



**Автономная некоммерческая организация высшего
образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра журналистики

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Направление подготовки: 42.03.02
Журналистика**

**ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ НАД
ИНТЕРВЬЮ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-
ПРОГРАММЫ
«А ПОГОВОРИТЬ?»)**

Андреевна

Исполнитель:

Студент 5 курса
заочной формы обучения
Епифанова Екатерина

Научный руководитель:

кандидат филологических наук
Городничева Марина Андреевна

Заведующий кафедрой:

Распопова

С.С./ _____ /

Москва – 2020



**Автономная некоммерческая организация высшего
образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ЗАДАНИЕ
по подготовке
выпускной квалификационной работы**

Обучающемуся Епифановой Екатерине Андреевне
(ФИО полностью)

Тема: «Особенности технологии работы над интервью (на примере интернет-программы «А поговорить?»»).

Основные разделы:

1. Технология работы над интервью: теоретические основы исследования.
2. Особенности интервью в интернет-программе «А поговорить?».

Исходные материалы:

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – 200 с.
2. Интернет-СМИ: теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010. – 348 с.
3. Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособ. / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 320 с.
4. Лукина, М.М. Технология интервью: Учеб. пособ. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 193 с.

5. Распопова, С.С. Основы журналистской деятельности: Учеб. для бакалавров. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 272 с.

Подпись научного руководителя: _____ / **к.ф.н.**
Городничева М.А. (подпись)
(ученая степень, звание, ФИО)

Задание принял к исполнению: _____ « ____ »
_____ 20__ г. (подпись) (дата)

Содержание

Введение.....	3
1. Технология работы над интервью: теоретические основы исследования.....	5
1.1. Интервью как жанр.....	5
1.2. Технология работы журналиста над интервью.....	21
2. Особенности интервью в интернет-программе «А поговорить?».....	30
2.1. Характеристика интернет-программы «А поговорить?». 30	
2.2. Приемы подготовки интервью в интернет-программе «А поговорить?».....	36
Заключение.....	44
Список использованных источников и литературы.....	46

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день информационные технологии прочно вошли в жизнь современного человека, изменяя его привычный быт. Журналистика меняется каждый день с появлением социальных сетей. Жанр интервью прошел путь своего развития, претерпев ряд изменений ввиду приспособляемости жанра к современным условиям. На примере программы Ирины Шихман «А поговорить?», которая изначально была задумана и распространялась именно как интернет-формат можно увидеть, как жанр интервью приобрел высокую популярность в течении последних трех лет.

Объектом исследования является интернет-программа «А поговорить?», **предметом исследования** – особенности технологии работы над интервью в программе «А поговорить?».

Цель данной дипломной работы – изучить особенности технологии работы над интервью в программе «А поговорить?».

Задачи работы включают в себя:

1. Рассмотреть интервью как жанр;
2. Описать технологию работы журналиста над интервью;
3. Дать характеристику интернет-программе «А поговорить?»;
4. Охарактеризовать приемы подготовки интервью в интернет-программе «А поговорить?»

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды по общей теории коммуникации, теории интервью и практике журналистики (работы М.М Лукиной, С.Н., Ильиченко, В.Л. Цвика, А.В. Колесниченко, Е. Долгиной и др.).

Методы исследования – теоретические: критический анализ, сравнение и сопоставление; эмпирические: сплошная выборка, анализ содержания и контекста.

Структура работы. Работа состоит из введения, содержательной части, разделенной на параграфы, заключения и списка использованных источников и литературы.

1. Технология работы над интервью: теоретические основы исследования

1.1. Интервью как жанр

Специфика интервью как жанра заключается в том, что в его тексте внешне главенствует точка зрения не автора, а собеседника журналиста. В интервью ход самой беседы искусно направляется журналистом, демонстрируется точка зрения собеседника по обсуждаемому вопросу, которая подразумевает, предполагает, выявляет и позицию корреспондента. Искусство интервью заключается в том, что аудитория всегда получает возможность соотнести взгляд журналиста со взглядом его собеседника.

Вопрос о видах интервью продолжает оставаться дискуссионным. Разные авторы выделяют разные основания для классификации и предлагают различные подходы. Виды интервью влияют на разработку стратегических планов, обуславливают характер предварительной подготовки, определяют особенности поведения журналиста и собеседника, а также конкретную технологию проведения беседы.

Так, например, А.А. Тертычный выделяет интервью как информационный жанр и как аналитический. Он отмечает, что «интервью получится информационным, если и в ответах его собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда? Если же интервьюер или его собеседник начнут «разворачивать» ответы на вопросы: почему? каким образом?

что это значит? и пр., то в результате может появиться аналитический материал»¹.

В системе жанров А.А. Тертычный выделяет следующие виды интервью²:

- информационное интервью;
- аналитическое интервью;
- блиц-опрос;
- вопрос-ответ;
- аналитический опрос;
- беседа.

М.М. Лукина предлагает другую классификацию, опирающуюся на целевую установку³:

- информационное интервью - сбор материала для новостей. Костяком типичного информационного интервью являются ключевые для журналиста вопросы: кто? что? где? когда? почему? зачем?;
- оперативное интервью - разновидность информационного, только в более сжатом виде;
- блиц-опрос;
- интервью-расследование - цель: глубинное изучение какой-либо проблемы;
- интервью-портрет или персональное интервью.
- креативное интервью - здесь журналист не просто посредник в передаче информации аудитории, он выступает равноправным участником творческого процесса. В данном

¹Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

²Там же

³ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

случае собеседники выступают в роли партнеров по созданию творческого информационного продукта.

Другой исследователь, М.И. Шостак, в качестве основания для классификации выделяет предмет разговора. Положив в основу классификации данный признак он обозначает следующие виды интервью⁴:

- информативные интервью, где предметом беседы являются новые факты;
- экспертные интервью, где предметом беседы является мнение авторитетного человека о событии, области и другом;
- проблемные интервью, где предметом беседы являются мнения и сопоставление источников мнений;
- интервью-знакомства, где предметом беседы является личность собеседника. Их делятся на портретные, разоблачающие с антигероем и звездные интервью.

Однако отметим, что на наш взгляд, в приведенных классификациях при определении видов зачастую смешиваются понятия интервью-метод и интервью-жанр. Рассмотренные системы не отражают всего спектра существующих интервью, как метода.

Отметим классификацию исследователя М.Н. Ким⁵. Он предлагает классифицировать интервью по следующим параметрам:

- по предмету отображения;
- по целевой установке;

⁴Шостак М.И. Журналист и его произведение [Электронный ресурс]: https://www.studmed.ru/view/shostak-mi-zhurnalist-i-ego-proizvedenie_20bd31a2855.html (дата обращения: 30.05.2020)

⁵ Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с. – С. 60

- по методу отображения;

Рассматривая интервью по целевой установке, можно выделить следующие виды:

- информационное интервью;
- аналитическое интервью;
- интервью-портрет;
- креативное интервью;

Классификация А. А. Грабельникова⁶ отличается от классификаций вышеупомянутых исследователей. По ней интервью имеет следующие виды:

- интервью-диалог – самый распространённый вид, представляет собой беседу в форме вопросов и ответов;
- интервью-монолог – это ответ-сообщение интервьюируемого на вопрос корреспондента
- интервью-сообщение – ответы пересказываются журналистом или излагаются в сокращённом виде;
- интервью-зарисовка даёт журналисту возможность не только задавать вопросы, но и высказывать своё мнение, комментировать факты, о которых идёт речь;
- интервью-мнение – это развёрнутый комментарий компетентного лица к событию, факту, проблеме;
- коллективное интервью даёт представление о мнении нескольких людей по тем или иным вопросам;
- анкета – массовый вид интервью, своеобразная заочная беседа.

Данные классификации позволяют выделить разновидности интервью, определить их и установить

⁶ Там же. – С. 67

назначение того или иного вида. Несмотря на то, что многие исследователи сходятся в своих классификациях, можно выделить основные и главные виды интервью. Однако, стоит рассмотреть форматы воспроизведения интервью, для того чтобы определить, зачем нужны те или иные виды и в каком формате они успешнее реализуются.

Исследователь С.Н. Ильченко отмечает, что «интервью может проводиться двумя и более журналистами. Такие случаи встречаются в электронных СМИ, но довольно редки. Примером может служить интервью, которое давала премьер-министр Великобритании Маргарет Тэтчер советскому телевидению»⁷. В таком случае, интервью может проводиться по типу пресс-конференции или бриффинга. Это удобно, необходимо осветить важную информацию большому количеству людей. Так же, в начале 2000-х годов стало популярным ведение интервью двумя журналистами в формате ток-шоу⁸. Такой принцип двойного ведения используется в программе «Мужское/женское» с ведущими Александром Гордоном и Юлией Барановской.

Перейдем к видам интервью в форматах аудиовизуального вещания. В данных форматах интервью имеет ряд своих специфических особенностей, на которые ссылаются исследователи этих областей.

Кратко остановимся на печатном интервью. Многие исследователи⁹ выделяют свои классификации, основываясь именно на данном формате. В современной жизни, печатное

⁷ Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – С. 138

⁸ Там же.

