обвинения были сняты [31]. Однако к этому времени Кинг сильно погряз в долгах и лишился расположения своей аудитории. Все пришлось начинать заново. Не опуская рук и не отчаиваясь, в течение следующих нескольких лет Кинг упорно работал: писал статьи для журналов, вещал на радиостанциях Западного побережья.

И вот, спустя шесть лет упорной борьбы за свое место в рядах журналистов, Кинга вновь приняли на радиостанцию WIOD. И тут же его карьера пошла в гору. Он открыл новое ночное «Шоу Ларри Кинга», которое транслировала радиостанция «Mutual Radio Network».

В передаче принимали участие гости Ларри, у которых он брал интервью, затем они вместе отвечали на вопросы слушателей, звонивших в студию. Деятельность данного шоу в скором времени привлекла внимание одного медиа-магната по имени Тед Тернер, который предложил Кингу стать хозяином собственного ток-шоу в недавно созданной ретрансляционной сети Cable News Network (CNN) [35].

Долго не раздумывая над поступившим предложением, Кинг дал согласие. Собственно, именно так появилось первое национальное телешоу «Ларри Кинг вживую».

За первые несколько недель своего существования, программа завоевала самый высокий рейтинг в стране, а Кинг вновь заслужил уважение и доверие как зрителей, так и гостей шоу. Подтверждением этого факта может послужить

то, что в 1992 году Росс Перо выбрал шоу Ларри Кинга, чтобы объявить о своем решении стать кандидатом на пост президента США.

Кинг также часто использовал свое телешоу в качестве площадки всевозможных благотворительных акций. Именно по его инициативе был объявлен сбор средств для пострадавших от стихийных бедствий в Новом Орлеане и на Гаити.

За последние десятилетия Кинг покориł миллионы зрителей, которые бросали все свои дела, чтобы услышать шокирующие откровения актеров, спортсменов, национальных героев, высокопоставленных представителей разных стран мира и даже подозрительных личностей с сомнительной репутацией.

Однако ничто не вечно. Поэтому в июне 2010 года Кинг объявил, что время его господства в шоу CNN подходит к концу. Он решил провести свою последнюю передачу, сделав главным гостем Арнольда Шварценеггера. А уже в сентябре 2010 года было названо имя преемника «короля», которым стал британский телеведущий Пирс Морган [35].

Помимо деятельности в своем ток-шоу, Кинг снимался в нескольких кинолентах, где играл самого себя, и принимал участие в других телешоу в качестве гостя. Шоумен написал несколько книг о болезнях сердца, после того как сам перенес острый сердечный приступ в 1987 году. Помимо медицинских изданий, его руке принадлежат и многие издания, относительно построения речи и навыка коммуникации.

Одной из самых знаменитых книг Кинга является труд «Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно». Если вы испытываете сложности при общении с другими людьми или же просто не можете находить тем для продолжения разговора, то данная книга будет для вас просто незаменима [31].

О чем она? О том, как преодолеть неловкость в разговоре с незнакомыми людьми и побороть страх перед выступлением на публике. Автор – настоящий мастер общения. Стать гостем на его ток-шоу считали за честь виднейшие

деятели политики, бизнеса, спорта и искусства. И именно в книге он делится своими секретами и дает множество полезных советов.

Исходя из личного опыта, в книге он дает советы о том, как следует разговаривать в самых разнообразных ситуациях (начиная от свадьбы кузена и заканчивая великосветским обедом). Прочитав данный труд, вы сможете научиться с уверенностью вступать в любую беседу и узнаете, как в деловом разговоре эффективно донести свою мысль до других.

Иными словами, книга «Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно» – это справочник, где вся теоретическая информация подтверждается конкретными, живыми примерами из профессиональной деятельности известного телеведущего канала CNN Ларри Кинга. И подойдет она для всех, кто хочет говорить лучше и получать от этого удовольствие.

Сегодня многих людей волнует вопрос о том, в чем заключается главный секрет популярности Кинга. Казалось бы, вполне заурядный человек. Однако обратите внимание на его манеру общения, умение «преподнести себя». Многие говорят, что так умеет только Ларри Кинг и никто больше. Его главное правило – не задавать каверзных вопросов, которые могут поставить в тупик интервьюируемого. Свою задачу он видит лишь в том, чтобы слегка направить беседу в нужное русло. После этого человек сам рассказывает о себе максимум информации [35].

