

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет журналистики
Кафедра издательского дела и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Теория и практика массовой информации»

На тему: «**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ
ИНТЕРВЬЮ**»

студент(ка) Е.Н. Чередниченко

2 курс ЗФО,

направление 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

д.ф.н., проф. Г.А. Абрамова

оценка за курсовую работу: 11.05.17

хорошо Т. А.

дата и подпись

Краснодар

2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Понятие интервью и его структурные элементы.....	5
1.1 Понятие интервью.....	5
1.2 Виды и формы организации интервью	7
2. Современный подход к проведению интервью и его практическое исследование.....	21
2.1 Современный подход к проведению интервью.....	21
2.2 Анализ интервью на примере журнала «Jeans City».....	26
Заключение.....	32
Список использованных источников.....	34
Приложение 1	35
Приложение 2.....	36

*В данной работе
имеется материал в оформлении
введения, требования не в формате
требований. Уникальность добавлена
автоматически. Уникальность добавлена
уведомление*

ВВЕДЕНИЕ

В журналистике есть три группы методов сбора информации — изучение материалов, наблюдение, опрос. Изучение материалов и сведений является безличной формой соприкосновения с действительностью, но, как считают многие ученые, этот метод является более объективным, если сравнивать с методом интервью, в котором факты добываются в результате непосредственного общения с человеком — носителем нужной информации. Но также необходимо помнить, что документы не могут объективно отражать факты, поэтому исследователь, изучающий их, не должен забывать, что имеет дело с определенными формами отражения социальных явлений, но не с самими явлениями. Наблюдение обычно делится на два типа: включенное и не включенное. Не включенное — наблюдение со стороны, наблюдатель не является участником группы, процесса, явления, за которым ведется наблюдение. Суть включенного наблюдения состоит в том, что наблюдатель участвует в деятельности исследуемой группы, иногда скрывая свои цели и профессию. Третий метод — опрос. В журналистике это, изначально, интервью — блиц-опрос, устная беседа, хотя иногда применяется и другая разновидность опроса — анкетирование. И все-таки один из самых распространенных методов получения сведений есть интервью, получение информации в личном общении, но при этом журналиста может интересовать и личность собеседника, его мнения, вкусы, пристрастия.

Теоретическая база. Исследованием процесса интервью, его стилей и методов занимались зарубежные и российские журналисты и ученые, такие как: С.Н. Ильченко, В.В. Ворошилов, Дж. Саватски, К. Мецлер, М.М. Лукина.

Практическая значимость работы заключается в проведении анализа интервью, определение их стилей, видов и методов подхода к ним.

Журналист получает нужную информацию, находясь на важных мероприятиях, знакомясь с материалами, документами и другими источниками, но, прежде всего, общаясь с людьми — носителями информации. Любой процесс общения людей, как

правило, несет форму диалога, а именно вопросов и ответов.

Объектом исследования являются современные подходы к проведению интервью, все их достоинства и недостатки, метода использования.

Предметом исследования работы является анализ интервью на примере журнала «Jeans City», определение их видов, стилей и форм.

Методы исследования выбраны социологический и анализ.

Интервью для журналиста - это, с одной стороны, способ получения информации путем непосредственного общения с респондентом, владеющим этой информацией; а с другой - публицистический жанр в форме разговора, диалога, в котором журналист с помощью составленных вопросов помогает интервьюируемому, т.е. источнику информации, как можно точнее и четче ее изложить. При всей, казалось бы, привычности данного метода, необходимо соблюдать определенные технические приемы, чтобы эффективно построить межличностное общение.

Актуальность темы данной курсовой работы заключается в важности выбора правильного подхода к проведению конкретного интервью.

Целью курсовой работы является: изучение современных подходов к проведению интервью.

К задачам курсовой работы относятся :

- раскрытие сущности понятия «интервью»;
- изучение основных видов интервью;
- изучение современных подходов к проведению интервью;
- проведение анализа и оценка подходов к проведению интервью на примере астраханского журнала «Jeans City».

Новизна данной курсовой работы заключается в полученных результатах практического исследования интервью и его анализа.

Структура курсовой работы состоит из введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и 2 приложений к работе.

1. Понятие интервью и его структурные элементы

1.1 Понятие интервью

В современной науке слово «интервью» имеет широкое толкование. В широком смысле, интервью является формой сбора определенной, как правило, актуальной информации журналистов в ходе диалога при помощи вопросно-ответной формы. Исследователь С. Н. Ильченко в учебном пособии «Интервью в журналистском творчестве» называет интервью актом коммуникации, основанным на диалоге журналиста и респондента при последовательном чередовании вопросов и ответов для получения необходимой информации, мнений и суждений, которые актуальны и интересуют общество. [2, с.123] Таким образом, в данном случае метод сбора информации структура жанра совпадают .

В.В.Ворошилов определяет интервью как ответы определенного выбранного лица на вопросы журналиста, представляющие общественный интерес; как беседу, не ограниченную лаконичными вопросами, а комментирующую ответы собеседника . [1, с. 67]

В переводе с английского языка интервью означает метод сбора данных социологического исследования, который основан на непосредственном контакте журналиста и респондента входе устной беседе в рамках определенного исследования. [6, с . 37] Как метод сбора информации интервью применяется во многих науках: социологии, журналистике, психологии, криминологии и пр.

Главным в данной беседе становится человек, с которым общается журналист. Все факты, комментарии передаются от лица, которого опрашивают. Для читателя главными становятся слова авторитетного человека, этим интервью и ценно для аудитории . Но не следует сводить роль журналиста только к передаче слов собеседника. Успех интервью зависит от профессиональных навыков журналиста наладить контакт, разговаривать человека, создать условия для плодотворного сотрудничества. Журналисту необходимо подстроится не только под респондента

, но и под читателя, чтобы заинтересовать его результатом и итогом интервью. Он должен предвидеть интерес собеседника и читателя.

В журналистике существует много определений термина «интервью», каждое из которых имеет свою специфику.

Интервью - диалог представителя печати с каким-нибудь общественным деятелем по актуальным вопросам, имеющим публичный интерес, предназначенный для печати (или передачи по радио, телевидению). [11, с. 39]

Интервью - жанр публицистики, диалог журналиста с одним или несколькими лицами по каким-либо актуальным вопросам. [12, с. 78]

Одним из определением интервью является вид опроса, который основан на целенаправленном использовании социально-психологического взаимодействия между журналистом и респондентом. В итоге одним из основных методов опроса, где в качестве источника информации используется вербальное взаимодействие, является интервью.

Ключевым жанром публицистики интервью становится в 19 в., в период яркого развития периодической печати, когда диалог приобретает широкое распространение как способ получения значимой информации для общества от ее источника. [10, с.169]

Используют жанр интервью лишь когда респондент может сказать больше, чем журналист, или когда интервьюируемый своим выступлением поддерживает некую общественную кампанию, если данный вопрос стоит в центре внимания большой аудитории и требуется выяснить их взгляды. Интервьюируемых традиционно делят на три категории:

- 1) политические и государственные деятели, и иные личности, обладающие специфическими знаниями в какой-то определенной области; их опрашивают, с целью узнать о чем-нибудь;
- 2) «звезды», знаменитости, целью интервью с которыми является публикация подробностей их жизни и деятельности;

3) обычные люди; цель проведения таких интервью- выяснить общественное мнение о той или иной проблеме;

Цели интервью первых двух категорий в какой-то степени перекрещиваются, многие выдающиеся лица— знатоки в этой области. Интервью такой жанр ,в котором важную роль играет личность , его особенности и индивидуальные черты. Часто интервью несет в себе признаки соавторства. Лицо, дающее интервью (интервьюируемый), сообщает нечто новое ; его материал, включаемый в интервью представляет собой результат деятельности, который несет за собой авторское право. С другой стороны, и интервьюер проявляет креативность при постановке вопросов , определении направления. Творчество журналиста проявляется и после беседы, когда необходимо придать ему более законченную , оригинальную форму : в газетах , журналах это внесение изменений в процессе редактирования, на радио или в телевидении - монтаж или дополнительное включение в материал тех или иных вопросов, различные комментарии. Получается, что интервью есть результат соавторства.