⁹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>(дата обращения: 30.05.2020)

интервью считается более солидным, так как печатная информация имеет более продолжительный срок жизни в информационном мире. Печатные публикации проходят тщательную проверку и согласование перед выпуском в свет с участниками интервью. Гораздо чаще эксклюзивные интервью давались именно печатным серьезным изданиям. Так же, исключительное особенностью печатного интервью является то, что интервьюируемый сам может контролировать свой «облик» для читателей – выбрать правильный фотоснимок, обороты речи. Сегодня имеется множество журналов, таких, как «Теленеделя» или «Караван историй», в которых на базе интервью создают целые образы публичных личностей в хорошем свете, с профессиональными снимками их за работой или в домашнем кругу. Это хороший ход как пиар.

Радио-интервью с точки зрения организационно-технологических особенностей можно разделить на два варианта. Первый вариант такой же, как для печатных СМИ, с использованием записывающего устройства. В подобном окончательно смонтированный вариант интервью для эфира не требует согласования, так как канал фиксирования речи интервьюируемого аутентичен каналу воспроизведения речи (или ее фрагментов) в эфире. Объем интервью, помимо прочих, определяется форматными требованиями, которые реализуются в вещательной политике той или иной радиостанции. Большинство из них осуществляет свою деятельность в FM-диапазоне, и поэтому понятие ритма контента для них крайне важно. Зачастую, динамичный формат не позволяет перерасти интервью в длительную

беседу. Вторым вариантом организации интервью – это ситуация, когда гость либо заранее записывает интервью непосредственно в студии, либо выступает в прямом эфире. В первой ситуации есть определенное время на запись, возможность скорректировать огрехи в записи. Во второй такой возможности нет. Объединяя оба варианта, можно выделить особенность радио-интервью: слушатели получают информацию непосредственно от носителя, с его голосом и манерой речи, что подчеркивает авторитетность источника. Важный аспект радио-интервью в том, все ошибки и оговорки в том числе сплывают. Исследователи радиожурналистики отмечают критерии радио-интервью: «Наиболее распространенный объем интервью – от 2 до 8 минут. Оптимальное интервью содержит 5–6 вопросов. Структурно радиоинтервью состоит из трех частей: небольшого вступления, основной части и заключения»¹⁰.

Исследователи отмечают следующие виды радио-интервью¹¹:

- Проблемное интервью – с элементами анализа, оценкой ситуации.
- Интервью-портрет, которое «может звучать до 20 минут и содержать вопросы, направленные не столько на получение информации, сколько на раскрытие внутреннего мира героя»¹².
- Протокольное интервью.

¹⁰ Шерель А.А., Барабаш Н.С., Болотова Л.Д., Гаспарян В.В. и др. Радиожурналистика: [Электронный ресурс]: <http://evartist.narod.ru/text5/44.htm> (дата обращения: 30.05. 2020)

¹¹ Там же

¹² Там же.

- Интервью-анкета. «Вопросы в интервью-анкете должен быть актуальным и интересным для широкого круга слушателей»¹³.

- Пресс-конференция. Проводится с участием представителей различных средств информации. Для радиожурналиста трудность заключается в записи ее на радио. Технические возможности фиксации вопросов в зале и ответов тех, кто проводит встречу, здесь намного сложнее.

Один из приемов, используемый для придания формату радио-интервью дополнительной динамики – телефонные звонки во время прямого эфира. Они придают психологическую насыщенность, повышают воспринимаемость звучащей речи, так как слушатели могут услышать речь других людей, что интонационно расширяет палитру аудиальной выразительности проводимой беседы с гостем.

Интервью активно используется в практике современного телевидения. Примером передач отечественного вещания являются «Пусть говорят», «Женский взгляд с Оксаной Пушкиной» (больше не выпускается), «Человек и закон», «Профессия Репортер» и другие. Как пример можно привести популярные передачи в США: «TheTonightShow с Джимми Фэллоном», «JimmyKimmelLive!» и «TheLateLateShow с Джеймсом Корденом». Интервью используется как дополнение к передачам, которые являются совокупностью других жанров.

Телевизионное интервью также имеет свои специфические особенности. К примеру, исследователь В.Л

¹³ Там же.

Цвик выделяет интервью как «жанр публицистики, представляющий из себя разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам. Специфика радиointerview заключается в том, что корреспондент записывает материал на пленку или передает его сразу в эфир. Это живой, звучащий разговор»¹⁴.

Исследователь телевизионного интервью С. Н. Ильченко предлагает свое понимание: «Интервью – это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес»¹⁵. Телевизионное интервью отличается своей специфичной чертой – зрелищностью картинки, живыми эмоциями.

В рамках телеэфира, как отмечает С. Н. Ильченко, интервью может быть организовано по двум моделям: «Первая – съемочная бригада выезжает за пределы студии и берет интервью либо на месте работы или деятельности собеседника, либо в заранее выбранном и оговоренном месте. Место становится либо предметом разговора, помогая раскрыть личность собеседника, либо подчеркивая его статус. Вторая модель телеинтервью реализуется на стационарной базе телестудии, так снимаются цикловые программы в формате беседы»¹⁶. Существует два варианта

¹⁴Шерель А.А., Барабаш Н.С., Болотова Л.Д., Гаспарян В.В. и др. Радиожурналистика: [Электронный ресурс]: <http://evartist.narod.ru/text5/44.htm> (дата обращения: 30.05. 2020)

¹⁵Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с.

¹⁶ Там же.

такой модели телеинтервью: запись заранее и монтаж или прямой эфир.

Исследователь С. Н. Ильченко¹⁷ выделяет несколько видов телевизионного интервью:

- протокольное интервью;
- интервью-портрет;
- информационное интервью;
- интервью-анкета.

Следует подробнее рассмотреть вид портретного интервью, поскольку эту тему более подробно мы будем рассматривать во второй главе. Цель портретного интервью современные журналисты формулируют следующей: раскрытие личности интервьюируемого и создание эскиза портрета героя у аудитории.

Портретному интервью свойственен персонифицированный характер общения, т.е. разговор от имени собственного «я».

Исследователь Т.В. Шумилова выделяет следующие коммуникативные методы интервью по степени их формализации¹⁸:

- Строго стандартизированное интервью.
- Полустандартизированное (фокусированное) интервью.
- Нестандартизированное (свободное) интервью.

Можно отметить, что важная черта портретного интервью – это неформальное и нейтральное общение. Для портретного интервью характерная цель – обсуждение

¹⁷ Там же.

¹⁸ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

значимых событий жизни и деятельности этого человека, открытие читателям или зрителям его внутреннего мира, ценностей, личностных качеств. Исследователь Ким¹⁹ выделяет основные виды портретного интервью:

- Событийное — опирается на какой-то факт из жизни гостя; целью является информирование общественности о действиях человека;
- биографическое — направлено на создание целостного образа интервьюируемого через раскрытие значимых эпизодов биографии, оказавших влияние на его судьбу;
- юбилейное — приурочено к празднованию юбилея известного человека;
- политическое — основано на признаниях известных политиков по поводу их политических позиций.

Также важно отметить, что характер коммуникативных позиций участников влияет на процесс интервью. Исследователь Е. И. Голанова²⁰, выделила три типа интервью:

- с равноправием партнеров по диалогу;
- с доминированием интервьюера, являющегося представителем «новой журналистики»;
- сохранением этики общения и коммуникативной дистанции.

Основным преимуществом телевизионного интервью является то, что технологическую сложность процесса интервью обеспечивают профессионалы – операторы,

¹⁹ Васильченко К. Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-portretnogo-intervyu-vozmozhnosti-differentsialnogo-podhoda> (дата обращения: 30.05. 2020)

²⁰ Там же.

редакторы, звукорежиссеры и другие. Поскольку из-за аудиовизуальной природы телевизионного общения источником информации становится не только речь, как в случае радиоинтервью, жесты, поведение собеседников, их окружение (интерьер комнаты, ландшафт, окружающие люди и т. д.) должны быть запечатлены как часть основного – самого интервью. Правила формулирования вопросов, принятые в конкретно-социологических исследованиях, можно рассматривать как общую методико-техническую основу для журналиста-интервьюера, чего мы касались во втором параграфе. В связи с этим, нам необходимо выделить отметить работы над сценарием. Здесь актуальна поэтапная система М.Е. Голдовской²¹:

1. Литературная заявка на сценарий, в которой отражена идея, круг проблем и обозначены герои, через судьбу которых будет выражена идея.

2. Работа над режиссерским сценарием, включающая в себя разработку съемочного плана, знакомство с героями и архивным материалом

3. Съемочный период, в ходе которого придуманное на первых двух этапах должно быть зафиксировано камерой

4. Монтаж, предполагает окончательную реализацию замысла (на этом этапе чаще всего может родиться новый сценарий).