Гуру журналистики однажды заявил, что он никогда не готовится к разговору заранее, выстраивая какую-либо тактику общения – все происходит само собой.

Отличительная особенность его работы – это умение шутить с собеседником. Причем делает это он в своеобразной манере и с абсолютно спокойным выражением лица [35]. Передачи Кинга выходили и в записи, и в прямом эфире. Ему одинаково нравилось брать интервью как по телефону, так и посредством видеосвязи.

Сегодня на счету Ларри Кинга свыше 40 тысяч интервью. С его еженедельной хроникой знакомилась вся страна, а книги его авторства читают

и слушают миллионы людей по всему миру. Для многих современных интервьюеров именно он является примером для подражания.

Далее, путем сопоставления особенностей творческого процесса работы Леонида Плешакова и Ларри Кинга, постараемся составить уникальную формулу идеального интервью. В ней будут отображены основные элементы, которые должен содержать в себе качественный диалог.

### **3.3 Творчество Л. Кинга и Л. Плешакова: в контексте поляризации**

Перед тем, как приступить к заключительной части данной дипломной работы, поясним один немаловажный момент. Казалось бы, перед нами два совершенно разных человека – известный американский телеведущий и советский работник печати. На первый взгляд, общего у них мало. Однако это не так. Во-первых, несмотря на то, что они работали в разных областях СМИ, двух этих людей объединяет общая профессия – журналист. Во-вторых, судьбы обоих связаны с одним из самых популярных жанров как печатных, так и телевизионных СМИ – интервью.

Их обоих считают признанными гениями, которые в результате своей работы смогли сделать интерактивный жанр интереснее и многообразнее. Именно поэтому в ходе исследования нами будут сравнены методы их профессиональной деятельности для того, чтобы выявить главные отличительные особенности. Кроме того, на основании полученных данных мы постараемся сформулировать основные правила, которые можно будет определить понятием «формула успешного интервью».

Итак, помимо разных сфер журналистики Ларри Кинга и Леонида Плешакова отличают и некоторые методы подхода к выполнению своей работы. Например, если отечественный интервьюер утверждает, что всегда нужно быть осведомленным в теме, на основе которой будет проводиться

беседа, иметь под рукой приблизительный список вопросов, то его американский коллега, напротив, уверяет, что никогда не готовится к разговору с тем или иным человеком заранее. По его словам, все происходило само по себе. Однако определенную базу данных он все же имел при записи каждого интервью. Да и вопросы в некоторых случаях им составлялись заранее. В этом мы можем убедиться, посмотрев его передачу, гостем которой стал Президент РФ В. В. Путин (передача вышла в свет 8 сентября 2000 года).

Одним из наиболее актуальных вопросов, которые были рассмотрены в ходе проведения данного интервью, стала трагедия подводной лодки «Курск». Грамотные, дополняющие друг друга вопросы Ларри Кинга являются явным доказательством того, что он не один день потратил на изучение этого трагичного для нашей страны события.

Опираясь на приведенные данные, мы можем объединить эти различия в работе двух интервьюеров, чтобы составить «серединное» правило – заранее к интервью все же следует готовиться, но при этом помнить о своих навыках, которые позволяют отступить от заранее составленных вопросов, чтобы получить более интересную информацию (исключением будет протокольное интервью).

Еще один прием, который был замечен в деятельности американского интервьюера заключается в чередовании сложных и простых вопросов. Постепенно раскрывая одну более простую тему, Ларри Кинг в диалоге с приглашенным в студию гостем переходит к более злободневным, требующим обдуманного и слаженного ответа. Подобный прием мы также можем видеть в интервью с президентом Владимиром Путиным, в котором уже полностью разобранный тему о гибели подводной лодки «Курск» сменяет блок вопросов, касающихся сотрудничества России и США, а также попытки России удержать Соединенные Штаты от развертывания новых противоракетных систем.

В деятельности Леонида Плешакова подобного нет. Он плавно переходит от одного вопросного блока к другому, чередуя их по принципу нарастания важности, нежели сложности и легкости.