1.2 Виды и формы организации интервью

Существуют разные виды интервью. Они влияют на разработку плана, а также на особенности его поведения в процессе беседы и на конкретную технику её проведения. Например, можно говорить о двух разных способах контакта с собеседником — прямом общении с собеседником и опосредованном. Во многих классических интервью прямое общение происходит синхронно, т.е. в одно и то же время и при непосредственном контакте журналиста и собеседника - визуальном, вербальном.

Существуют формы опосредованного интервью, причем формы комбинации опосредованности могут быть разными. Например, по телефону, при котором разговор может быть синхронным, но при этом визуальный контакт отсутствует. Правда, технологии позволяют проводить интервью с помощью спутниковой связи, собеседники могут находиться в разных городах, даже частях света, при этом имея визуальный контакт. Другой вариант опосредованного интервью — письменная форма с возможностью отложенного ответа — практикуется нечасто, как правило, с очень важными личностями. А вот за интервью с помощью служб Интернета (электронная почта, чаты, телеконференции), нужно полагать, большое будущее. Такое общение, опосредованное компьютерными и телефонными проводами, протекает в письменной форме. Ответная реакция осуществляется как в режиме отложенного, так и в режиме онлайн, хорошие каналы потенциально позволяют наладить как голосовой, так и видеокontakt с респондентом. [11, с.101]

Виды интервью в журналистике можно классифицировать по разным линиям: Зарубежные журналисты классифицируют:

1. в зависимости типа последующей информации (информационное — для жанров, личностное — очерка-портрета);
2. вида организации интервью (пресс-конференции, случайное, по договоренности);
3. предмета интервью (преступление, политика,);
4. типа собеседника (известные персоны, звезды, очевидцы событий);
5. положение собеседника (высших слоев, из низших слоев);
6. от общения (лицом лицу, по интернету).

Советские же авторы выделяют следующие интервью:

1. протокольное; цель — получение разъяснений по внутренней и политике;

2. информационное ; цель — получение от компетентного по злободневным ; по стилю к обычному разговору. Ответы собеседника являются официальными ;

3. интервью-портрет; — раскрытие личности ;

4. интервью — дискуссия; — выявление разных зрения и возможности разных решения проблемы;

5. опрос, анкета; цель — мнения различных по одному тому же . [7, с. 93]

Итак, виды интервью по степени стандартизации:

1. стандартизованное, когда составляются вопросы, журналист строго следует им , не отступая от их , ни от постановки; вопросы направляются к респонденту заранее, чтобы смог подготовиться встрече;

2. полустандартизованное; также заранее составляется список вопросов, в ходе журналист может опускать вопросы, менять местами, задавать вопросы, приспособливаться к индивидуальности опрашиваемого, углубляться в область особых интересов;

3. нестандартное или свободное; нет ни заранее жесткого списка , ни строгого следования порядку вопросов. Журналист намечает, какие ему нужны материалы , чтобы осуществить план; данный вид интервью дает инициативу журналисту, максимальные возможности для получения незапланированных сведений , разработки неожиданных тем и вопросов;

4. смешанный вид ; начавшись, интервью входе первого или второго вида перерастает в следствие непредусмотренной ситуации : отсутствие факта, подтверждающего гипотезу журналиста. [13, с. 115]

Виды по характеру информации:

1. интервью с целью получения фактических сведений; личность важна журналисту со стороны легкости общения с ним: компетентность , охотно ли сообщает информацию, как отвечает, насколько четко и ясно ;

2. интервью с целью сбора фактов о собеседника или о другом человеке ; важна оценка и его мнение : что она несет — личную позицию или он

выступает со стороны члена группы;

3. для получения сведений о личности ; отличается особой психологической атмосферой ; от журналиста необходимо внимание не к словесным высказываниям собеседника , которые будут включать факты, мнения, а больше к его личности. [10, с. 29]

Виды интервью по отношению опрашиваемого беседе:

1. интервью опрашиваемым, охотно с журналистом;
2. с равнодушным (говорит не охотно, но не против); человек не встретиться с , но и помогает ему время интервью;
3. с сопротивляющимся . [11, с. 127]

Можно выделить еще один вид интервью- *интервью на основе компетенций*.

Данный вид является одним из наиболее объективных методов оценить соответствие (несоответствие) кандидата определенной должности.

Собеседование на основе компетенций является одним из методов подбора персонала многими зарубежными и отечественными компаниями. Целью такого интервью является получение информации для определения поведенческих характеристик , которые требуются для эффективного выполнения работы определенной профессии. Интервью на основе компетенций является структурированным интервью, так как основывается на уже разработанный план его проведения.

Сценарий такого интервью содержит список вопросов и компетенций, нужных для получения информации по каждой из них. Компетенция- определенный навык и знание, выражающееся в определенной деятельности. Интервью на основе компетенций определяет то, что прошлое и настоящее поведение человека являются наилучшими показателями будущего поведения и эффективности в работе. Также существует факт, что если человек с развитой той или иной компетенцией, то он сможет ее использовать в работе.[12, с 84]

В проведении интервью на основе компетенций рассматриваются ситуации, с которыми человеку пришлось столкнуться ранее. Ответы просматриваются, соотносятся с нужным уровнем компетенции. Интервьюеру необходимо изучить поведение человека, опираясь на его ответы.

При обсуждении конкретных ситуаций необходимо получить полную информацию по 3 блокам:

Проблема(Ситуация)-Действие(Поведение) –Результат Научился– Применил [9, с. 74]

Данное интервью начинается с определений достижений в различных областях кандидата на определенной работе. Основой данного подхода является то, что человек достигает успехов в определенной должности, имея соответствующие этому компетенции. Большая вероятность, что будут выявлены достижения в сразу нескольких компетенциях, потому что достижения любого рода успеха не обходится без упорного вложения сил в него. Интервьюер на собеседовании может попросить кандидата привести еще какие-либо примеры, доказывающие его компетентность в какой-либо области. Если при анализе основных достижений интервьюеру не удалось выявить какие-то нужные ему компетенции, то он использует дополнительные приемы, какие-либо ранее запланированные дополнительные вопросы.

Обычно данное интервью проводят с прошедшими предварительный отбор кандидатами, соответствующими необходимым требованиям вакансии (опыт, знания и т.д), а также имеющими большую мотивацию к данной вакансии. Данный вид интервью помогает качественно и объективно подобрать персонал.

Ситуационное интервью (case-interview)

Данный вид интервью строится на определенных ситуациях и предложениях интервьюируемому показать модель своего поведения в определенных ситуациях. В ходе такого интервью предлагаются ситуации, близкие к рабочим, с несколькими вариантами их разрешения. Задача

интервьюера в таком интервью определить , какие навыки у кандидата проявляются в большей или меньшей степени.

Можно выделить три группы навыков:

1. определяющие навыки ;
2. определяющие взгляды и ценности;
3. определяющие поведение и качества личности.

Также нужно сказать , что существуют задания, требующие найти решения из различных ситуаций , заданных кандидату. Такие задачи нацелены на проверку стрессоустойчивости личности , его ответственности, нацеленности на результат, а также навыки работы в ограниченном времени. Причем это сопровождается словами « далее, еще» , чтобы поторопить кандидата.

Проективное интервью

Такое интервью предлагает кандидату оценить какого -либо персонажа или личность, вместо себя. Такой подход предлагает оценить что человек может представить с спроецировать, перенести свой опыт на вымышленную ситуацию или людей.