Интервью в сети Интернет – совокупность печатного, радиоинтервью и телеинтервью. На сегодняшний день, у каждого серьезного издания, радиостанции или телеканала

²¹ Фёдорова Ю. С. Техники и приемы раскрытия личностных качеств героя при создании интервью-портрета [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehniki-i-priemy-raskrytiya-lichnostnyh-kachestv-geroya-pri-sozdanii-intervyu-portreta/viewer> (дата обращения: 30.05. 2020)

есть свой сайт, где выкладывается свежая информация, касаемо тех или иных событий и освещенная в эфире. Васильченко К.Е. отмечает, что сетевые медиа «используют интервью и в качестве метода, и в качестве жанра, вбирая в себя традиционные черты жанра интервью, при этом обогащая интервью возможностями интернет-пространства, таким образом создавая новые характерные черты»²². В отличие от телевиденья или радио, где интервью дополняют передачи, в сети Интернет для жанра интервью могут создавать отдельные сайты и форматы. Но одной из особенностей этого способа транслирования интервью стало использование этого жанра в современных средствах коммуникации или веб-сервисах: социальных сетях, видеохостингах по типу YouTube, мобильных приложениях. На платформе YouTube создаются каналы, посвященные только жанру интервью в целом. Примером таких каналов являются «А поговорить?», «вДудь» и другие. Важным аспектом YouTube-каналов является актуальность тем, визуальное оформление и привлекательный заголовок, заманивающий зрителя. Достоинствами данных каналов является свободная тематика, внимание к внутреннему миру собеседника, отсутствие запретных тем и многие другие. Недостатками же является отсутствие жесткого контроля качества выпусков, присутствие рекламы в самом выпуске, нелинейность.

Костяком типичного информационного интервью являются ключевые для журналиста вопросы: Кто? Что?

²² Васильченко К. Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-portretnogo-intervyu-vozmozhnosti-differentsialnogo-podhoda> (дата обращения: 30.05. 2020)

Где? Когда? Почему? Зачем?

Оперативное интервью – разновидность информационного, только в еще более сжатом варианте. Есть еще один вид интервью, который ставит перед собой цель сбора разных мнений по какому-либо конкретному, как правило, узкому вопросу. Популярную форму таких целевых интервью представляет блиц-опрос, или опрос на улице. На английский манер его называют street talk, часто используют также и латинский вариант – vox pop. Характерная особенность таких интервью – постановка одинаковых, фиксированных вопросов как можно большему числу респондентов, представителям одной или, наоборот, разных социальных групп.

Журналисты этот вид интервью нередко ошибочно именуют социологическим опросом, потому что в нем присутствует элемент метода конкретных социологических исследований – фиксированный, четкий вопрос для большого числа респондентов. Однако в нем отсутствует главное требование к социологическим изысканиям – репрезентативность, т.е. представленность различных социальных групп, и, следовательно, по результатам таких опросов нельзя делать серьезных, претендующих на научную точность выводов.

Интервью-расследование проводится с целью глубинного изучения какого-либо события или проблемы. ... Предмет расследования может быть сложен и противоречив. Поэтому и говорят о комбинаторике методов. Может быть несколько персонажей – и к каждому найти подход.

Интервью-портрет, или персональное интервью, напротив, сфокусировано на одном герое, однако

предварительно для подготовки желательно провести не одну встречу с людьми заинтересованными, близкими, или наоборот, со сторонними наблюдателями.

Креативное интервью чаще называют беседой, диалогом. Результатом же творческого партнерства является информационный продукт в близком к художественным жанрам, который в зависимости от канала передачи может воплотиться в художественном очерке, эссе, документально-публицистическом фильме, диалоге в эфире и т.п.»²³.

1) Обратимся к другому источнику, который выделяет виды интервью по качеству образования цели интервью²⁴: Информационное интервью. Главная цель такого интервью получить оперативные сведения о том или ином событии, происшествии, явлении. Подобное интервью обычно проводится в быстром темпе, поскольку фактор времени важен для своевременного выхода информационного сообщения.

2) Аналитическое интервью. В ходе такого интервью журналист может преследовать цель выявить причинно-следственные отношения, определить значимость явления, дать прогноз его развития и т.д.

3) Портретное интервью. Цель подобного интервью – получить информацию, необходимую для создания портрета человека... Портретное интервью может быть исключительно кратким, только обозначающим какие-то черты личности героя. В этом случае на его основе, может быть создана публикация, относящаяся к жанру блиц-портрета. Если же в

²³ Там же.

²⁴ Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

ходе интервью получены развернутые характеристики героя, дан анализ его поступков, ценностей, на его основе может быть создана публикация, относящаяся к жанру зарисовки или очерка.

4) Интервью в ходе общения «лицом к лицу». Такого рода интервью является самым распространенным при подготовке каких-то серьезных материалов. В ходе подобного интервью журналист может «маневрировать» таким образом, чтобы получить максимально полный и интересный материал. Так, он имеет возможность корректировать вопросы в зависимости от реакции собеседника, которую можно заметить только визуально.

5) Интервью по телефону. Выручает журналиста, когда самое главное для него – оперативность или когда источник находится, например, в другой стране и важно получить от него ответы хотя бы на два-три вопроса, чтобы в принципе прояснить какую-то ситуацию... Но надо знать, что телефона связь иногда бывает неустойчивой и интервью может прерваться в самый неподходящий момент.

6) Интервью по Интернету. Подобное интервью может быть осуществлено с помощью электронной почты, или в чате, на форуме. В данном случае нет визуального контакта с собеседником (об изменениях в «программе» говорили выше). В отличие от телефонного, данный вид интервью часто позволяет добыть более полную информацию (особенно если требуется анализ какой-то проблемы, расследование какого-то вопроса). Это возможно в силу того, чтобы собеседник у компьютера может спокойно подумать над

ответом, обратиться к каким-то документам и пр., а затем уже отвечать.

Воспользуемся другой книгой А.А. Тертычного, чтобы шире раскрыть понятия. Понятие «информационное интервью» в полной мере интервью, если и в вопросах, и в ответах собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда? Если же интервьюер или его собеседник начнут «разворачивать» ответы на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и пр., то в результате может получиться аналитический материал²⁵.

Разберем интервью на типы текстов. Работа с источником различается по характеру получаемой информации, поэтому есть интервью-портреты, проблемные, экспертные, разоблачительные и др. Разнообразие собеседников располагает нас к разнообразным текстам интервью. «Если собеседник только «источник» - высказавшийся человек, интерес к нему как к личности ослаблен, создается так называемое информативное интервью. Наиболее функциональный его вариант - опрос очевидцев и участников. Главный интерес: как это было? Чаще всего подается в виде интервью-репортажа, с фрагментами «картинки». В центре внимания вопросы, раскрывающие впечатления очевидца, уточняющие какие-то внезапные происшествия, воспоминания о поступках. Для сообщения важны обстоятельства беседы, наблюдение за поведением и реакциями собеседника и так называемая «личностная детализация» происходящего»²⁶. Экспертное

²⁵ Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

²⁶ Шостак М.И. Новости прессы. Заметки, репортажи, интервью. - М.: МедиаМир, 2013. - С. 168.

интервью отличается и называется таким образом, потому что главное в его источнике – сам собеседник. Точность высказывания особо важна. Источник имеет полномочия и права, чтобы выступать источником мнений. И журналист, смотря что от него требует выбранный сценарий материала, обращается к мнению не последних по статусу людей. Обстоятельства, в которых брались интервью, например, экспертных интервью для расследований, тоже необходимо учитывать. Конфликтные ситуации, «уворачивание от ответов», различные сопротивления источника сыграют важную роль в написании материала, создадут характер и драматичность.

«Проблемные интервью стараются увлечь читателя сорассуждением, ввести его в мир «логических удовольствий», доставляемых умелой аргументацией, изяществом доказательных ходов. Проблемное интервью не всегда выглядит как «диалог единомышленников», обсуждение проблемы может отражать азартное противостояние, недостаток взаимопонимания, преодоление недоразумений»²⁷.

Исходя из этого же источника, рассмотрим определение портрета собеседника. Как говорит М.И. Шостак, в центре такого интервью – персона, неординарная личность. (что соответствует определениям вышеупомянутых авторов). Выигрышно смотрятся реплики, интонационные ударения, межличностное отношение. В разоблачающем интервью изображается портрет «антигероя», важны вопросы, которые разрежут проблемный ящик и наглядно продемонстрируют

²⁷ Там же. – С. 170.

двойное дно. Мастерство и интересность интервью будет зависеть от самого журналиста, если применять такой вариант как метод для получения информации для другого жанра, в котором напишется материал, вставки будут ярко сиять на информационной матрице газетного листа. Не следует забывать и о различных масках интервьюера.

Звездное интервью – самое игровое. «Его определяют обычно как «словесное фехтование», или «сценка». Оно служит поддержкой имиджа, однако не исключает демонстрации подлинного лица, выглядывающего из-под маски. Тут необходимо уделять внимание «значимым мелочам», любопытным деталям биографии... То, что собеседник «привирает», надо попытаться сделать понятным читателю, не впадая в пафос разоблачения»²⁸.

Может произойти проблема в выборе источника и его компетентности. «Наиболее распространенный способ получения нужной информации – это интервью с источником. Дело в том, что даже занятые в той или иной сфере лица могут не знать или знать недостаточно ту информацию, которая нужна журналисту. Затем выяснить, можно ли указывать источник информации в СМИ. Существуют разногласия и по такому вопросу, как плата услуг источника. Собрав необходимую информацию, журналист приступает к более четкому определению конкретного предмета изучения, а затем нападение на изучение предмета, плана деятельности, поскольку необходимо проверить правильность предварительно выработанных гипотез, уточнить и обсудить с компетентными людьми возможные

²⁸ Там же. – С. 172.