Собственно, это главные отличия, которые можно найти в профессиональной деятельности двух рассматриваемых интервьюеров. Далее их рабочие методы в основном совпадают.

Так, Ларри Кинг утверждает, что его главное правило – не задавать каверзных вопросов, ведь основная задача репортера – получить необходимую информацию. А сделать это более качественно можно лишь при условии возникшего доверия между двумя собеседниками. В результате репортер свою задачу будет видеть лишь в том, чтобы слегка направить беседу в нужное русло. После этого человек сам рассказывает о себе максимум информации. Тогда как каверзные вопросы могут лишь поставить человека в тупик, что приведет к выстраиванию непреодолимого барьера между репортером и интервьюируемым.

Примерно о том же говорил в своих трудах Леонид Плешаков. Как можно видеть из предыдущих глав, в своих статьях он часто упоминал о такой задаче журналиста, как создание дружеской, приятной обстановки, которая поможет интервьюируемому почувствовать себя более уверенно рядом с репортером и, не впадая в панику, рассказать ему все, что он хотел бы от него услышать.

Только вот для создания атмосферы взаимодоверия Ларри Кинг и Леонид Плешаков выбирали разные способы. Первый интервьюер предпочитает уместное вставление шуток в свою речь. Умение шутить с собеседником – это его отличительная особенность. Его коллеги часто говорили, что ему удавалось делать это в своеобразной манере и с абсолютно спокойным выражением лица.

Плешаков же советовал перед началом интервью просто поговорить с собеседником на тему, которая никак не соотносится с той, которая будет заложена в основу диалога. Журналисту достаточно честно ответить на вопросы интервьюируемого или даже рассказать какую-то историю из личного опыта. Подобное поможет человеку успокоиться, почувствовать себя более уверенно. Респондент почувствует расположение к журналисту, что позволит получить необходимую информацию или же, если повезет, совершенно новые, ошеломительные данные.

Любой из представленных способов будет уместным, поэтому в ходе своей профессиональной деятельности каждый работник СМИ может прибегать к одному из них.

Оба интервьюера никогда не прерывали речь своих собеседников. Даже временные рамки программы не мешали Ларри Кингу полностью дослушать ответ на заданный им вопрос (чтобы уместиться в эфирное время он просто не задавал не столь значимые вопросы). Кроме того, и Л. Кинг, и Л. Плешаков каждое интервью, если времени на создание нужной атмосферы не было, начинали с отвлеченного вопроса. Например, как вам погода? Такой прием также позволяет немного снять напряжение у интервьюируемого, пусть и не в полной мере.

Итак, мы сопоставили основные способы и инструменты работы двух профессионалов своего дела. Как нам удалось выяснить, методика проведения интервью имеет достаточное количество различий. Однако встречается и много похожих моментов. Полученные в ходе сравнения данные постараемся сконцентрировать в единой «формуле успешного интервью».

Первым пунктом стоит обозначить необходимость создания теплой, приветливой обстановки, которая позволит вашему респонденту почувствовать себя увереннее. Каким из приведенных выше способов вам лучше воспользоваться – решение остается за вами.

«Не нападайте» на своего собеседника сразу. Разрядите обстановку уместной шуткой или же интересующим его рассказом.

Имейте представление о той теме, которая была выбрана для интервью. Не обязательно полностью вникать в ее суть, запоминая все мелкие детали. Однако и «чистым листом» быть не стоит. Имеющаяся база позволит вам контролировать ход разговора и направлять его в нужное русло. Кроме того, с ее помощью вы сможете частично обезопасить себя от обмана как преднамеренного, так и случайного.

Не теряйте бдительности. Всегда внимательно слушайте своего собеседника, не прерывайте его речь своими замечаниями. Это поможет не

потерять логическую цепочку повествования и вовремя учесть все обстоятельства рассказа. Последнее поможет избежать фактических ошибок, которые наиболее часто встречаются именно в печатном интервью (примеры приводились в параграфе 2. 2 данной дипломной работы).

Не бойтесь уточнять непонятую информацию. Нерасслышанные или просто по каким-либо причинам прослушанные факты можно и нужно переспрашивать. Иначе вы можете потерять очень ценный фрагмент беседы, который мог бы сделать ваше интервью в разы интереснее.