Такая легкая методика является еще и быстрой, простой, и об использовании которой кандидата даже не нужно предупреждать называется- проективные вопросы.

Преимущества:

1. меньшую вероятность социально желательных ответов;
2. возможность соотнести ожидания кандидата с реальной ситуацией в компании;
3. возможность проанализировать мотивационный потенциал будущего сотрудника.

Ответы на проективные вопросы хорошие результаты по направлениям:

1. мотивация материальная и нематериальная;
2. взаимоотношения «руководитель – сотрудник»;

3. ценности, честность, лояльность;
4. взаимодействие и особенности общения с людьми (коллективом);
5. решение конфликтных ситуаций;
6. взаимодействие с клиентами.

Некоторые правила данного интервью

Вопросы задаются быстро, оставляя мало времени на раздумья. Отвечающего просят дать несколько различных вариантов. В основном то, что сразу приходит в голову является ответом и главным фактором при анализе. Вопрос должен быть направлен на оценку других людей или их действий, что делает человека более раскованным и позволяет избежать социально желательных или заведомо ложных ответов, которые кандидат дает, исходя из стремления понравиться.

Вопрос должен быть открытым и предполагать развернутый ответ. Также их необходимо задавать подряд тематически (например, несколько вопросов подряд, раскрывающих мотивацию), т.к. это повышает вероятность попыток кандидата понять принцип интервью, подстроиться и дать социально желательный ответ.

Желательно наличие смысловой связи проективных вопросов с ранее упомянутым контекстом, т.к. тогда они звучат более естественно и не привлекают особого внимания кандидата.

Стрессовое интервью

Стрессовое интервью проходит в максимально напряженной обстановке.

Можно использовать следующие методы:

1. Перекрестный опрос
2. Метод «добрый и злой полицейский»
3. Уточняющие вопросы: большое количество таких вопросов, интерес к мелким деталям. Все интервью может длиться несколько часов.
4. Нестандартные вопросы

5. Набор достаточно стандартных, но "заковыристых" вопросов (Для чего нам нанимать Вас на работу?)
6. Психологическое давление: внешние мешающие факторы , поведение интервьюера

Стрессовое собеседование имеет ряд преимуществ: помогает «раскрыть» кандидата;

1. эффективна для вакансий со стрессоустойчивыми ситуациями;
2. показывает умение правильно себя вести в напряженной конфликтных ситуациях, правильно распределять внимание, скорость и эффективность принятия решения в проблемных ситуациях;
3. призвано показать соискателю, что, в общем, его ценность невелика, так как он не в состоянии ответить на сложные вопросы. Но, тем не менее, он подходит на «будущее», как специалист с хорошим потенциалом. Тем самым, компания получает мотивированного сотрудника за небольшие деньги.

Недостатки такого интервью:

1. оттолкнет часть потенциальных сотрудников, которые могли бы оказаться полезными компании. Относится к тем, кто не нуждается в немедленном трудоустройстве и может выбирать.
2. при неумелом проведении может только навредить: соискатель получит негативный опыт, а слухи распространяются быстро, и компания очень скоро прослывет в кругу заинтересованных лиц непрофессиональной.

Среди тех, кто способен пройти подобный опрос, можно совершенно четко выделить две группы:

1. это люди с низкой самооценкой, они готовы вынести все, что угодно, лишь бы их приняли на работу. Если даже такой кандидат

окажется подходящим, его «упаднические» установки вряд ли положительно скажутся на психологическом климате в коллективе;

2. те, кто выдержал стресс или, возможно, сумел «перехитрить» интервьюера в процессе интервью (кандидат просто-напросто может оказаться к нему подготовленным). Весьма вероятно, что он поймет все намерения и сделает для себя выводы: здесь хотели «занизить» его, это не удалось, и он победил.

По итогам встречи обязательно надо пояснить весь процесс стрессового интервью, попросить прощение за некорректные вопросы, тем самым, снять напряжение и накопившийся негатив.

В зависимости от задач можно выделить виды интервью как определенные методы для получения сведений:

Информационное интервью - наиболее популярный вид, который определяет перед собой цель сбор материала и новостей. В силу временных стандартов интервью отличается динамичными темпами. Например, для освещения катастрофы и ее значения телевизионной бригаде выделен всего один час для опроса более 11 человек. В такой ситуации нужно выяснить масштабы взрыва и количество жертв, у журналиста, конечно, не всегда найдется время на составление стадии коммуникации, в частности для необходимого этикетом начала интервью - «разминки». Однако, несмотря на жесткие временные условия, уважительное отношение к собеседнику должно присутствовать.

Костяком типичного информационного интервью являются ключевые журналиста вопросы: что? где? ? почему? зачем? Их, показывает опыт, достаточно для фактических сведений. Однако прибегают и к другим, для тонкой проработки, вопросам, уточняющим фильтрующим сведения. «Вы видели, как взорвался самолет?» - спрашивает журналист у свидетеля. При этом нужен не случайно оказавшийся от места и подчиненный эмоциональному возбуждению человек, готовый отвечать камерой на

вопросы. К выезду интервью по поводу события по какому-либо происшествию из-за недостатка времени готовятся редко.

Составляя вопросы, журналист в исследовании ситуации и ее причин чаще основывается на свои наблюдения. Оказавшись со съемочной группой на месте события, журналист замечает, к примеру, что шланги для тушения пожара тянутся не к ближайшему пожарному вентилю, а почти через весь квартал. Он спрашивает у руководителя команды: «Почему не работает ближайший кран?». Выясняется не только его неисправность, но и то, что в таком состоянии находится половина пожарных в городе. Так, с событием, с тушением, возникает сюжет проблемах в службе города.

Аналитическое. Если информационное интервью несет в себе фактическое сообщение о ситуации, отвечая на : кто? Что? Где? Когда? то аналитическое интервью, содержит анализ ситуации, отвечая на такие вопросы как : почему? Каким образом? Что значит? и т.д. Роль автора интервью заключается в том, что своими вопросами он задает ход анализа, который осуществляет само опрашиваемое лицо.

В этом виде интервью вопросы формулируются таким образом, что требуют аналитического освещения моментов какого-либо события, явления, ситуации. Подобные вопросы заставляют собеседника излагать знания, представления, о предмете публикации таким, что выявят причинно-следственные связи события, будут определенные оценки, прогноз развития, приведены необходимые аргументы в пользу его позиции. Подобным образом текст интервью становится с элементами анализа, что и делает его аналитическим сообщением.

Оперативное интервью-является информационным интервью, только в более сжатом варианте. К примеру, в интервью о пожаре сообщается высказывание начальника службы о масштабах и причинах пожаров. Начальник может несколько минут говорить перед камерой, однако в новости из этого войдет фрагмент в 20-40с., а его цитата четко вписана контекст

сюжета. Такие высказывания экспертов, в какой-либо области по конкретным поводам являются обязательной составляющей материалов печати, сюжетов радио или телевидения.

Существует также вид интервью, ставящий перед собой цель сбора мнений по какому-либо конкретному, как правило, узкому вопросу. Ходовую форму таких интервью представляет блиц-опрос, или опрос на улице. На американский манер его именуют *street talk*, используют также вариант - *vox*. Главная особенность такого интервью - постановка одинаковых вопросов большому числу опрашиваемых, представителям одной, или наоборот, разных групп лиц.

Для телевизионного ролика об акции против курения молодежи можно провести опрос, например, для студентов, задавая каждому вопрос: «Курите ли вы? Если да, то не хотели бы бросить?». А вот для репортажа о настроении в городе после террористического акта, понесшего за собой смерть нескольких людей, можно взять интервью представителей разных возрастных групп. Журналисты этот интервью часто неправильно называют социологическим, потому что в нем присутствует ход метода конкретных исследований - фиксированный вопрос для числа респондентов.