варианты проблем. Индивидуальный стиль и творческий метод работы спортивного журналиста воплощают в тексте. В период времени, когда журналист проходит путь от замысла произведения к его воплощению, важнейшее значение имеет выбор жанра. Жанр – это тип художественной формы литературного произведения, характеризующийся общностью структурно-композиционных и стилистических признаков, специфичных именно для него. Каждый жанр делится на виды, а те, в свою очередь, на подвиды. На практике жанры в «чистом виде» встречаются редко; они постоянно изменяются, «переливаются» друг в друга.

Интервью требует особого таланта, литературной обработки, особенного преподнесения, владения стилем, и одного из самых главных элементов – профессионального общения. Межличностное общение, контакт, возникающий при работе с источником информации, стимулирует плодотворность процесса интервьюирования.

Таким образом, существует множество видов и способов классификации интервью по разным основаниям: по предмету отображения, по целевой установке, по методу отображения. Исходя из этой классификации, интервью делятся на виды – информационное интервью, аналитическое интервью, интервью-портрет, креативное интервью. Виды интервью разделяют поле его освещения: в печатном формате, радио или телевиденье и Интернете. Исходя из технических особенностей и возможностей форматов, какие-

то виды интервью могут быть неэффективно использоваться, поэтому это тоже важно учитывать.

1.2. Технология работы журналиста над интервью

Исследователи²⁹ отмечают, что интервью – это длительный процесс, который складывается из нескольких этапов. Чаще всего авторы³⁰ выделяют три этапа в подготовке и проведении интервью: подготовительный, основной и заключительный. Рассмотрим их подробнее.

Так, подготовительный этап включает в себя ряд значимых моментов, по которым журналист может заранее составить план проведения интервью. Прежде всего, необходимо определиться с целями интервью.

Для первого пункта М.М. Лукина предлагает ряд вопросов: «Зачем вы хотите взять интервью? Каких результатов хотите достичь? Почему для решения этих задач вы выбрали именно этого собеседника? Интересен ли он лично вам? Есть ли к нему интерес у широкой публики?»³¹.

Данные вопросы помогают структурировать процесс, дабы исключить неудобное положение как журналиста, так и интервьюируемого. Ведь интервью – процесс сложный, и худшее, что можно с ним сделать, это превратить в пустую болтовню.

²⁹ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.html> (дата обращения: 30.05.2020); Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. — 236 с.

³⁰ Там же.

³¹ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

При подготовительном этапе необходимо провести предварительное исследование. В данный пункт входит поиск информации об интервьюируемом, составление плана. Стоит отметить, что некоторые журналисты обходятся без предварительного исследования, но не стоит исключать важность этого пункта. Исследователь Колесниченко А.В. предлагает на данном этапе «обратить внимание на истории из своей жизни, рассказанные этим человеком. В интервью можно будет либо просить их продолжения и новых подробности, либо, наоборот, сразу переводить разговор на другую тему, если собеседник сам начнет их, так как читатели, скорее всего, об этих историях уже знают. Главное – чтобы ваше интервью не повторяло уже опубликованные»³². Так же, он советует обратить внимание на высказывания собеседника по каким-либо ключевым темам, поскольку «если эти высказывания чересчур радикальные, спорные, можно будет спросить, почему собеседник так думает. Если в ходе интервью он вдруг скажет что-то противоположное, спросим, почему он изменил свое мнение. Пусть оправдывается. Конфликт беседу всегда оживляет»³³.

Предварительное исследование проводится с дополнительными ресурсами поиска информации. Их разделяют на две группы: документальные и устные. Документальные источники представляют собой разного рода письменные, научные работы, архивы, базы данных, ресурсы Интернета и другие. Устные включают в себя

³² Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)

³³ Там же.

человеческие свидетельства – очевидцы событий, эксперты, окружение интервьюируемого или иные.

3) Назначение самого интервью

Назначить встречу можно с помощью любых средств связи или при личной встрече. Исследователь Лукина М.М. предлагает избегать слова «интервью» при назначении встречи, имея ряд причин не доверять сомнительному изданию, к примеру, репутации журналиста или другие.

Следующий этап – основной этап, собственно проведение интервью.

Как уже говорилось выше, существуют три стратегических принципа последовательности задаваемых вопросов хронологический, логический, импровизационный.³⁴

Поскольку интервью – это вопросы и ответы, значительная часть успеха зависит от самих вопросов. Типы вопросов бывают разными. Исследователь А. В. Колесниченко³⁵ предлагает типологию вопросов – открытые и закрытые. Открытые вопросы позволяют собеседнику дать полный ответ. Закрытые подразумевают ответы «да» или «нет». Он отмечает также, что «открытые и закрытые вопросы также могут быть прямыми и непрямыми. Непрямые открытые вопросы – это вопросы вида «Расскажите, пожалуйста, о...». Непрямые закрытые вопросы – это вопросы с утверждением, которое журналист приписывает третьим лицам, например: «Ваши недоброжелатели говорят, что вы – алкоголик. Это правда?»³⁶.

³⁴ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

³⁵ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)

³⁶ Там же.

А.В. Колесниченко разделяет вопросы в зависимости от функции, которую они выполняют в интервью, на предметные, управляющие и поведенческие. Рассмотрим их подробнее. Предметные вопросы помогают получить конкретную информацию и делятся на следующие³⁷:

- фактицирующие – вопросы о реальных событиях (Что вы обсуждали на последней встрече с премьер-министром?);
- оценивающие – вопросы об отношении собеседника к кому-то или чему-то
- интроспекционные – вопросы о чувствах собеседника
- проективные – вопросы о возможном поведении собеседника в воображаемых ситуациях
- гипотетические – вопросы о возможных событиях и условиях их развития

Управляющие вопросы помогают контролировать диалог с собеседником и разделяются на:

- открывающие – с такого вопроса журналист обычно начинает интервью (такие вопросы состоят их двух частей: «первая часть – утверждение, в котором журналист называет тему интервью; вторая часть – закрытый вопрос»);
- переходные – в этих вопросах есть часть высказывания интервьюируемого и новый вопрос; они создают впечатление непрерывности разговора;
- фильтрующие – содержат часть ответа собеседника и просьбу об уточнении, помогают прояснить сказанное и

³⁷ Там же.

удержать нить разговора, когда интервьюируемый отклоняется от темы;

- утверждающие – восклицание и просьба рассказывать дальше;
- когнитивные – такие вопросы предлагают обдумать и оценить только что прозвучавший ответ³⁸.

Функция поведенческих вопросов – манипулирование собеседником, провоцирование определенных действий с его стороны.

- суггестивные – такой вопрос ставит один ответ предпочтительнее остальных;
- вопросы-ловушки – такой вопрос, любой ответ на который будет не в пользу интервьюируемого;
- намекающие – настоящая цель такого вопроса сначала скрывается;
- усилительные – вопросы такого вида повторяют высказывания интервьюируемого в более жесткой, категоричной форме; цель же такого вопроса – заставить интервьюируемого опровергать только что сказанное и таким образом представить его как человека, не имеющего твердого мнения;
- провоцирующие – такой вопрос – самый эффективный способ вывести интервьюируемого из себя³⁹.

Исследователь М. М. Лукина⁴⁰ предлагает другую классификацию вопросов. Несмотря на то, что некоторые виды по сути повторяют изложенную выше классификацию,

³⁸ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)

³⁹ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)

⁴⁰ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

она все же имеет отличия. М. М. Лукина выделяет следующие разновидности:

- уточняющие вопросы (их стоит задавать после неясного или двусмысленного ответа на основной);
- развивающие вопросы (они призваны сделать ответ интервьюируемого более подробным, основательным);
- контрольные вопросы (задаются при отсутствии у журналиста объективных подтверждений того, что было сказано собеседником);
- уличающие вопросы (применяются в случае противоречий в ответах);
- количественные вопросы (содержат количественные местоимения и служат для выяснения количественных характеристик интересующего объекта или события);
- гипотетические вопросы (особая вопросная форма, когда спрашивающий хочет получить ответ на вопрос, что произойдет, если совершится подразумеваемое);
- проективные вопросы (помогают глубже изучить характер собеседника, определить потенциал его внутреннего мира);
- переходные вопросы (служат для плавного изменения направления беседы);
- пассивные и мимические вопросы (вербальное или невербальное побуждение собеседника продолжить разговор)⁴¹.

⁴¹ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)

Также стоит отметить правила Джона Саватски⁴², который считает, что хорошие вопросы должны быть: «Открытыми – дающими респонденту возможность ответить по-разному, не ограничиваясь односложными ответами «да» или «нет». Открытые вопросы начинаются с вопросительных местоимений, которые оставляют собеседнику широкое пространство для ответа. Нейтральными – не включать в себя оценочные слова и выражения, эмоционально окрашенные выражения. Простыми – вопросы должны быть короткими, простыми для понимания, без использования сложных терминов»⁴³.