И последний компонент так называемой «формулы успешного интервью» заключается в недоверительном отношении к общественному мнению и мнению какого-либо должностного лица, которое не имеет под собой фактических доказательств. Запомните, общественное мнение (или мнение высокопоставленного человека) не всегда является абсолютной истиной. Порой в нем заключается ошибочная информация, ставящая под сомнение материал, написанный на его основе. Здесь действует одно из устойчивых правил каждого профессионального журналиста «доверяй, но проверяй».

Итак, перед вами собраны основные правила, при соблюдении которых вы сможете провести интервью на достаточно высоком уровне. Конечно, никто не запрещает вам отступать от них или же вырабатывать собственные. Однако не стоит забывать, что каждый аспект был ни раз проверен на практике работниками СМИ, многие имена которых навсегда вписались в плеяду мастеров-журналистов.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Жанр интервью имеет поистине неограниченные возможности как на страницах печатной периодики, так и на экранах телевизоров. Недаром журналисты высказывают такую точку зрения об интервью: «Это возможность продемонстрировать высший пилотаж, естественно, не превращая его в самоцель». Сотрудники СМИ любят этот жанр за то, что в нем идентифицируются характеры, демонстрируется ход времени и событий.

Иными словами, жанр интервью многофункционален. Он позволяет быстро и точно рассказать о взволновавшем общественность событии, задав несколько вопросов очевидцам, и, выйдя на авторитетного собеседника, развеять взбудоражившие многих слухи. Поэтому его очень часто используют для написания материалов иных жанровых форм.

Если же говорить об интервью на телевидении, то оно обладает определенными качествами, которые в своей работе должен воплотить каждый журналист. Идеальное интервью на ТВ должно выглядеть как непринужденный разговор двух собеседников, один из которых информирован по данной теме больше другого. Однако вся сложность процесса их коммуникации заключается в том, чтобы сделать беседу интересной не только самим говорящим, но и зрителям, которые смотрят на них с экранов. У последних, в свою очередь, обязательно возникновение «эффекта присутствия» и неподдельного чувства сопричастности к разговору.

В ходе исследования в рамках бакалаврской работы была достигнута поставленная цель – рассмотрены особенности становления и развития жанра интервью в нашей стране и определено, какие методы интервьюирования использовали в своей профессиональной деятельности Леонид Плешаков и Ларри Кинг. Рассмотрев их творческий путь и сравнив особенности мастерства проведения бесед, мы дифференцировали главные критерии успешного интервью.

Путем анализа документов (в частности ознакомление с публицистическими материалами Плешакова и телевизионными записями Кинга), а также изучения материалов, касающихся вопросов становления интерактивных жанров в отечественных и зарубежных СМИ, были решены и поставленные задачи.

В первой главе данной дипломной работы рассмотрены вопросы о становлении, развитии и типологических характеристиках жанра интервью. Кроме того, дана подробная этимологическая справка о происхождении и определении такого термина как «интервью». В третьем параграфе данной главы автором дипломной работы подробно рассказывается о методах воздействия на аудиторию, используемых журналистами при работе с респондентами.

Вторая глава посвящена журналистской работе Леонида Плешакова и особенностям его «лаборатории интервьюирования». В ней подробно изложен журналистский путь знаменитого советского интервьюера, а также обозначены биографические данные, позволяющие лучше узнать о тех событиях, которые в большей степени повлияли на формирования мировоззрения этого талантливого человека. Проанализировано четыре статьи Плешакова, опубликованные в журнале «Профессия – журналист» в начале 2000-х годов, в результате чего были выделены основные правила, которыми он пользовался в ходе своей профессиональной деятельности.

В третьей главе подробно излагается информация о развитии телевизионного интервью и анализируются технологии его организации и специфические черты. Подробно прослеживается жизненный путь еще одного известного представителя СМИ, причисленного к группе талантливейших интервьюеров своего времени – Ларри Кинга. Выделяются индивидуальные особенности его творчества, которые позволили мальчику из бедной семьи стать самым известным телеведущим конца XX – начала XXI века.