Интервью-расследование с целью изучения какого-либо события или происшествия. Как правило, оно обстоятельно продумывается и не связано жесткими временными ограничениями, хотя, также имеет свои календарные планы. Предмет расследования может быть различным и противоречивым. Поэтому часто говорят о нескольких методах расследования. Очень важно уделить много внимания определению целей и задач в работе с респондентом, изучить в необходимой мере все источники и свидетельства, хорошо обдумать стратегию беседы. Основным звеном являются вопросы. Однако надо определить и другие коммуникации — такие как, первый контакт, невербальность, уметь слушать. В таком интервью могут быть несколько

персонажей с разными темпераментами и социальными ролями. Причем каждому из них необходимо уделить индивидуальный подход.

Портретное (еще называют «профиль»), напротив, сфокусировано одном на герое, его личности, для проведения данного вида интервью провести не встречу с заинтересованными, близкими, а также наоборот, со сторонними наблюдателями. Героем может стать личность, проявившая себя в какой-нибудь сфере общественной жизни и привлекает собой широкую публику. Редко встретить портретное интервью с «простыми», которые должны чем-то себя проявить либо. Дополнительными нюансами являются атмосфера быта, интерьера, особенности речи - словом, то, что формирует индивидуальность и что должно быть передано читателю.

Рассмотрим такой вид, когда журналист не просто оказывается лицом передающим информацию о чем-либо посредством интервью, а выступает на равных со своим собеседником в процессе совместного общения. Такое *креативное интервью* называют беседой, или диалогом. Результатом же творческого является информационный продукт в близком художественном жанре, в зависимости от канала передачи, воплощающийся в очерке, эссе, публицистическом фильме, в эфире т.п. Первое правило такого интервью - профессиональный опыт, репутация журналиста. Второе - выбор собеседника, с помощью которого, его поступков или общественного положения журналисту удастся выйти на более высший уровень обобщений, увидеть личную драму либо общечеловеческую проблему.

Журналистам приходится проводить интервью в разных местах, которые зависят от самых разных ситуаций, и непредвиденных. Но чаще интервью проводится в заранее запланированных местах и в сложившихся уже форматах (пресс-конференциях, брифинги). Во втором варианте нельзя исключить контролирования информационного потока, в частности скрывания или дозирования сведений, особенно если речь идет о политическом влиянии или связанным с ним.

Пресс-конференции— это групповое интервью, для получения информации, в определенном месте и в назначенное время. Чаще местом встречи является информационная служба, или специально подготовленное помещение в определенном общественном месте. Пресс-конференции обычно проводят по определенным поводам с целью распространения, разъяснения или опровержения определенной информации.

Пресс-конференции проводят и для разъяснения представителям СМИ неофициальной, называемой «фоновой» информации. Понятно, что распечатывать такие сведения нежелательно, и заранее журналистов предупреждают об этом.

Вообще надо иметь виду, что пресс-конференции является частью запланированных PR-компаний, цель которых — представить в положительном свете определенного человека событие. Это, конечно, ставит под вопрос доверительность отношений участников информационного процесса.

Выход к прессе— малая форма пресс-конференции для журналистов о результатах прошедшего мероприятия (выступлений, переговоров и т.д), инициатором выхода к прессе является ньюсмейкер. Это, как правило, заранее не планируется, что и отличает данный формат от предыдущего. Выход к прессе делает сам ньюсмейкер либо его пресс-секретарь и осуществляет сразу после окончания заседания, отвечая вопросы журналистов, предоставляя такой объем информации, который сам пожелает дать. Эту особенность можно назвать уязвимым местом данного мероприятия.

Но у этого вида интервью есть и преимущество: он осуществляется «по горячи следам» события, пока эмоции после события еще «в самом разгаре».

Брифинги— это плановое событие , которое проводится регулярной периодичностью и посвящается распространению информации о организации или ее деятельности и новостях . Например, брифинги регулярно проводит министерство иностранных дел . На них журналисты получают информацию о текущих проблемах и вопросах внешней политики. Вниманию СМИ предлагается также ведомственная трактовка актуальных событий политики. На брифингах у министерства внутренних дел, раз в год , можно услышать статистику дорожных происшествий, раскрытых делах , узнать о профилактических мерах в борьбе с преступностью. Сложной формой является такой вид интервью, который называется «*круглый стол* » на котором журналист ведет разговор с несколькими опрашиваемыми . Здесь функции интервьюера больше : в его задачи помимо вопросов и ответов входит и управление самим процессом интервью . В отличие от предыдущих форматов данный и его разновидности его — дебаты, обычные и «панельные» дискуссии — необходимо тщательно проработать.

Интервью по телефону. Американцы провели исследование и выяснили , что на интервью по телефону журналисты тратят примерно 60% времени. Говорят, в Чикаго жил знаменитый журналист криминальной хроники, который собирал информацию, не выходя с рабочего места , по телефону,и , надо сказать, преуспел в своем деле. Сегодня конкуренцию телефонному интервью может составить только общение с помощью электронной почты.

«*Телефонное*» интервью— рабочая процедура по подготовке публикаций всех каналов информации, но и вполне является обособленным форматом.

Интервью можно провести и с помощью разных служб *Интернета*— электронной почты, в чате и т.д.

2. Современный подход проведения интервью и его практическое исследование

2.1 Современный подход проведения интервью

Журналистика имеет несколько подходов ведения интервью. Они выработывались долгое время, как на практике, так и теоретическом поиске. В журналистики советского общества было принято проводить интервью в нескольких основных ключах - метод сбора и жанр. [5, с.38] В учебных пособиях 1970-1980гг. были представлены два подхода к интервью — методический и жанровый. Первый рассматривался в качестве сбора информации, с помощью вопросно-ответного получения сведений. Это, с одной стороны, облегчало анализ особенностей данного вида деятельности, но, с другой - не учитывало многообразия различных ситуаций, в которых оказывались журналисты во время проведения интервью.

Второй, «жанровый», подход - это рассмотрение интервью как метода организации со своей структурой и определенными чертами. Он разрабатывался по системе координат в периодической печати. Интервью относится тут к информационным формам периодики, а его успешность, по их мнению, зависела от подготовки автора. Рассматривая интервью в двух способах, исследователи на деле искусственно разделяли творческий процесс. Они механически старались описать его по строгим законам науки и упускали из виду, что природу журналистики необходимо искать на разных сферах общественной жизни - политики, массовой культуры, экономики, права. Помимо этого, при таком делении от авторов терялись этические и моральные коллизии, которые в профессиональной жизни у журналистов требовали большего внимания, чем их «партийная» часть.

В 1980 годы сделана попытка решить это противоречие - метод и жанр рассматривать в одном ключе диалектического воздействия. Однако

целостный взгляд об интервью как процесс подготовки и публикации информационного продукта так сложился и не . Весьма эффективными оказались исследования идейно-тематической творческой деятельности , выделяющие поиск и разработку темы для интервью как своего рода механизм всей работы. Однако советы и различные методические рекомендации, как проводить интервью; добиться успеха и показать свою индивидуальность; привлечь общественный интерес при этом без ненужного пафоса также не сформировались .[3, с.96]

Существовал и третий подход к проведению интервью, разработанный в контексте решения этических проблем в творческой работе журналиста. Но и тут рассматривались лишь случаи профессионального общения , содержащие конфликты различных ситуации и пути их решения . И в этом подходе превалировала идеологическая оценка проблемы , а нравственным критериям служили методы партийной дисциплины.

Лишь в середине 1990 гг. появляются исследования , посвященные нравственным принципам журналистики. Они требуют от журналиста ответственности к отдельной личности, свободы от стереотипов и принадлежности. Профессиональное общение журналиста со своими героями рассматривается здесь как гражданская и личная ответственность и политическая независимость.