Также в статье отмечены «семь смертных грехов» журналиста⁴⁴:

- «1) утвердительное предложение вместо вопроса;
- 2) два вопроса в одном;
- 3) перегруженные вопросы;
- 4) оценочные слова и выражения в вопросе;
- 5) упреждающие вопросы или домыслы интервьюера в вопросе;
- 6) преувеличения (гиперболизация);
- 7) вопросы, допускающие односложные ответы (да – нет)»

Теперь рассмотрим особенности заключительный этап интервью. Здесь важно не «смазать» эффект, подвести итог. Исследователь Лукина М. М. предлагает стандартные способы завершения интервью, такие как завершение в

⁴² Цит. по «Технология интервью: правила Саватски.» Подорожная Л. В. [Электронный ресурс] URL: http://www.elitarium.ru/tekhnologija_intervju_pravila_savatski/ (дата обращения: 30.05.2020)

⁴³ Там же.

⁴⁴ Там же.

строго в условленное время, просмотреть записи, напомнить собеседнику о документах, статьях, письмах, фотографиях, которые упоминались в интервью, не ставить «последнюю точку», чтобы была возможность связаться в дальнейшем.

От принципов подачи интервью зависит тип журналисткой истории. Лукина М.М⁴⁵ определяет принципов три принципа:

- Хронологический;
- логический;
- интуитивно-импровизационный принципы.

В основе хронологического принципа лежат события. Этот принцип используется журналистом, если интервью берется у участника какой-либо истории, разворачивающейся во времени. В основе логического принципа лежат предметы общественного обсуждения. Здесь предметами обсуждения между интервьюером и интервьюируемым становятся общественные проблемы, конфликт интересов или драма человеческих взаимоотношений. В основе интуитивно-импровизационного принципа лежит личность собеседника. Данный принцип применяется в случае, если внимание журналиста будет сосредоточено на психологическом портрете собеседника, его внутреннего мира и характера.

Подводя итоги, можно выделить главные аспекты. Всего есть три этапа интервью – подготовительный, основной и завершающий. В подготовительный этап входит процесс сбора информации заранее, составление плана, назначение встречи. В основной этап входит проведение самого интервью

⁴⁵ Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)

и использованием определенных вопросов, которые многие исследователи делят на свои категории. Существуют основные категории этих вопросов: открытые и закрытые, прямые и непрямые. Исследователь Джон Саватски предлагает следующие:

- 1) открытые;
- 2) нейтральные;
- 3) короткие и несложные для понимания⁴⁶.

Таким образом, процесс интервью включает в себя три этапа, каждый из которых несет информационную нагрузку для получения качественного интервью и имеет большое значение. Исключение любого из этапов может создать непрофессиональную среду в процессе самого интервью или вероятность того, что интервью будет некачественным.

Интервью – один из самых популярных и в то же время сложных речевых жанров в профессиональной деятельности журналиста. Интервью предполагает живой диалог с человеком, который впоследствии подвергается литературной обработке.

Типы интервью могут варьироваться в зависимости от личности интервьюируемого и причины того факта, что у него берут интервью. Это может быть обыкновенный человек, оказавшийся свидетелем или участником каких-то удивительных событий, может быть знаменитость, сама по себе интересная слушателям как медиаперсона, может быть специалист, у которого берут интервью с целью

⁴⁶ Цит. по «Технология интервью: правила Саватски.» Подорожная Л. В. [Электронный ресурс] URL: http://www.elitarium.ru/tekhnologija_intervju_pravila_savatski/ (дата обращения: 30.05.2020)

сформировать взгляды слушателей на какое-либо происшествие или событие.

Интервью можно рассматривать как в аспекте текста, так и в аспекте дискурса. В аспекте текста интервью представляет собой вопросно-ответное единство, которое предназначено для восприятия как подготовленной, так и неподготовленной аудиторией. В аспекте дискурса интервью представляет собой сложный комплекс вопросов и ответов, связанный с предыдущим контекстом общения, апперцепционной базой говорящего и слушающего, используемыми лингвистическими и экстралингвистическими средствами.

2. Особенности интервью в интернет-программе «А поговорить?»»

2.1. Характеристика интернет-программы «А поговорить?»»

Проект на YouTube «А поговорить?» был создан в 2017 г. Заметим, что в начале запуска канала на платформе YouTube, Ирина Шихман была не единственной ведущей. Вместе с ней это «место интервьюера» делили такие девушки как Мария Вискунова и Елена Сажина. Однако уже во втором выпуске команду покинула Елена. Ирина и Мария еще долго вели канал вместе.

На выпуске интервью с Виталием Милоновым Ирина вышла одна в качестве ведущей. Однако это объяснялось тем, что ее соведущая Мария не смогла приехать на съемку из-за болезни. Спустя несколько эпизодов Вискунова снова исчезает с канала. В выпуске, посвященном Анне Седоковой, в который раз появляется одна Ирина Шихман. То возвращаясь в эпизоды, то исчезая из них, Мария еще долго старалась держаться за канал «А поговорить?». Однако это не могло продолжаться вечно.

Единственной ведущей программы Ирина Шихман стала в мае 2018 года, когда в интернете появился выпуск со Всеволодом Чаплиным. После этого Мария Вискунова больше не появлялась на канале в качестве соведущей.

К концу мая 2020 года на канале «А поговорить?» вышло 90 эпизодов, посвященных интервью с известными людьми. Также за это время Ирина Шихман со своей

командой выпустила 23 ролика, которые стали специальными выпусками, определенными рубриками и документальными фильмами на канале.

За все время существования канала было осуществлено 147 247 710 просмотров видеороликов. Исходя из разбора предыдущих двух каналов, можно сделать вывод, что «А поговорить?» по популярности обогнал проект Ксении Собчак, но еще конкурирует за первое место с Юрием Дудем.

На данный момент на канал Ирины Шихман подписаны свыше 1,13 миллионов интернет-пользователей.

Оценивая мастерство Ирины Шихман, участники программы отмечали ее профессионализм, редкое на сегодняшний день умение слушать, вести разговор по настроению, а не по подготовленным вопросам. Продюсер программы сравнивает ее журналистское мастерство, способность разговорить собеседника, с мягкими кошачьими лапами, в которые попадает человек, «теряет бдительность и совершенно незаметно оказывается без скорлупы»⁴⁷. Многие участники интервью с Ириной отмечали ее мягкость, доброжелательность, живость, оригинальность ведения беседы, глубину вопросов.

«Медуза», называя проект последователем программы Юрия Дудя, определила его как «аккуратные беседы о жизни в России»⁴⁸.

⁴⁷ Иди конкурируй с Дудем. Как Ирине Шихман удалось создать востребованное политическое шоу на ютьюб-канале правительства Москвы. [Электронный ресурс] / URL: <https://meduza.io/feature/2019/10/07/idi-konkuriruy-s-dudem> (дата обращения: 30.05.2020).

⁴⁸ Повторить успех Юрия Дудя в ютьюбе пытаются буквально все. Рассказываем о самых заметных попытках И раздаем «золотых Дудей». [Электронный ресурс] / URL: <https://meduza.io/slides/povtorit-uspeh-yuriya-dudya-v-yutyube-pytayutsya-bukvalno-vse-rasskazyvaem-o-samyh-zametnyh-popytkah> (дата обращения: 30.05.2020).

Сама Ирина, рассказывая о своей работе на YouTube, делала акцент на следующих аспектах: телевидение в России умерло вследствие цензуры, рамок и запретов. Когда как на YouTube можно делать практически все. Это упрощает работу журналиста. Залогом лучшего интервью для Ирины являются подготовка к интервью, отсутствие страха перед героем, отсутствие ограничений по вопросам. Примерно на 20 % интервью Ирины проходят по предварительным планам. Она готовится, много читает, смотрит, пытаюсь понять психологический портрет героя⁴⁹.

Гостями программы за два с лишним года становились известные политики, писатели, блогеры, певцы, диетологи, звезды «Евровидения», артисты.

Весной 2020-го пресса начала писать, что программа «А поговорить?» догоняет по популярности программу Юрия Дудя.

Программа «А поговорить?» строится в формате креативного интервью. Ирина Шихман общается со своими собеседниками в довольно легкой и непринужденной обстановке, старается поддерживать живую беседу без строгих вопросов и сухих ответов на них.

Программа «А поговорить?» основана на откровенном интервью – изначально анонсируется отсутствие моральной и какой бы то ни было иной цензуры в вопросах. «Ирина Шихман берет эксклюзивные интервью у самых неожиданных гостей! А поговорить?.. - авторское, профессиональное,

⁴⁹ Ирина Шихман: «Как только говоришь честно, сразу начинаются вопросы: "А вы не боитесь?"» [Электронный ресурс] / URL: <https://jrnlst.ru/shihman> (дата обращения: 30.05.2020).

глубокое интервью и документальные фильмы»⁵⁰. Ирина Шихман готовится к интервьюированию, заранее выясняя интересные и провокационные случаи из жизни интервьюируемого, выясняя, по каким вопросам он может интересно высказаться, дать любопытную оценку ситуации, сформулировать любопытные суждения.

Что интересно, иногда создается ощущение, что журналистка ведет себя скованно, будто боится гостя эфира. Особенно такое поведение ярко прослеживается в первых выпусках канала. Это объясняется тем, что в отличие, например, от Дудя, Ирина не обладает довольно высоким медийным статусом и авторитетом среди звезд.

Это создает небольшие трудности для успешного проведения интервью. Ведь Шихман приходится проводить большую работу для получения контакта с собеседником и дальнейшего общения на одном уровне. Однако с опытом журналистка добилась больших успехов в этом деле.