Кроме того, в третьем параграфе указанной главы был проведен краткий анализ методологических особенностей проведения интервью, которыми в

своей работе пользовались Ларри Кинг и Леонид Плешаков. На основе полученных данных был сформулирован перечень основополагающих критериев хорошего интервью, который мы обозначили понятием «формула успешного интервью». Опираясь на изложенные в ней правила, любой журналист сможет провести продуктивное, качественное интервью.

В современной журналистике, когда в ограниченный период времени человеку приходится получать огромное количество разнообразной информации, на первый план, безусловно, выходят информационные жанры.

Несмотря на то, что в научных кругах рассматриваемое в данной работе интервью причисляется к интерактивной группе жанров, под действием времени многие стали относить его к уже упомянутой информационной. Первостепенной причиной подобного является то, что жанровые особенности интервью позволяют читателю получить, то, что видел и слышал журналист-интервьюер «из первых рук». И сделать это они могут достаточно быстро, ведь на месте того или иного события журналист всегда может найти очевидцев и специалистов, способных дать комментарий о случившемся. Благодаря такому свойству данный жанр обладает популярностью как на страницах печатных СМИ, так и на телевидении и информационных интернет платформах.

В современной системе СМИ можно наблюдать разностороннее обогащение интервью чертами других жанров (например, чертами очерка). Подобное обогащение, возможно, создает проблему дифференциации интервью, трудность в выявлении принадлежности того или иного материала к этому жанру. Но та оригинальность, которая присутствует в подаче подобного материала, а также новые стилистические решения жанра заставляют возвращаться к нему снова и снова.

Однако, чтобы «приручить» своенравный жанр интервью журналист должен так или иначе ознакомиться с деятельностью профессионалов прошлого. Их опыт может внести большой вклад в развитие коммуникативных навыков интервьюера, а также помочь обрести знания, которые в последующем пригодятся ему для гибкого построения диалога с той или иной личностью.

Леонид Плешаков и Ларри Кинг как ярчайшие примеры гениальных интервьюеров своего времени. Их виртуозный уровень владения интерактивным жанром уже давно ставится в пример многим сотрудникам как печатных, так и телевизионных СМИ. Именно поэтому, знакомясь с творческой лабораторией обоих мастеров, каждый сможет выявить для себя ту уникальную, отшлифованную формулу успешной коммуникации и выбрать нужную стратегию ведения диалога. В таком случае, интервью покажется вам приятной прогулкой, а не преодолением минного поля. Так как главная задача – оказаться с респондентом по одну сторону баррикад. Ведь интервью не просто жанр, в котором нужно уметь работать, это жанр, в котором нужно научиться жить.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Аграновский В. А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике / В. А. Аграновский. – М. : Вагриус, 2000. – 416 с.
- 2 Акопов А. И. Российские специальные журналы. 1917-1932. Формирование типологической системы / А. И. Акопов. – Ростов н / Д. : Изд-во Института массовых коммуникаций, 2001. – 274 с.
- 3 Антонова В. И. Аналитические жанры газетной публицистики : учеб. пособие / В. И. Антонова. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2002. – 201 с.
- 4 Антонова В. И. Типология региональных средств массовой информации : учеб. пособие / В. И. Антонова. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2009. – 80 с.
- 5 Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М. : Просвещение, 2003. – 506 с.
- 6 Белановский С. А. Глубокое интервью / С. А. Белановский. – М. : Просвещение, 2001. – 320 с.
- 7 Белановский С. А. Методика и техника фокусирования интервью / С. А. Белановский. – М. : Просвещение, 2001. – 501 с.
- 8 Богданов Н. Г. Справочник журналиста / Н. Г. Богданов, Б. А. Вяземский. – Л. : Лениздат, 2000 – 688 с.
- 9 Большая Советская Энциклопедия / [А. А. Зворыкин, В. В. Виноградов, А. А. Михайлов и др.] ; под ред. Б.А. Введенского. – 2-е изд. – М. : Государственное научное издательство «Большая Советская Энциклопедия», 2000. – 641 с.
- 10 Вакуров В. Н. Стилистика газетных жанров / В. Н. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик. – М. : Рус.ред, 2009. – 183 с.
- 11 Ворошилов В. В. Журналистика / В. В. Ворошилов. – М. : КноРус, 2015. – 360 с.
- 12 Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации / О. Л. Гнатюк. – М. : КноРус, 2010. – 256 с.