Более детально исследуется теория и методология интервью западными школами . Здесь хотелось бы выделить лишь подходы, достойные наибольшего внимания. Например, ставшей уже популярной теории «перевернутой пирамиды» подчиняется закону вопросов-ответов на несколько традиционных вопросов: кто? что? когда? ? как? почему? В данной « пирамиде» самый главный элемент события - итог и результат выносится в начало , а не в конец . Это правило безошибочно в процессе классической модели событийных новостей, при чем в самых различных культурных традициях. Перевернутая

пирамида, следует своей формуле: "Главное - вперед" - что позволяет быстро вынести основную информацию в самое начало, и все его внимание концентрируется на фактах.

Широкие возможности в теории *творческого интервью*, когда участники беседы, обмениваясь мнениями, идеями, достигают такого уровня знания, которому каждый из них не пришел бы в одиночку, самостоятельно. Автор данного подхода, Mezler K. считает, что журналист должен подходить к своим интервью не «линейно», а креативно, чтобы в публикациях информационный продукт содержал незнакомую читателю информацию.

В настоящее время в образовательных заведениях Европы и Америки популярностью пользуется новая методология интервью, созданная известным журналистом Джоном Саватски. Его «идеология» заключается в разрушении стереотипов вопросно-ответного диалога, который основывается на скрытом соревновании журналиста и собеседника, для «вымогания» ответа. Соревнование, т.е. борьба у общающихся, по мнению Джона Саватски, признак любого разговора, но не метод получения информации, пригодный для журналистского интервью. «В интервью не надо бороться, - считает он, - тут надо получать ответы на заданные вопросы». [9, с. 78]

Разнообразные подходы к проведению интервью возникли как итог желания исследователей сложить и проанализировать наиболее популярный эффективный способ получения информации, но немного что изменили в их отношении к интервью. Разговор по телефону, вопрос у самолета, участие в пресс-конференции, опрос на улице, диалог, «круглый стол», персональное интервью т.д. На деле все варианты проведения интервью в различных целях и есть интервью в широком смысле слова. Конечно, поведение журналиста варьируется от разнообразия темы, уровня поставленных задач и степени участия в нем журналиста. Но, тем не менее, во всех случаях, интервью — *межличностное вербальное общение для получения и производства*

определенного знания с целью удовлетворения информационных потребностей общества. [6, с.56]

Из всех взглядов на подход проведения интервью, подход Джона Саватски, отвергающий «борьбу» и предлагающий партнерские отношения, пожалуй, ближе всего к современной журналистской. [7, с.89] И все же этот подход не включает всех вариантов поведения журналиста, вступающего в контакт с другими людьми для получения необходимой информации. Характеристики его взаимодействия с респондентом намного разнообразнее. Причем они меняются в зависимости от различных факторов как индивидуального так (например, от личности собеседников), и социального (сложившихся отношений общественными институтами, и отдельными сферами).

Несмотря на концептуальные особенности подходов, разнообразие стилей и форматов, интервью как способ получения сведений в целях информирования общества, журналист имеет и свои конкретные поведенческие приемы, которые могут быть им использованы в работе. Перечислим различные варианты.

Конфронтационный стиль, мнению М.М. Лукиной, проявляется, когда журналист не доверяет своему источнику и в каждом ответе ищет двойной смысл. Его вопросы часто являются неличеприятными, и собеседник тут ждет подвоха. Такой, «лезущий во все дыры скептик». Кстати, «натаскивание» репортеров, занимаются многие организации, и это часто ведется помощью с терминологии, похожей на военную. В данном стиле, намечается «план битвы», разрабатывается «план контрнаступления» и начинается «атака вопросами». Хотя на деле необходимыми критериями эффективного межличностного общения являются сострадание, терпение и внимание к собеседнику. Однако таких интервьюеров, характеризуют скорее холодный расчет, жесткость, в некотором смысле агрессивная напористость. Именно

этот поведенческий стиль сильно повлиял на формирование в общественном сознании негативного стереотипа о журналистах.

Элитарный стиль сформировался в определенных условиях в процессах социальной стратификации. Он противостоит конфронтационной стратегии, а его формы относятся к обостренному чувству социальной ответственности, который стоит на страже интересов социальных групп. В случае журналист является в роли, «социального контролера» определенных сторон жизни общества: экономики, политики и т.д. Как ни странно, в отличие от журналиста-скептика, выбравшего соревновательную модель поведения, стоящего на страже всего общества, представитель элитарного подхода «обычному человеку» не уделяет слишком много времени.

Партнерский режим общения отличается от двух предыдущих различным подходом к некоторым базовым подходам журналистов к источникам информации. Процесс информационного поиска, который является важным условием подготовки и производства материалов, в первых двух типах воспринимается как сбор сведений о действительности, а люди, располагающие данной информацией, рассматриваются как поставщики, или информаторы. В партнерском же режиме сбор информации осуществляется не с помощью ролевых функций «сборщиков» и «поставщиков», а с помощью человеческой коммуникации равноправного взаимодействия двух или более людей. Кстати, информационный продукт для новостей гораздо чаще, чем мы думаем, возникает в ходе интервью, и в этом смысле новость - продукт появившийся в ходе человеческого взаимодействия, в результате их созидательной деятельности. Этот подход требует самоотдачи автора проникновения в жизнь собеседника, понимания сути его убеждений, мотивов, даже если это не важно для «темы».

Эпоха гражданского общества (особенностью которого является свобода слова) складывающийся на рубеже веков новый информационный порядок,

поставили участников информационного процесса перед необходимостью отказа от старых стратегий. Появляются новые подходы в журналистской практике, построенные на принципах прозрачности, толерантности и уважения к собеседнику. Становятся неактуальными агрессивный метод «сбора информации» и конфронтационный стиль. Все реже допускается вхождение журналиста в область оценок и мнений, основная тяжесть целиком переносится плечи ньюсмейкеров. Журналист снимает маску элитарности. Когда самоценной является сама информация, менее популярным оказывается «разговоры по душам», беседа «на равных». В этом случае собеседник выходит на первый план как источник информации, а уж задача журналиста - добыть эти сведения, а главное- ненавязчиво, с профессиональной легкостью, изяществом, и передать обществу по назначению. Немалую роль в таком подходе играет интерактивное участие общества, которое может, как полноценный партнер, войти в процесс интервью. Журналист тогда выступает и в роли режиссера, модератора источника, а также потребителя информационного продукта. [4, с. 77]

2.2 Анализ интервью на примере журнала «Jeans City»

Выбор интервьюируемого журналистом осуществляется в соответствии с заказом интервью редакцией. Этот процесс является трудоемкой процедурой, требует умения общаться и поддерживать контакт с людьми. При выборе места проведения интервью учитываются пожелания интервьюируемого либо определяется конкретной ситуацией. Запись ответов собеседника осуществляется либо вручную журналистом, либо при помощи технических средств, либо привлечением помощника-. Можно выделить следующие плюсы интервью по сравнению с другими жанрами. Во-первых, получение

исчерпывающей о мотивно- ценностных ориентирах респондента. Во-вторых , получение максимального объема информации от непринужденной беседы. В-третьих, возможность наблюдать за реакцией собеседника корректировать получаемые ответы . Немаловажным достоинством интервью можно отметить построение доверительных отношений между интервьюером интервьюируемым. В ходе процесса интервью существует возможность корректировать план общения . Интервью способствует установлению уютной обстановки общения, что способствует искренности ответов собеседника . К минусам интервью можно отнести: материальные затраты, а также временные ; трудоемкость подготовки; привлечение специалистов для беседы на узкопрофильные темы. Также при проведении интервью возникает проблема анонимности респондента, поскольку жанр предполагает беседу и публикацию данных. Поэтому , процедура интервьюирования зависит от согласия респондента на открытость беседы. Все вышеуказанные минусы не являются непреодолимыми и в какой-то степени ориентируют журналиста на оптимизацию, совершенствование процедуры и настраивают более серьезное отношение к его организации для максимального использования преимуществ.