Поэтому вскоре Шихман без особого труда ведет беседу с гостем эфира, при этом не забывая задавать интересующие публику вопросы и раскрывая портрет собеседника. Выбор героя сюжета и раскрытие его истории жизни также помогает выйти на более глобальные проблемы современности, затронуть важные для общества темы и заострить на них внимание.

Например, беседуя с Екатериной Варнавой, журналистка пытается представить аудитории полный,

⁵⁰ А поговорить? // [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7qWGDB7DvU0&list=PLwV1zUscWc93FqR1eT97IAe2RB17G7e1k&index=3&t=0s> (дата обращения 14.06.2020)

детальный портрет телеведущей, участницы шоу «Comedy woman», освещая ее творческий путь, период взросления и становления, уделяя внимание бременю популярности, узнавая ее отношение к КВН и Маслякову, цензуре на телевидении, ситуации в России, личной жизни и проч.⁵¹, показать ее творческим, целеустремленным и постоянно развивающимся человеком.

В то же время через показ героя, его личного опыта в интервью происходит проекция на значимые общественные темы, например, отсутствие свободы слова на телевидении, неадекватное отношение общества к человеку с нетипичной внешностью и другие.

Для удобства просмотра интервью снабжено таймкодами, например:

ВНИМАНИЕ! Евгения Альбац опровергла описанную Алексеем Венедиктовым ситуацию

0:00 - Вступление

1:06 - "Вера не нуждается в доказательствах": подробности скандала с Анной Ведутой

5:26 - Было ли домогательство? Версия Анны Ведуты

17:25 - Что делать, если вы стали жертвой сексуального домогательства?

⁵¹ Варнава: о комеди вумен, каминг-ауте друга, скинхедах и комплексах // А поговорить?.. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kWguOIZfvzY> (дата обращения: 04.05.2020).

27:41 - Как отличить взаимную симпатию от харассмента?

30:22 - Сексизм в России: "женщина - красивый аксессуар рядом с мужчиной"

34:44 - Сумки и платья для Леси Рябцевой: как главный редактор "Эха Москвы" балует своих подчинённых?

40:56 - Декольте Маргариты Симоньян и при чем тут Путин?

44:48 - "По телочкам и по виски": семья и жизнь за пределами редакции

52:26 - Приемлемые комплименты для женщины

57:34 - Служебный роман: о знакомстве с женой

1:02:04 - Многожёнство, права женщин и патриархат в России

1:05:31 - Путин сексист?

1:09:26 - Движение MeToo: женская солидарность или холивар?

1:11:00 - Отношение к феминизму

1:15:05 - Как бороться с домашним насилием? Скандал вокруг Регины Тодоренко

1:21:30 - Мужская и женская измена: есть ли разница?

1:24:03 - Для кого женщины красятся - для себя или для мужчин?

1:24:33 - Что качаем, мозги или попу?

1:25:52 - Анна Ведута - о извинениях Алексея Венедиктова»⁵²

Это следует признать приметой современного формата: предполагается, что определенному зрителю может быть интересна лишь определенная часть интервью, при этом расставленные тайм-коды выполняют роль своего рода «анонсов» - как краткое содержание главы перед ее началом.

Если с древнейших времен существовала техника «вопрос-ответ», значит, существовал и метод интервью. Из приведенных определений «интервью» в словарях, реализованных в предыдущем параграфе, мы перейдем к исследованию предмета в области журналистики.

Отметим, что специфической чертой интервью Ирины Шихман являются видеовставки, иллюстрирующие определенные моменты. Так, в интервью Мэй Маск, вышедшем 17 июня 2020 года, постоянно используются различные видеоотрывки - это и фрагменты новостей, и любительские съемки. Иногда видео прерывает интервью и показывается на весь экран, иногда же используется параллельно с речью героя и закрывает 50% изображения.

В программе «А поговорить?» используется вариант начала интервью с показа героя: первоначально в качестве

⁵² Там же.

подводки показывается часть интервью объемом 1-2 минуты с ответами на наиболее провокационные вопросы или просто наиболее интересные и привлекающие внимание фрагменты. Так, в интервью с Анастасией Самбурской (14 февраля 2019) в самом начале программы показаны ответы актрисы на вопросы, не является ли она лесбиянкой, как она относится к слухам об этом.

После этого фрагмента уже идут фирменные титры, с изображением Ирины Шихман, перекрываемым буквами с логотипом программы. Можно сказать, что в данном случае используется прием, подобный «кричащему заголовку» в статье: первые минуты интервью привлекают внимание, и человек заинтересовывается, чтобы посмотреть дальше.

Ирина Шихман использовала формат интервью по интернету в условиях карантина и самоизоляции 2020 г., в частности в интервью с Мэй Маск. До реалий 2020 года интервью обычно происходит «лицом к лицу», в различных студиях, на рабочем месте интервьюируемого, либо в специально подобранном интерьере.

Интервью Ирины Шихман представляют собой вариант «интервью со звездой», по крайней мере, в большинстве случаев – ее героями являются Максим Галкин, Алексей Венедиктов, Настасья Самбурская и другие. Однако журналистка не чужда и расследовательского, проблемного интервью – в свете актуальных реалий ее героями могут являться не только известные личности, но и менее известные, менее раскрученные личности, которые, например, выступают экспертами в области коронавируса.

В массовом интервью с врачами, которое вышло 8 мая 2020 года, Ирина Шихман использует метод опроса: в этой программе нет единого героя, ее коллективный герой – врачи, которые борются с коронавирусом, знают ситуацию «изнутри» и могут рассказать о различных аспектах и нюансах существования в российских больницах.

В период самоизоляции и пандемии коронавируса Шихман выпустила интервью-расследование «Вирус молчания», в котором разоблачала ситуацию в здравоохранении, интервьюируя врачей. В этом случае ее программа при сохранении фирменных видеовставок и поясняющих подписей не имеет единого героя, а в большей степени привязана к актуальности тематики.

2.2. Приемы подготовки интервью в интернет-программе «А поговорить?»

Разговор с гостем Ирина часто начинает с вопросов, которые помогают ей заручиться доверием собеседника, вызвать положительную эмоциональную реакцию, откровенность. Так, к примеру, беседу с Е. Варнавой журналистка начинает с рассказа о собственном негативном опыте в бане, полученном по причине ее популярности и узнаваемости. Этот факт вызывает ответную откровенность гостя и задает тон и направление всему интервью⁵³. Разговор с Б. Акуниным, который проходит в кафе в Лондоне, Ирина начинает с простых вещей, которые вроде бы не

⁵³ Варнава: о камеди вумен, каминг-ауте друга, скинхедах и комплексах // А поговорить?.. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kWguOIZfvzY> (дата обращения: 30.05.2020).

связаны с темой интервью: расспрашивает о еде, любимых русских блюдах⁵⁴. А затем плавно переходит к вопросам о жизни за границей, причинах переезда и тоске по родине.

Во время общения с тем или иным человеком Ирина Шихман не забывает раскрывать его/ее с разных сторон. Ведь формирование конкретного образа героя, а также показ иных черт характера, неизвестных до этого окружающим, в основном и требует публики. В качестве примера можно привести выпуск с известным писателем Б. Акуниным, который стал экспатом. Он предстает сильным, умным человеком, самодостаточной личностью, который, не смотря на то, что его вынудили уехать из родной страны, развивается и за рубежом, работает и пишет.

Лолита Милявская показана журналисткой с одной стороны профессионалом шоу-бизнеса, который мастерски ведет себя на сцене, с другой стороны – перед нами предстает женщина закрытая, не любящая шумные компании и научившаяся принимать себя и недостатки своего тела и внешности, смирившаяся с судьбой медийной личности⁵⁵.

Особенностью интервью Ирины Шихман можно, в том числе, назвать умение задавать героям такие вопросы, которые раньше им никто не задавал, вопросы не тривиальные, а также вопросы, заставляющие раскрыться.

Вдобавок к этому успех интервью Шихман определяется тем, что журналистка не боится экспериментировать с

⁵⁴ Борис Акунин из Лондона: "Я не вернусь, мой дом теперь тут" // А поговорить?.. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nrJpDBHWzyI> (дата обращения: 30.05.2020).

⁵⁵ Лолита - опасные гастроли. Воровка-домработница, скорая за кулисами и недоразумение в личной жизни. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AtYJc2WS328&list=PLwV1zUscWc930fmMJTsypX7B4MIy8mOJR&index=9> (дата обращения: 30.05.2020).

различными форматами съемки. Ирина не просто общается с собеседником, но и стремится показать некоторые моменты жизни и деятельности героя, а также беседы о госте программы с близкими ему людьми, коллегами. Например, в сюжете о Л. Милявской присутствуют эпизоды записи с концерта певицы, диалоги с ее коллегами по сцене, моменты общения с поклонниками, кадры из больницы, куда попала певица после ухудшения состояния на гастрольном концерте, опрос зрителей, пришедших на концерт⁵⁶.