13 Голанова Е. И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) / Е. И. Голанова // Русский язык сегодня. – 2000. – Вып. 1. – С. 251–255.

14 Голанова Е. И. Публичный диалог : коммуникативный узус и новые жанровые разновидности / Е. И. Голанова. – М. : Рус.ред., 2001. – 251 с.

15 Голанова Е. И. Устный публичный диалог : жанр интервью / Е. И. Голанова. – М. : «Языки русской культуры», 2010. – 89 с.

16 Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. – М. : Рус.ред., 2001. – 222 с.

17 Дмитриева Т. Жанр интервью в диахроническом аспекте : «раскрепощение языка» или «вандализация»? / Т. Дмитриева. – М. : Просвещение, 2003. – 65 с.

18 Есин Б. И. История русской журналистики XIX века / Б. И. Есин. – М. : Высшая школа, 2006. – 370 с.

19 Жанры журналистики: интерактивная журналистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://jointhejoy.ru/content/zhanry-zhurnalistiki-interaktivnaya-zhurnalistika> (дата обращения: 02.04.2019). – Загл. с экрана.

20 Засорина Т. Профессия – журналист / Т. Засорина, Н. Федосова. – Ростов н / Д. : Феникс, 2000. – 318 с.

21 Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т; Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с.

22 Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве / С. Н. Ильченко. – СПб. : Питер, 2003. – 93 с.

23 Интервью и беседы с Львом Толстым / под ред. В.Я. Лакшина. – М. : Современник, 2000. – 522 с.

24 История журнала «Огонек» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20091221/200100290.html> (дата обращения: 05.04.2019). – Загл. с экрана.

- 25 Калмыков А. А. Журналистика современности в системе массовых коммуникаций / А. А. Калмыков, Н. С. Фирсова. – М. : Рус.ред., 2007. – 189 с.
- 26 Ким М. Н. От замысла к воплощению: Технология подготовки журналистского произведения / М. Н. Ким. – СПб. : Питер, 2006. – 320 с.
- 27 Корконосенко С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 287 с.
- 28 Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов. – Ростов н / Д. : Феникс, 2001. – 256 с.
- 29 Кутний А. Виды интервью на современном телевидении и способы его подготовки к эфиру [Электронный ресурс] / А. Кутний. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2737&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 08.03.2019). – Загл. с экрана.
- 30 Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 240 с.
- 31 Ларри Кинг: биография, фото, новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-larri-king.html> (дата обращения: 07.11.2018). – Загл. с экрана.
- 32 Мансурова В. Д. СМИ как средство коммуникативной саморегуляции общества. СМИ в современном мире / В. Д. Мансурова. – СПбГУ, 2000 – 275.
- 33 Мельник Г. С. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г. С. Мельник. – СПб. : Питер, 2006. – 235 с.
- 34 Методы психологического воздействия на человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sunmag.me/sovety/14-01-2014-metody-psikhologicheskogo-vozddejstviya-na-cheloveka.html> (дата обращения: 29.03.2019). – Загл. с экрана.
- 35 Мэтр жанра интервью Лари Кинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5427510/page:40/> (дата обращения: 18.03.2019). – Загл. с экрана.

36 Основные виды интервью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uchebnikfree.com/smi-journalistika/osnovnyie-vidyi-intervyu-38912.html> (дата обращения: 01.11.2018). – Загл. с экрана.

37 Плешаков Л. Интервью – начало всех начал / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2000. – № 10. – С. 17 – 18.

38 Плешаков Л. Интервью: не торопитесь с вопросами, лучше расскажите что-нибудь сами / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2000. – №11. – С. 43 – 44.

39 Плешаков Л. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2001. – №1. – С. 47 – 48.

40 Плешаков Л. Интервью : всякое лыко – в строку, редкое слово – в строчку / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2001. – №2. – С. 35 – 43.

41 Плешаков Л. Иллюзия очевидности / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2002. – №1. – С. 49 – 50.

42 Попов Д. Б. Производство и оформление газеты / Д. Б. Попов, С. М. Гуревич. – М. : Ркс.ред., 2001. – 62 с.