Как и любой другой жанр , интервью выполняет свои функции: получение сведений и материалов посредством взаимодействия с респондентом; воздействие на респондента, вопросно-ответная функция воздействия в ходе ведения интервью. Можно выделить три основные функции : информативная, идеологическая, влияющая. Информативная функция интервью заключается в том, что интервью должно быть интересно читателям , показать проблемы и темы интересующие общественность и, соответственно, показать ответы респондента на них. Идеологическая нацелена на освещение ценностных ориентиров, в какую-либо историческую эпоху. Основой влияющей функции является воздействие на целевую аудиторию и на процесс выработки отношения и мнения у них к тому или иному явлению, показываемого в

интервью. Поэтому , интервью направлено на получение ответов на вопросы, интересующие аудиторию. Главная особенность — актуальность поводов , дискуссий в ходе ведения беседы.

Задача интервью — донести актуальные сведения по важному, интересующему вопросу, полученные от компетентного человека, что определяют информационную основу этого жанра.

Элементы своего мнения , а значит и оценка происходящих событий , складывающихся ситуаций присутствуют в каждом интервью . Но бывает, журналист определяет перед собой сложную задачу: не только получить информацию по актуальной теме , но и выяснить мнение респондента о предмете разговора. Интервью таком случае насыщается комментированной информацией. Для убеждения общества интервьюируемый должен отвечать на вопросы, требующие оценки, мнения к аргументации, его точку зрения . Меняется характер и вопросов , и ответов. Если центр разговора становится обсуждение важных вопросов, то интервью становится сложным.

Работа журналиста требует большого профессионального опыта , хорошего ознакомления с выбранной темой . Эту подготовку сразу чувствует интервьюируемый и аудитория : она проявится в направленности вопросов, в той информации, содержащейся в них . А также в том , как он реагирует на получаемую информацию . Известно, что вопрос ответ составляют одно речевое целое. Вопрос не только определяет содержательность ответа, и его тональность. Задача, которую ставит перед собой журналист, а она проявится в вопросах, должна основываться на интересе к данному собеседнику, к обсуждаемой теме , тем самым и к аудитории.

Знание психологических особенностей не менее важно , как и уровень подготовки и компетентности к беседе. Ведь от того, насколько удалось разговорить собеседника, заинтересовать его вопросами, вовлечь в дискуссию, во многом зависит объем и качество получаемой информации .

Рассмотрим на примере интервью астраханского журнала «Jeans City», как проявляются компетентность интервьюера и его внутренняя ориентация на человека, тему и аудиторию.

Интервью, которое провел с Еленой Бажан, владелицей Галереи вкуса и стиля «Mondo Italia Gallery», магазинов «Benetton», «Intimissimi», «Calzedonia», а теперь еще и собственной марки женской одежды «Galleria», журналист астраханского журнала «City Jeans» Ю.Горелышева, предшествовали слова: «Для работы ! Для жизни ! Для особых случаев!»[14, с.32]

На мой взгляд, броскость первой фразы журналиста, несомненно, привлекает внимание целевой аудитории журнала. Ведь была приглашена одна из успешных бизнес леди города. Журналист ставит перед собой цель узнать подробнее о новом продукте , который разрабатывает Елена Бажан, тем самым проинформировав читателя о новинках города.

В современных СМИ нередки случаи стремления к сенсационности в подаче новых громких фактов, открытий, научных свершений, прогнозов. Но для общества более важна правдивость, достоверность информации, чем ее сенсационная яркость.

Журналист своими вопросами демонстрирует подготовленность к интервью. Задаются вопросы о философии, стиле и назначении бренда. Вопросы рассчитаны на внимание аудитории. Данное интервью является информационным, т.к задаются вопросы «кто? что? как? почему? зачем?»

Начинающего журналиста подстерегает опасность попасть под воздействие героя интервью, его обаяние личности , и поэтому такая атмосфера общения может повлиять на содержание вопросов. Здесь от ньюсмейкера требуются некоторый настрой, усилие, на преодоление этого стереотипа. Ведь, в итоге, острота глубина вопросов поможет лучше раскрыться , глубже проникнуть в суть проблемы и темы. И важно ,что она будет с одобрением воспринята у общества. Каждым вопросом журналист меняет разговор в другую сторону.

Также в данном выпуске журнала проводится интервью журналиста Ю. Горельшевой в рамках «круглого стола». В интервью приняли участие четыре парня, занимающиеся экстремальными видами спорта, и девушка, преподаватель университета, не экстремал. В интервью девушка имеет позицию сомневающегося оппонента по отношению к парням- экстремалам. Заголовок интервью звучит: «Ради острых ощущений?!». На мой взгляд данный заголовок привлечет читателя своей «остротой» и актуальностью выбранной темы, ведь многие хотят испытать на себе чувство экстрима, но попросту не решаются этого сделать из-за неуверенности и страха. Данный вид интервью является не простым для журналиста и требует внимания и подготовки к каждому его участнику. В нашем случае журналист оказался хорошо подготовлен к данной теме, задавал вопросы каждому участнику. В интервью уделили внимание также личностям каждого участника, их интересам и увлечениям.

Надо отдать должное интервьюеру: слова не «чистятся» (жаргонизмы — «туфта»); усеченные словосочетания, самоперебивы и т.д) В целом стилистические приметы налицо.

Еще один вид интервью из данного журнала можно привести в пример с известной всем певицей «Максим». Данное интервью я отнесла к портретному, т.к уделяется большее внимание личности певицы, чем ее деятельности и его целью является раскрытие личности, характера и индивидуальности. Подход к проведению интервью - Джона Саватски, т.к. отсутствуют соревновательные отношения между интервьюером и интервьюируемым. Уместно вошли в текст слова самохарактеристики, отражающие ее мировосприятие, отношения к делу, Беседовала с певицей журналист Д.Раджабова, озаглавив интервью «Другая реальность». Заголовок раскрывает то как девушка шла к своей мечте и добилась успеха и популярности. Данное интервью является не только портретным, но и информативным, т.к задаются вопросы про дальнейшие

планы певицы и ее новых песнях . Для читателя, а тем более фаната звезды, это станет интересным.

Возможны уточняющие вопросы , которые возникают в ходе интервью , что также иногда могут дать интересный материал. Но каждый из основных, заранее составленных вопросов должен сформировать диалог, открывать микротему.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Опираясь на задачи данной курсовой работы можно сделать следующие заключения. Интервью— процесс обмена мнениями, взглядами и сведениями. Интервью для ньюсмейкера —это, с одной стороны, способ получения информации путем общения с собеседником , владеющим ей; а с другой - публицистический жанр в форме беседы, диалога , в котором журналист с помощью вопросов помогает источнику информации более точно и в полном объеме её изложить.

Существуют разные виды интервью : информационное, аналитическое, интервью-расследование, креативное и социологические опросы. Виды интервью воздействуют на разработку планов, обуславливают ход предварительной подготовки, особенности поведения журналиста и собеседника, также определяют конкретную стратегию проведения беседы.

Цели курсовой работы достигнуты. К новым подходам проведения интервью относятся : «перевернутая пирамида», «креативное» интервью, подход Джона Саватски. Суть подходов заключается в следующем. Подход «перевернутой пирамиды» подчиняется закону последовательных ответов источника интервью на шесть вопросов: кто? что? когда? где? ? почему? В «перевернутой пирамиде » самый главный события — итог и результат - выносится в начало текста. Творческий или креативный подход подразумевает тот факт, когда участники , обмениваясь сведениями, информацией, достигают такого знания, которое каждый из них не смог бы получить самостоятельно. Подход Джона Саватски отвергает «борьбу и соревнования» в процессе интервью и предлагает «партнерские» отношения.

