



ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070(047.53)

ЖАНР ИНТЕРВЬЮ И ЕГО МОДИФИКАЦИИ

Е. Б. Сахнова

Саратовский государственный университет
E-mail: sahnovaevg@mail.ru

В статье рассмотрен один из существенных вопросов журналистики – проблема выделения жанра интервью из близких к нему в СМИ (на материале газетных и радиальных интервью).

Ключевые слова: интервью, классическое интервью, жанровые модификации интервью, ток-шоу, круглый стол, особое мнение, интервьюер, ведущий.

Genre of Interview and its Modifications

E. B. Sakhnova

The article deals with one of the vital issues of journalism, the issue consisting in singling out such a genre as interview among other similar ones in mass media (on the basis on newspaper and radio interviews).

Key words: interview, classical interview, genre-based modifications of interviews, talk show, round table, individual opinion, interviewer, host.

«Интервью» в широком понимании термина – собеседование. В журналистике интервью – это особый жанр, в определениях которого различаются интервью-способ получения информации и интервью-способ представления информации. Жанр СМИ – это способ представления информации.

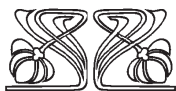
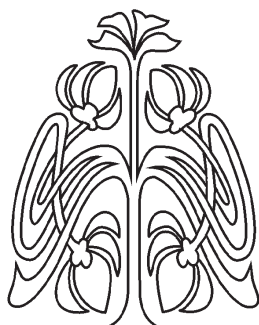
Интервью как жанр определяет диалогическая форма подачи информации. Как считает И. В. Иванова, основополагающими признаками жанра интервью являются: 1) целенаправленность беседы для ее распространения в СМИ; 2) публичный характер разговора; 3) интервьюируемый – общественно значимая фигура; 4) непосредственное общение собеседников; 5) вопросно-ответный комплекс; 6) двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя)¹.

В последнее десятилетие интервью находится в центре внимания лингвистических исследований (см., например, работы Т. И. Поповой, М. М. Лукиной, Э. М. Ножкиной, Е. И. Голановой и др.). Однако недостаточно изученными остаются его модификации (ток-шоу, круглый стол, «особое мнение»).

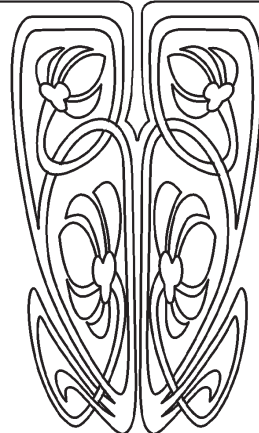
Цель статьи – показать, чем отличается роль интервьюера в классическом интервью от роли интервьюера-ведущего в модификациях жанра.

Классическое интервью представляет собой устный (на радио и телевидении) или письменный (в газете, при этом письменная форма является вторичной) диалогический текст. В классическом интервью участвуют только два лица: интервьюер и интервьюируемый. Структурно-композиционные черты интервью стабильны: зачин – основная часть – концовка. В структуру интервью, помимо основного текста, входит также заголовочный комплекс (в газете – надзаголовок, основной заголовок, подзаголовок, а также заголовки каждого содержательного блока), предисловие (лид, врезка).

Цель встречи у каждого из участников интервью своя: у журналиста – познакомить читателя/зрителя/слушателя с интересным собеседником или узнать у него социально значимую информацию; у собеседника – познакомить адресата (журналиста и аудиторию) с собственной позицией



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





или поделиться с ним информацией; у массового адресата – познакомиться с новым человеком, составить свое мнение о нем или/и узнать что-то новое о какой-либо проблеме.

В научной литературе существует множество типологий классического интервью, что во многом определяется индивидуальностью и неповторимостью каждого диалога. Деление по видам производится в зависимости от цели и темы беседы, например: информативные, экспертные, проблемные, интервью-«знакомства» (портретные, разблачающие, «звездные»)². Свою специфику имеют интервью разных родов СМИ.

Как верно отмечает В. Л. Цвик, жанр интервью используют тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем журналист³. Интервьюер в традиционном интервью лишь посредник между аудиторией и интервьюируемым. В классическом интервью журналист не должен вмешиваться в ответ, дополнять его, комментировать, высказывать собственное мнение. «Опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной цели – максимального самораскрытия интервьюируемого лица»⁴. В традиционном интервью на ответы гостя отводится 70–90% текста⁵. Как справедливо утверждает А. В. Колесниченко, если журналист говорит в интервью столько же или больше, чем собеседник, – это признак недостаточной квалификации⁶.

Компетентность журналиста обнаруживается еще на стадии подготовки к диалогу. Одной из основных задач является выбор собеседника в интересах аудитории. Любому интервью должна предшествовать тщательная подготовка: определение основной темы разговора, стратегии и тактик ведения диалога в зависимости от типа интервью и личности интервьюируемого, выстраивание композиции вопросов. Во время интервьюирования в задачи журналиста входит установление наиболее подходящей тональности общения, поддержание естественной логики развития диалога, умение «разговорить» молчаливого собеседника или, напротив, удержать беседу в нужном русле, если собеседник отвечает слишком пространно. В задачи интервьюера может входить создание определенного образа интервьюируемого: положительного или отрицательного. Так, ряд провокационных вопросов, направленных на то, чтобы «разозлить собеседника, возбудить страсти, чтобы на волне вспышки эмоций получить открытый, импульсивный ответ», заставить собеседника потерять над собой контроль и «выложить все как на духу»⁷, может показать интервьюируемого аудитории с совершенно неожиданной, чаще негативной, стороны. Или, напротив, журналист может дать своему собеседнику возможность оправдаться перед массовым адресатом.