В некоторых интервью Ирина использует лирические отступления: когда между эпизодами общения с гостем программы она озвучивает какие-то важные вещи, касаемо темы интервью. Так, в сюжете о Б. Акунине есть несколько подобных отступлений, в них журналистка немного рассказывает о Лондоне, городе, в котором живет герой, а также размышляет на темы, почему самые прекрасные описания природы в русской классической литературе были сделаны писателями, находящимися за границей, влияет ли расставание с родиной на чувства человека к ней⁵⁷.

Чаще всего локации съемки меняются 3-5 раз за выпуск. Смена местоположения беседующих журналиста и героя помогает избежать скуки, показать динамику повествования, изобразить героя на работе, дома, в местах отдыха и др.

Центральной локацией может служить какое-то место, например, кафе, студия, офис, кабинет, комната, в которых герои беседуют в комфортных условиях на дистанции 1,5-2

⁵⁶ Там же.

⁵⁷ Борис Акунин из Лондона: «Я не вернусь, мой дом теперь тут» // А поговорить?.. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nrJpDBHWzyI> (дата обращения: 30.05.2020).

метра. Однако может использоваться и минимальное количество смены мест.

Например, в интервью с Б. Акуниным журналист использует 1 локацию: кафе в центре Лондона, такой же прием был применен и в беседах с Е. Варнавой, Д. Биланом и др. – это студия программы. Несколько локаций присутствуют в сюжете о В. Жириновском: центральная – домашний кабинет героя, и дополнительная – офис партии ЛДПР.

Наибольшее количество просмотров на канале набрали интервью Ирины Шихман с [Максимом Галкиным](#) (5,1 млн.), [Наргиз Закировой](#) (3,9 млн.) и [Андреем Макаревичем](#) (4,6 млн.).

В среднем один выпуск передачи «А поговорить?» занимает от 1 часа 20 минут времени до 2-х часов.

Динамика картинки, определенные видеовставки во время эпизода, которые рассказывают о жизни героя и его сфере деятельности, помогают создать не такой сухой и монотонный выпуск. Зрители за такое долгое время могут не просто послушать хорошо созданное и подготовленное интервью, но и проникнуться историей того или иного героя и даже окунуться в его/ее жизнь практически от первого лица.

В этом плане Шихман (со своей съемочной командой) проделала довольно большую работу, которая увеличила популярность канала, привлекла новую аудиторию и заинтересовала зрителей таким необычным, но увлекательным сюжетом.

Ирина Шихман использует различные виды вопросов, причем по ее ведению программы проявляется подготовленность: фактически, многие ее интервью тщательно подготовлены с точки зрения фона, бэкграунда ситуации. Например, в интервью с Настасьей Самбурской, Максимом Галкиным и другими звездами Ирина Шихман демонстрирует, что хорошо знакома с историей их жизни, подробностями биографии, что она проверяет их социальные сети, она в курсе каких-то ситуаций и своими вопросами просто «подталкивает» рассказать о наиболее интересных событиях в жизни данного человека.

Интервью Ирины Шихман имеют коллажную структуру: подчиняясь закономерностям современного клипового мышления, клипового сознания, она часто «перескакивает» с темы на тему (что отмечается и регулируется в том числе упомянутыми выше таймкодами).

Интервью в формате личной беседы один на один не ново для современной журналистики. На телевидении программы существуют давно с высоким бюджетом и достойным техническим оснащением. Однако в наш век тотальной информатизации общества и конвергентных процессов сетевые медиа становятся приоритетными, поскольку обладают неоспоримыми преимуществами: оперативно обновляются, имеют актуальную информацию, адаптированы под разные гаджеты и удобны в использовании.

Современное поколение имеет клиповое мышление, что подталкивает его обращаться к визуальному контенту,

создавая персонифицированные запросы и формируя собственные каналы получения информации.

Журналисты следуют тенденциям и переводят свою деятельность в интернет-пространство, где больше свободы, шире аудитория, быстрее обратная связь. Отвечая на запросы современного поколения, журналисты создают оригинальный и «годный» контент для потребителя. Журналистика становится более персонифицированной: аудиторию интересуют мнения и оценки, она требует эмоций. В профессиональном плане журналист больше не является без эмоциональной единицей, что формирует часть его речевого портрета автора.

В процессе исследования выявился метод интервью по степени формализации, используемый журналистом – полустандартизированное (фокусированное) интервью. В выпусках присутствует определенная тема, прослеживаемая на протяжении всего выпуска, но отклонения от этой темы также имеются. Подчеркну, что эти отклонения как раз происходят с помощью смены локаций.

Ирина использует вид портретного интервью, и каждый портрет получается разным. Для интервью она выбирает неординарных людей, проявивших себя в общественной жизни или профессии и популярных среди зрительской аудитории. Интервью содержат в себе множественные способы и инструменты раскрытия внутреннего мира героя.

Разновидность портретного интервью Ирины – биографические. Данная разновидность подразумевает высокий уровень эмоциональности, построение диалога с собеседником по принципу «прошлое-настоящее», стремясь к

основной задаче — произвести на экране целостный образ героя через раскрытие значимых фактов и эпизодов из жизни героя.

Диалог раскрывает параллельно внутренний и внешний портрет героя. Внутренний предлагает зрителю взглянуть на героя относительно его личного пути и возникших трудностей, как он с этим справился и справился ли. Внешний портрет открывает рисует то, что видно сразу: детали, эмоции и чувства героя, его психологические особенности личности, манеру одеваться, позы, жестикуляцию и документальную точность.

Вначале видно, что собеседнику трудно отвечать, он сильно напряжен. Но к середине интервью Ирина уже спокойно может задавать вопросы очень личного характера – о политической позиции, интимной жизни. На протяжении всего интервью можно заметить заинтересованность Ирины, она внимательно слушает, это видно по его невербальному общению – сосредоточенное выражение лица, принятая поза слегка поддавшись вперед. Интервьюер занимает открытую позу, демонстрирует личную заинтересованность в воспроизводимых гостем ответах. Журналист старается «открыть» собеседника, тем самым, проявляет повышенное внимание к приглашенному гостю. Журналист дает своему гостю почувствовать значимость в беседе, чтобы убрать психологические зажимы, которые мешают неформальному общению.

Следующий этап – основная часть портретного интервью. Здесь уже оба собеседника освоились, и начинается конструктивный диалог. В какой-то момент

Ирина может задать «неудобный» вопрос. Примеры таких вопросов могут касаться интимных отношений, проблем с зависимостями, каких-то конфликтных ситуаций.

В портретном интервью Ирины заметно, что она не безликий интервьюер, получающий вопросы и ответы. Во многих выпусках он демонстрирует свой личный отклик на информацию через эмоции, мимику, поведение или даже личный комментарий шуточного характера.

Таким образом, портретное интервью в новом формате на YouTube преобразовалось с помощью открытого и неформального диалога, использованием простой разговорной лексики, слэнга и жаргонизмов. Ирина Шихман использует подвид портретного интервью – биографический. Смена локаций передает тональность беседы, подчеркивая ту или иную тему. Интервьюер использует психологические приемы, такие как комплименты, шутки и личные собственные истории, что позволяет достичь эмоциональной окраски интервью. Это помогает внести в жанр портретного интервью свежую искреннюю ноту.

Специфика интервью в программе «А поговорить?» определяется рядом факторов. Во-первых, интервьюер тщательно готовится, выясняет информацию о той личности, которая будет героем программы, подготавливает заранее провокационные и интересные вопросы, тщательно изучает повестку дня и актуальные информационные поводы.

Во-вторых, «А поговорить?» - интернет-программа, что обуславливает специфику восприятия зрителем: смотреть ее можно в любое время и с любого места. Более того, облегчая

зрителю эту задачу, создатели программы сами разбивают описание каждой программы на Youtube-канале на таймкоды, анонсируя каждый поворот темы в ходе интервью, чтобы те, кто интересуется определенным аспектом, сразу могли посмотреть интересующий их момент программы.

Также определенной специфической чертой программы следует считать рекламные видеовставки. Они частично связаны с темой программы – так, это может быть реклама клиники пластической хирургии или – в условиях пандемии и самоизоляции – реклама приложения, в котором можно обратиться ко врачу и обсудить с ним свои симптомы онлайн.

Рекламные вставки достаточно обширны (до 5 минут), при этом органично встроены в структуру интервью и сопровождаются титрами «на правах рекламы». Каждый раз Шихман утверждает, что самостоятельно опробовала данный продукт или услугу, а в ее словах и в комментариях под видео упоминаются промокоды и иные скидки и бонусы для зрителей.

Заключение

В выпускной квалификационной работе была проанализирована интернет-программа «А поговорить?», содержащая в себе авторские интервью Ирины Шихман. Интернет-программа нацелена на широкую аудиторию и специализируется на провокационных портретных интервью, позволяющих раскрыть личность интервьюируемого с неожиданной стороны и в ряде случаев обсудить с ним провокационные и неоднозначные вопросы.

Цель работы была достигнута путем решения следующих задач:

1. Рассмотрение истории становления жанра интервью.

Исследовав жанр интервью, мы отследили путь его развития от явления «table talk» до внедрения социальных сетей в повседневную жизнь человека. Изменяясь под влиянием научно-технического прогресса и трансформируясь вместе с человеком, приобретающим все новые умения и расширяющим коммуникационные возможности, жанр интервью раскрылся на платформе YouTube как отдельный вид развлекательной журналистики.