Подход, котором превалировала идеологическая оценка ситуации, а критерием нравственности являлись нормы партийной дисциплины , использовался в советское время. С середины 1990х годов и по сей день он неактуален.

Несмотря на концептуальные различия , разнообразие типов и стилей, у интервью как жанра по получению сведений от источника информации с целью информирования общества есть и вполне поведенческие стилистические приемы , которые могут быть использованы всеми журналистами . Перечислим различные их варианты : конфронтационный стиль, элитарный стиль, партнерский , принципы открытости, , толерантности и уважения к собеседнику.

Одной из задач курсовой работы было проведения анализа интервью, определение их видов и стилей. В ходе анализа интервью Юлии Горелышевой с Еленой Божан мною сделан вывод, что данное интервью является информационным, поскольку содержит информацию и описание нового продукта, отвечая при этом на вопросы: Кто? Что? Почему? Зачем? В этом интервью использовался журналистский подход перевернутой пирамиды. В «перевернутой пирамиде» самый главный элемент события - его итог, результат выносится в начало текста.

Анализ интервью Дианы Раджабовой с певицей «Максим» показал, что оно является портретным, т.к. его целью является раскрытие личности, характера и индивидуальности известной певицы. Для его проведения был использован подход Джона Саватски.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белановский С.А. Индивидуальное глубокое интервью. - М.: Николо-Медиа —С. 21-24.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие., М 2002 —С. 36
3. Как провести социологические исследование/ под. ред. М.К. Горшкова — М, 1990 —С. 29-32
4. Ким М.Н. Технология создания журналистского . — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. — С. 78
5. Князев А. Основы и телерепортажа. – Бишкек: КРСУ, .— С. 96
6. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – М.: Высшая школа, .— С. 30
7. Кухарчук Д.В. Социология. Краткий курс лекций., М, 2004 — С. 36
8. Лукина М.М. Технология интервью. —М.: Аспект Пресс, 2003.— С.47-51
9. Маслова О.М. Интервьюирование. —М, 1985— С. 34
10. Муратов С.А. Телевизионное в кадре за кадром. —М.: Аспект Пресс, . — С. 101-102
11. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. —М.: Аспект Пресс, 2002.— 38
12. Тертычный А.А. Жанры печати. — М.: Аспект Пресс, 2000. — С. 112
13. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы, —М, 2002 —С. 36-37
14. Астраханский журнал «City Jeans» , под ред. Бурдонова О.С. 3[59] — Астрахань, 2016— С. 32-42

15. Понятие интервью, его структура и виды [Электронный ресурс] — URL: [https://ru..org/wiki/_\(журналистика\)](https://ru..org/wiki/_(журналистика)) (дата обращения: 1.05.2017)
16. Подготовка и проведение интервью [Электронный ресурс] — URL: http://journalist.ucoz./publ/zhanry_/intervju_opredelenie_struktura_podgotovka_intervju/6--0-215 (дата обращения: 1.05.2017)
17. Современные способы проведения интервью [Электронный ресурс] — URL: <http://accons.ru/602.html> (дата обращения: 1.05.2017)

ЭКСКЛЮЗИВ | ЛЮДИ

ДРУГАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Девушка с наивными глазами и рыжими волосами покорила сердца своей прототипной историей про трудный возраст. Кажется, что образ очаровательного подростка, повзросевшего про первую любовь, ограничен рамками возраста. Однако Максим до сих пор продолжает ездить с концертами по всей стране и выпускать новые альбомы. Как начиналась ее карьера и что происходит с ней сейчас, читайте в интервью со звездой.

БЕСЕДОВАЛА РАДЖАБОВА ДИАНА

В 18 лет вы отправились покорять столицу, помните свои первые шаги по Москве? В одном из интервью вы говорили, что первые девять дней жизни на вокзале, восемь экстремальных спутников для молодой девушки, вспомните эти дни?

Это было очень веселое время, которое я вспоминаю с ностальгией. Вырвались из тихих провинциальных условий, и впервые почувствовала свободу. Когда переехала в Москву, у меня появилось ощущение, что я все могу. Этим и напоротивной максимализм.

Потом вы работали в переходе, что поддерживало вас, никогда не было желания бросить все и вернуться домой?

Мне было очень весело. Я не нуждалась в еде, шлода съезд с утра какой-нибудь, плавать из парка и весь день быть сытой и довольной. Мы играли с музыкантами музыку, которая была нравилась, и получали от этого удовольствие. Больше того, мы считали себя своеобразной танцевальной тусовкой, и для нас походило на радио или посещение танцевала казалась поводом.

Ваш песни были подписаны разными исполнителями, даже группой «Тату». Вопреки ожиданиям, уже с выходом альбома «Трудный возраст», слушатели узнали, что все эти песни, оказывается, исполнила я.

Кто, когда и как вас все-таки заметил и как вышел ваш первый альбом «Трудный возраст», который альбом медиа-бизнеса 2006 года?

На самом деле альбом вышел спустя 6 лет после его создания. Выпуском альбома занимался исполнитель Талл рекордс. На тот период Интернет только развивался, не было объективного поиска музыки, как у нас сейчас. Я сама писала музыку по простору Интернет под разными псевдонимами, они были популярны, но никто не знал, что исполнитель этих песен был женщиной. Мне очень были подписаны разными исполнителями, даже группой «Тату». Впоследствии, уже с выходом альбома «Трудный возраст», слушатели узнали, что все эти песни, оказывается, исполнила я.



СITY 23

ЛЮДИ | ЭКСКЛЮЗИВ

В детстве вы занимались карате, совсем не женский вид спорта, почему такой выбор и каких успехов достигали на этом направлении?

Маме, чтобы я не спивалась без дела, отправили меня в различные кружки. Так я пришла на уроки танцев, но по соседству был секция карате, куда я удачно «улизнула». Мне это было интересно. Достигал уровня «сеньшай» — какое-то время преподавала карате маленьким.

А как сейчас складываются ваши отношения со спортом? Я слышала, вы перешли в бокс, видели фотографии с серфом, а еще во время занятий боксом и конным спортом. Что же вам ближе?

Бокс и фитнес — это точно не мое. Я так трушу, мне скучно. Я предпочитаю активные виды спорта, где есть соперник, элемент соревнования. Считаю, что это отлично поднимает от нетипичной энергии, адреналин активизирует кровь и дух. К тому же ты развиваешь свое тело с большим результатом. Спорт идет со мной по жизни всегда, просто в разные периоды жизни занималась разными видами активностей, чтобы было интересно. Люблю чередовать различные виды спорта, чтобы не заскучать, и не записывалась на что-то одно. Серфинг я так же недавно начала изучать. Очень люблю танцы.

Считаю, что каждая женщина могла бы час в день позволить себе — будь то прогулка в парке или активная игра с детьми.

Всем советую изучить простора нашей страны — это самое красивое место на Земле! К тому же у нас много мест, которые предлагают разного рода экстрим. И горы, и бурные течения...

Еще вы ходите в экспедиции, по-настоящему, с костром, полками и на квадроциклах, расскажите, где вы уже бывали и как проходит такие походы?

Я много где бывала в России, как в гастролях, так и просто путешествуя. Всем советую изучить простора нашей страны — это самое красивое место на Земле! К тому же у нас много мест, которые предлагают разного рода экстрим. И горы, и бурные течения... А для некоторых можно отдыхать спокойно — просто расслабиться, использовать время, чтобы подумать, расставить все мысли по полкам.

А что с музыкой? На какие ваши подвиги вы все погрузились как



очаровательную девочку-подростка, поощряю о любви. Сейчас вы взрослая женщина с двумя детьми, какие музыкальные повороты? Как вы сами характеризуете, и приморю, свой последний альбом «Хорошо»?