43 Почепцов Г. Г. Теории коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001 – 656 с.

44 Психологические методы воздействия на массовую аудиторию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/406794/> (дата обращения: 29.09.2018). – Загл. с экрана.

45 Савчук С. О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты / С. О. Савчук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ruslang.ru/doc/savchuk/savchuk2001\\_zhanry.pdf](http://ruslang.ru/doc/savchuk/savchuk2001_zhanry.pdf) (дата обращения 01.05.2019) . – Загл. с экрана.

46 Стрельцов Б. В. Основы публицистики. Жанры / Б. В. Стрельцов. – Минск, 1990. – 239 с.

47 Сыченков В. В. Интервью-портрет в системе современных публицистических жанров / В. В. Сыченков. – М. : Изд. Моск. ун-та, 2000. – 221 с.



48 Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2006 – 312 с.

49 Цвик В. Л. Телевизионная журналистика / В. Л. Цвик, Г. В. Кузнецов, А. Я. Юровский. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2015. – 495 с.

50 Шостак М. И. Интервью. Метод и жанр / М. И. Шостак. – М. : Рус.ред., 2001. – 194 с.

51 Шостак М. И. Журналист и его произведение: практ. пособие. – М. : ТОО «Гендальф», 1998. – 96 с.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**(справочное)**  
**Фотография Леонида Плешакова**



Рисунок А. 1 – Фотография Леонида Плешакова в период его сотрудничества с изданием «Огонек»

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**  
**(справочное)**  
**Фотография Ларри Кинга**

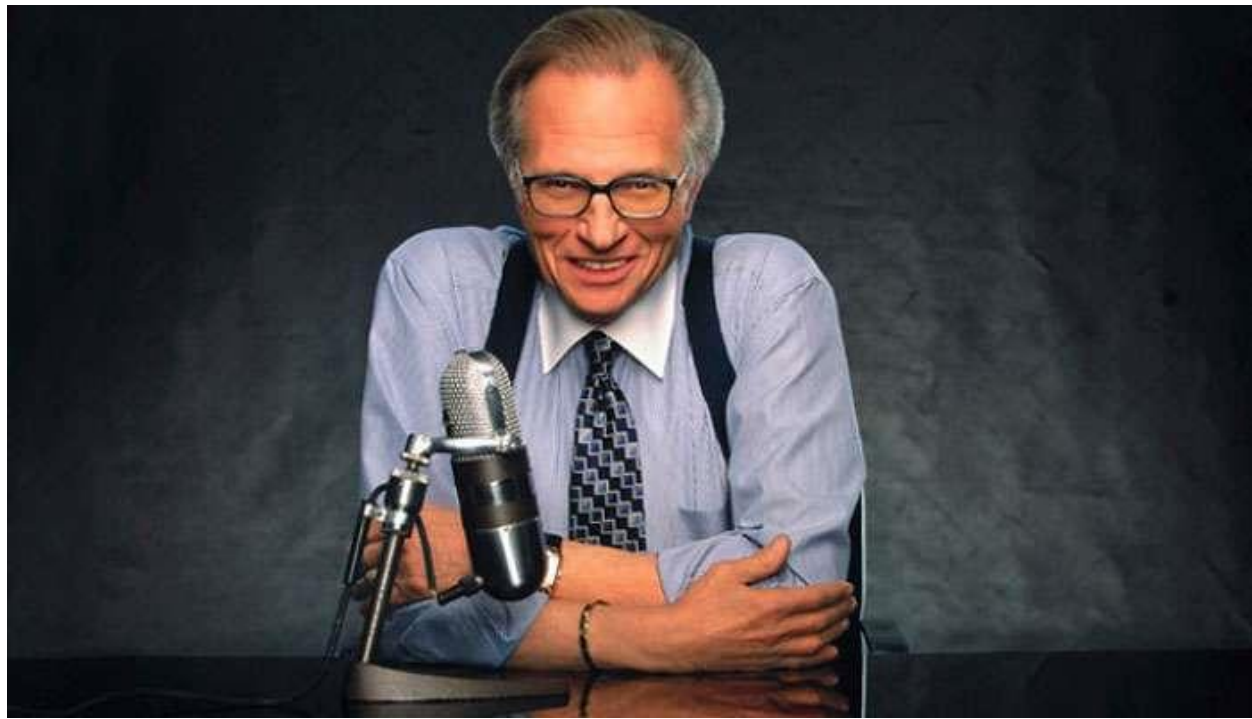


Рисунок Б. 1 – Фотография Ларри Кинга в студии телеканала CNN

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ

о бакалаврской работе

студентки Савиновой Яны Сергеевны,

обучающейся по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика (профиль «Журналистика»),