2. Исследование процесса интервью, его этапов и видов вопросов.

В процессе исследования, мы выявили три этапа интервью – подготовительный, основной и завершающий, а также основные категории вопросов в интервью: открытые и закрытые, прямые и не прямые. Исключение любого из этапов может создать непрофессиональную среду в процессе

самого интервью или вероятность того, что интервью будет некачественным.

3. Изучение видов интервью и способы передачи информации об интервьюируемом.

Исходя из классификации интервью по предмету отображения; по целевой установке и по методу отображения, мы выделили основные виды. Виды интервью разделяют поле его освещения: в печатном формате, радио или телевиденье и Интернет. На печатном остановились кратко, не исключая его значения, но ввиду области нашего исследования – видео-формата, более подробно мы рассмотрели аудио-визуальные форматы. Мы установили, что технические возможности радио и телевидения позволили приобрести жанру такие особенности, как зрелищность и некая драматичность ввиду использования разных моделей съемок, записи и монтажа, что наполнило жанр новыми красками. Переход жанра в интернет развил его дальше: интервью, ввиду отсутствия цензуры, временных рамок и возможности аудитории незамедлительно давать свою оценку, стало более эмоциональным и открытым.

4. Определение специфики интервью в интернет-программе «А поговорить?».

Ирина Шихман использует интервью-диалог, по смыслу в большинстве случаев являющееся портретным интервью. Для ее манеры общения с собеседником характерны неожиданные повороты темы, резкое «бросание» темы и поворот к другой, иногда совершенно никак не связанной с предыдущим вопросом тематике.

Подводя итог вышесказанного, мы можем сказать, что жанр интервью прошел свой путь развития, приобретя ряд изменений на каждом из этапов. Таким образом, трансформация жанра интервью произошла в сети Интернет ввиду отсутствия каких-либо ограничений в лексике, времени и контингенте приглашаемых гостей.

В программе «А поговорить?» Ирина Шихман использует специфическую лексику: проводя в жизнь декларируемый в описании программы принцип «откровенного интервью», она старается сделать каждую свою программу скандальной. Этот эффект достигается за счет лексики «на грани фола» либо за счет провокационных вопросов или острых разоблачений – зависит от тематики программы.

Список использованных источников и литературы
Учебники, монографии, диссертации, статьи

1. Алексеев К.А. Спортивная журналистика. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 278 с.
2. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». – М.: Высшая школа, 1978. – 817 с.
3. Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества. – М.: Высшая школа, 1975. – 263 с.
4. Гуревич С. М. Газета. Вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 190 с.
5. Дятлова А. Е. Интервью в сетевых медиа: речевые средства установления контакта: автореф. дис. ... докт. филол. наук, г, 2018 – 111 с.
6. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с.
7. Ким М. Н.. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2011 – 400 с.
8. Кодола Н.В. Интервью. Методика обучения. Практические советы. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 188 с.
9. Культура русской речи. – ред. Максимов В.М. – М.: Гардарики, 2008. – 413 с.
10. Куприянов П. «Адвокат клиента» // «Computerworld», № 25, 2004 г. – С. 45 – 78.
11. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 293 с.
12. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности

- журналиста: учеб. для вузов - М.: Аспект Пресс, 2001. - 620 с.
- 13.Лукина М.М. Технология интервью: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 302 с.
- 14.Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. Учебное пособие. - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. - 544 с.
- 15.Пронин Е.И. Выразительные средства журналистики. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. - 430 с.
- 16.Распопова С. С. О понятии «жанр» в теории журналистики // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 6 (260). - С. 114 - 117.
- 17.Рябинина Н.З., Соловьев В.И. Редакторская подготовка периодических изданий: Учебное пособие. - М.: МГАП «Мир книги», 1993. - 433 с.
- 18.Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 299 с.
- 19.Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 290 с.
- 20.Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. - М.: «ВК», 2011. - 821 с.
- 21.Чернышова Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. - М.: АСТрель, 2007. - 580 с.
- 22.Шостак М.И. Новости прессы. Заметки, репортажи, интервью. - М.: МедиаМир, 2013. - 144 с.
- 23.Шостак М.И. Оперативная журналистика. - М.: ИМПЭ, 2000. - 355 с.

Интернет-ресурсы

- 24.А поговорить? // [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7qWGDB7DvU0&list=PLwV1zUscWc93FqR1eT97IAe2RB17G7e1k&index=3&t=0s> (дата обращения 14.06.2020)
- 25.Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text8/49.htm> (дата обращения: 30.05.2020)
- 26.Борис Акунин из Лондона: «Я не вернусь, мой дом теперь тут» // А поговорить?.. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nrJpDBHWzyI> (дата обращения: 30.05.2020).
- 27.Варнава: о камеди вумен, каминг-ауте друга, скинхедах и комплексах // А поговорить?.. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kWguOIZfvzY> (дата обращения: 04.05.2020).
- 28.Васильченко К. Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-portretnogo-intervyu-vozmozhnosti-differentsialnogo-podhoda> (дата обращения: 30.05.2020)
- 29.Ворошилов В. В. Журналистика // Электронный ресурс URL: <http://www.studfiles.ru/preview/2366506/> Дата обращения 30.05.2020
- 30.Гойхман О.Я. Надеина Т.М. Речевая коммуникация [Электронный ресурс] URL:

- https://www.studmed.ru/view/goyhman-oya-nadeina-tm-rechevaya-kommunikaciya_05bdc35d4f.html (дата обращения: 30.05.2020)
31. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. [Электронный ресурс] URL: <https://bookree.org/reader?file=1473422> (дата обращения: 30.05.2020)
32. Долгина Е. С. Интервью: понятие, цель, задачи, функции [Электронный ресурс] URL: <https://moluch.ru/archive/87/16897> (дата обращения: 30.05.2020)
33. Загидуллина А. Р. Преодоление парасоциальности: лидеры youtube как генераторы гражданской журналистики (на примере каналов SOBOLEV И PHILIP DEFRANCO) [Электронный ресурс] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preodolenie-parasotsialnosti-lidery-youtube-kak-generatory-grazhdanskoy-zhurnalistiki-na-primere-kanalov-sobolev-i-philip-defranco/viewer> (дата обращения: 30.05.2020)
34. Иди конкурируй с Дудем. Как Ирине Шихман удалось создать востребованное политическое шоу на ютьюб-канале правительства Москвы. [Электронный ресурс] / URL: <https://meduza.io/feature/2019/10/07/idi-konkuriruy-s-dudem> (дата обращения: 30.05.2020).
35. Ирина Шихман: «Как только говоришь честно, сразу начинаются вопросы: "А вы не боитесь?"» [Электронный ресурс] / URL: <https://jrnlst.ru/shihman> (дата обращения: 30.05.2020).
36. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. [Электронный ресурс] / URL:

- <http://evartist.narod.ru/text28/0041.htm> (дата обращения 30.05.2020)
37. Корконосенко С. Г. Основы творческой деятельности журналиста [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm> (Дата обращения 30.05.2020)
38. Лолита – опасные гастроли. Воровка-домработница, скорая за кулисами и недоразумение в личной жизни. [Электронный ресурс] / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AtYJc2WS328&list=PLwV1zUscWc930fmMJTsypX7B4MIy8mOJR&index=9> (дата обращения: 30.05.2020).
39. Лукина М. М. Технология интервью. [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 30.05.2020)
40. Мажура А. В. Тимофеева Е. Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-zhanrovoi-klassifikatsii-intervyu-v-zhurnalistском-tvorchestve/viewer> (дата обращения: 30.05.2020)
41. Повторить успех Юрия Дудя в ютьюбе пытаются буквально все. Рассказываем о самых заметных попытках И раздаем «золотых Дудей». [Электронный ресурс] / URL: <https://meduza.io/slides/povtorit-uspeh-yuriya-dudya-v-yutyube-pytayutsya-bukvalno-vse-rasskazyvaem-o-samyh-zametnyh-popytkah> (дата обращения: 30.05.2020).
42. Подорожная Л. В. Технология интервью: правила Саватски [Электронный ресурс] URL:

- http://www.elitarium.ru/tekhnologija_intervju_pravila_savatski/ (дата обращения: 30.05.2020)
43. Подсокорский Н. Н. «Лицо с экрана». В чем секрет популярности ток-шоу «вДудь»? [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/litso-s-ekrana-v-chem-sekret-populyarnosti-tok-shou-vdud/viewer> (дата обращения: 30.05.2020)
44. Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 30.05.2020)
45. Федорова Ю. С. Техники и приемы раскрытия личностных качеств героя при создании интервью-портрета [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehniki-i-priemy-raskrytiya-lichnostnyh-kachestv-geroya-pri-sozdanii-intervyu-portreta/viewer> (дата обращения: 30.05.2020)
46. Шерель А.А., Барабаш Н.С., Болотова Л.Д., Гаспарян В.В. и др. Радиожурналистика: [Электронный ресурс]: <http://evartist.narod.ru/text5/44.htm> (дата обращения: 30.05.2020)
47. Шостак М.И Журналист и его произведение [Электронный ресурс]: https://www.studmed.ru/view/shostak-mi-zhurnalist-i-ego-proizvedenie_20bd31a2855.html (дата обращения: 30.05.2020)