Если честно, с выходом альбома еще ни разу его не слушала. Очень много времени провела с ним в студии, при записи и сведении. Но буквально несколько дней назад дети выжили его дома, какой-то момент пришлось переосмыслить, и я пошла, что альбом действительно хорош! (смеется — СТУ) Считаю, что это самый искренний и открытый альбом за все мое творчество.

Ну, и конечно, какие планы на будущее? Что нового нам ждать от певицы Максим?

Я сейчас работаю над синглом на свою песню «Шторм». Песня абсолютно новая, не из альбома «Хорошо». Я очень много времени уделяю совместной жизни, качеству работы, поэтому не выпускаю клипы каждый месяц — для меня это такая история, каждая моя, поэтому иногда приходится над чем-то долго потрудиться, затратить время, чтобы в результате получить ожидаемый и красивый результат. Также мы приступили к набору детей на обучение в мою школу искусств в сентябрьскую группу. В новом учебном году будет много мероприятий с новыми учителями и даже собственный авторский мюзикл.

24 СITY

ЛЮДИ | КРУГЛЫЙ СТОЛ



ВЛАДИМИР ГУРЕВ
наполнитель-режиссер,
около 30 лет



МАКСИМ ИВАНОВ
заключитель порочной тройки,
порно-режиссер, анимационщик,
сценарист, участник и режиссер
на автошоу



АНДРЕЙ ПРОВАЛЕНКО
заключитель третьей тройки,
сценарист



КАТЕРИНА ГИВКИВ-ИЛЕНКОВА
продюсер в индустрии,
главный оператор, не актриса



ВАЛЕРА СМЕРНОВ
оператор, журналист-аниматор

РАДИ ОСТРЫХ ОЩУЩЕНИЙ?!

НА ЧТО ТОЛЬКО НЕ ИДУТ СОВРЕМЕННЫЕ ХОМОСАПИЕНС РАДИ ВЫБРОСА В КРОВЬ АДРЕНАЛИНА: И ВЗМЫВАЮТ ВВЫСЬ, И НА САМОЕ ДНО ПОГРУЖАЮТСЯ, И ГОНКИ С ВЕТРОМ УСТРАИВАЮТ. И ГЛАВНОЕ, ВСЕ ЭТО ТАК И МАНИТ, ТАК И ЗОВЕТ. РЕДАКЦИЯ CITY СОБРАЛА ЗА ОЧЕРЕДНЫМ «КРУГЛЫМ СТОЛОМ» ЧЕТВЕРЫХ ЭКСТРЕМАЛОВ РАЗНОГО РАНГА И КАЛИБРА, И ОДНУ СОМНЕВАЮЩУЮСЯ ОППОНЕНТКУ. ПОСМОТРИМ, КТО КОГО?!

БЕСЕДОВАЛА ГОРЕЛЫШЕВА КЛИЯ
ФОТО - ТРУБИЦИН ДМИТРИЙ
МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ СЪЕМОК - ПАВКАЗКАФЕ «КРЕНДЕЛЬ»



Итак, господа и дамы, тема сегодня по-настоящему интересная: экстрим (за или против)? Давайте расставим приоритеты!

Катерина: Я думаю, с работами тут все понятно. Я и себя не могу назвать активным предпринимателем. Наверное, просто мой инстинкт самосохранения не дает вступать во все это... Слава богу не мешает мне заниматься спортом...

Павел: Шахматыми? (улыбается - CITY)

Катерина: Не совсем. Я предпочитаю традиционно женские «высокие спорты»: танцы и фитнес.

Очень здорово, что Катерина сильно эмпатична к теме индустрии!

самосохранения... И как раз хотела поспрашивать, какие моменты вот о чем: многие неопытные сценаристы алфавитом еще не знают нормативов. Слышали ли вы с ними? И как давно и, собственно, как именно вы «поделили» на это?

Павел: Если просят это утверждение и затевают, то в значении я не считаю это дело чем-то опасным. Да, есть определенные риски, но они есть и ежедневно по пути на работу или домой.

Катерина: Я впрочем малою мною не совсем солидарна с коллегами в этом вопросе. На мой взгляд, если этот самый инстинкт работает в непрерывном режиме, то человек находится в состоянии стресса. В то же время отключить ситуацию и не слушать, что там говорит интуиция, не равно быть свободнее. Здесь нужна какая-то вечная «золотая середина».

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Андрей: На самом деле тут все несколько иначе: инстинкт самосохранения не работает как рычаг, а у экстремалов, как правило, всегда подготовлен, причем типичным образом. Да, есть такое понятие, как «форс-и-жор»...

Павел: Да, мне часто кажется, что стрессовое в любом экстриме или охоте - это быть подготовленным к тому, что тебя ждет. Защищаться страшно без экипировки, шлем, странное дело? (улыбается - CITY)

Катерина: Это все верно, но, пожалуй, вы забываете слово «анимация»: она снижает самоощущения, если еще неопытные сценаристы, например, семья, родители...

Максим: Ипотека... (смеется - CITY)

пайдете, куда потратить время или деньги.

Катерина: Согласна! Но сейчас в приоритете у меня несколько другие вещи, при достижении их, естественно, на горизонте более явно выделяется что-то похожее на парижку (улыбается - CITY).

Павел: Ого! Максим! Да, но это какое-то студенческое бездельничанье, когда возможность не позволяла... У тебя-то Паша, я так понимаю, несколько других историй...



Катерина: Ну, если серьезно, тогда ты удивишься, что неешь ответственность перед зрителем, не особо хочешь рисковать жизнью и здоровьем ради острых ощущений!

Павел: Катерина, ну скажи же тебе честно: не можешь что-то сказать?

Катерина: Нет, конечно же! У меня есть мечта прыгнуть с парашютом. Конечно, в одиночку и с минимальными шансами. Сейчас это невозможно в силу объективных причин: время, финансы...

Максим: Вы знаете, если поговорить о безопасности и ответственности, то это не мое дело.

Катерина: Это не мой случай! Я никогда не отключалась, и реально понимаю...

Максим: Не исключая, но, во-первых, когда что-то делается с ответственностью (особенно та, что касается экстрима), любя, споря, экипировав и т.д., надо делать, иначе всегда

А может ли гроба «заменить» чем-то экстремальным? Или символически?

Катерина: Нет, конечно! Это, на мой взгляд, должно быть параллельно с настоящим гробом. Во всяком случае, если мы говорим о любительской, какой-то разовой истории: взять и сделать...

Павел: А не боитесь ли вы отключиться?

Катерина: Вы знаете, я очень увлекающийся человек!

Давно ли вы начали поговорить о том, как вы пришли к своим увлечениям?

Максим: У меня все началось с туризма, в том числе с поездки «Спутниковое ориентирование», куда я пришел в августе 1997 году. Потом первый поход в горы, первый научный спелеологический поход от «Русского географического общества» - естественно, разные анимации... Вот так и началось. Пробовал сделать анимацию, кстати. Вышло издалека! Черноморское побережье, Южная Осетия, Карачаево-Черкесия...

Павел: Первые пару раз вот так у меня были съезды (улыбается - CITY). Сейчас это что-то вроде прищипки: если не видно разницы, зачем платить больше! (смеется - CITY) Два дня пеху, и примеру, и вертел на Питере! Вала отпус, рюкзак, вылет на трассу и маршрут на выходные в город на Неве. Из своего опыта могу сказать, что хорошее настроение - до 80% успеха в дороге. Плюс во всем, потому я не ставлю целью куда-то добраться, дорога и есть сама цель. Я получаю удовольствие от процесса!

Вот, наконец-то мы пришли к тому: любовь увлечению - это, прежде всего, эмоция! Расскажите о том, что интуитивно вы понимаете в небо, зная наперед эмоции с ветром...

Владимир: Мне кажется, здесь в принципе и много чего говорить. Если человек хочет выжить в жизни,