на тему «Интерактивные векторы журналистской деятельности в контексте творческих лабораторий Л. Кинга и Л. Плешакова»

Актуальность исследования Я. С. Савиновой определяется тем, что жанр интервью фигурирует на страницах современных периодических печатных изданий, телевизионных и радио-программ все чаще. Поэтому журналистам необходимо знать историю его развития в нашей стране и иметь представление о том, как же оно должно выглядеть в идеале, находясь на пике профессионального мастерства. Автор обращает внимание на то, что помочь интервьюеру разобраться во всех тонкостях интерактивных жанров призваны критерии, которых придерживались признанные «короли» интервьюирования – Леонид Плешаков и Ларри Кинг.

В ходе исследования Я. С. Савинова определяет особенности становления и развития жанра интервью в нашей стране; выявляет, какие методы интервьюирования использовали в своей профессиональной деятельности Леонид Плешаков и Ларри Кинг; рассматривает творческий путь данных журналистов, сравнивая особенности мастерства проведения бесед; дифференцирует главные критерии успешного интервью.

В заключение (стр. 57) автор исследования подчеркивает: для того, чтобы «приручить» своенравный жанр интервью журналист должен ознакомиться с деятельностью профессионалов прошлого. Их опыт может внести большой вклад в развитие коммуникативных навыков интервьюера, а также помочь обрести знания, которые впоследствии пригодятся ему для гибкого построения диалога с респондентом.

Необходимо отметить системный подход к исследованию проблемы, логичное изложение, качественное, глубокое и всестороннее изучение темы.

Стиль изложения выпускной квалификационной работы носит научный характер.

Всё вышесказанное позволяет нам сформулировать своё отношение к работе следующим образом: выпускная квалификационная работа Я. С. Савиновой выполнена в соответствии с требованиями к оформлению подобного вида научных работ, может быть допущена к защите и заслуживает «отличной» отметки.

Директор филиала ФГУП ВГТРК  
ГТРК «Мордовия



Н.А. Грановская

07.06.2019 г.

**ОТЗЫВ**  
**О БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ САВИНОВОЙ Я. С.**  
**«ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЕКТОРЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ТВОРЧЕСКИХ ЛАБОРАТОРИЙ**  
**Л. КИНГА И Л. ПЛЕШАКОВА»**

Актуальность данного научного исследования не вызывает сомнения. В современной ситуации, когда в журналистском арсенале формируются и развиваются новые, доселе не существующие жанровые формы и их полифоничные модификации, как никогда актуальным и значимым становится вопрос осмысления не только динамики форм медиатекстов, но, прежде всего, их этимологической сущности.

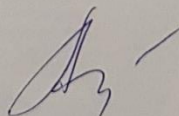
Соискатель выбрала крайне злободневный и насущный для журналистов-практиков предмет осмысления – интервью. И это не случайно, поскольку интерактивная родовая группа сегодня, является, пожалуй, наиболее используемой и уместной не только в графических СМИ, но и во всех средствах массовой информации.

Необычен и интересен научный подход, использованный Савиновой Яной в исследовании: осмысление жанрообразовательных, функционально-типологических свойств жанра интервью на примере двух колоссов-практиков – советского интервьюера Л. Плешакова и американского телеведущего Л. Кинга. Подобный исследовательский контекст позволил автору четко аргументировать свои суждения, делать аналитические выводы и обобщения.

Работа самостоятельна, научна, структурно-содержательное построение логично и тщательно продуманно. Система «Антиплагиат» показала необходимый уровень оригинальности текста.

Подобные заключительные тезисы позволяют считать, что работа, без сомнения, заслуживает оценки «отлично».

Научный руководитель работы  
профессор, д.ф.н.



В. И. Антонова