Классическими, по нашим наблюдениям, можно считать большинство газетных интервью. В качестве примера обратимся к анализу портретного психологического интервью «Священный мусор

памяти», опубликованного в «Российской газете» (РГ. 21.02.2013). Интервьюер – Вера Копылова, интервьюируемая – писательница Людмила Улицкая. Поскольку нам доступен только опубликованный вариант интервью, мы ничего не знаем о его подготовке, мы не можем быть уверены даже в том, были ли озвучены во время интервью вопросы. Интервью в газете никогда не бывает стенограммой реальной беседы, оно всегда результат литературной обработки текста интервьюером, корректором, редактором.

Интервью-портрет как один из видов классического интервью имеет свою специфику. Герой интервью-портрета – человек, который известен широкой публике как выдающаяся личность, проявившая себя в какой-либо сфере общественной жизни. Часто такими героями становятся, как в анализируемом тексте, деятели искусства: «...они интересны и сами по себе как личности, и как выразители общественных настроений, которые первыми понимают происходящее и могут передать это понимание другим»⁸.

Поскольку в классическом портретном интервью главный интерес сосредоточен на «персоне», задача журналиста – помочь ей всесторонне раскрыться при минимальном выражении собственно «я». Роль интервьюера сводится к тому, чтобы подготовить и задать такие вопросы, которые, с одной стороны, станут достоянием стимулом для развернутых реакций интервьюируемого, а с другой стороны, будут содержать необходимую информацию для того, чтобы читатель смог составить свое мнение о герое. Акцент в обработанном варианте психологического интервью-портрета делается на тех вопросах, которые нацелены на выявление особенностей личности интервьюируемого, определение системы его жизненных ценностей.

Несмотря на то что журналист в любом классическом интервью лишь посредник между интервьюируемым и аудиторией и его личное мнение должно остаться неизвестным массовому адресату, формирование эмоционального-психологического восприятия интервьюируемого у читателей во многом зависит от того, каким захочет представить его журналист. Читатель видит героя глазами интервьюера, формирует свое мнение о нем, исходя из аспектов, освещенных журналистскими вопросами.

Создание образа начинается с заголовочного комплекса. В классическом интервью именно в заголовке, врезке, фотографии обнаруживается эксплицитная или имплицитная оценка журналистом героя.

Заголовочный комплекс выбранного интервью включает традиционные для классического газетного интервью элементы. Основной заголовок «Священный мусор памяти» отсылает читателя, знакомого с современной литературой, к названию последней книги Л. Улицкой «Священный мусор». Будучи проспективной единицей текста, заголовок намекает на основную тему интервью



– в центре внимания личность писательницы, ее размышления о литературе, воспоминания о детстве, взрослении; отсутствие глаголов в заголовке помогает передать эмоциональную тональность текста – вдумчивое, серьезное, неторопливое рассуждение интервьюируемой. Для понимания жизненной позиции писательницы значим подзаголовок «Творчество и цинизм вещи несовместные, уверена Людмила Улицкая».

В нашем материале формированию положительного образа Л. Улицкой способствует оценка журналистом ее творчества, выраженная эксплицитно во врезке: *Она не только писатель, автор «Сонечки», «Казуса Кукоцкого», «Даниэля Штайна, переводчика», «Зеленого шатра» и других произведений, которые перевернули представление издателей о неизбежной малотиражности серьезной литературы. Ее книги выходят сотысячными тиражами и пользуются колоссальным успехом не только у членов литературных жюри (здесь и далее выделено нами. – Е. С.). Зачастую во врезках содержится интрига, призванная удержать читательский интерес, например, в анализируемом материале: Но она обладает чем-то большим, чем литературное мастерство. Вторая часть врезки является логическим продолжением первой: журналист отвечает, чем же большим обладает его собеседница, подчеркивает ее исключительность: Соединение в одном человеке разумного взгляда на жизнь, колочего чувства справедливости и душевной тонкости – ценность, которая редко встречается. Заканчивается врезка определением основной темы разговора: Как раз о ценностях жизни мы и поговорили с Людмилой Евгеньевной.*

Заголовок, подзаголовок и врезка в совокупности ориентируют читателя на содержание всего материала.

Помимо заголовочного комплекса, важным структурным компонентом интервью являются фотоиллюстрации и комментарии к ним. Так, анализируемый текст сопровождается фотопортретом Л. Улицкой, на котором она стоит перед микрофоном: вытянутая вперед рука с выставленным указательным пальцем заставляет читателя думать о ней как о сильной, волевой личности, готовой отстаивать свою позицию, доказывать свою точку зрения. В комментарии к фотографии – цитата (Людмила Улицкая: *Речь в книге не идет о старых вещах. Скорее, о старых идеях. О способности меняться, о кризисе, который вынуждает человека расти...*), которая поддерживает тему интервью, обозначенную в заголовочном комплексе.

Удачно подобранные заголовки, фотографии и комментарии к ним играют определяющую роль в формировании образа интервьюируемого. Основной текст разговора, как правило, продолжает конструирование образа в заданном ключе.

В задачи интервьюера входит выбор соответствующего стилистического уровня общения, тональности разговора. В классических интервью, предназначенных для публикации в серьезных

изданиях, предпочтителен официальный уровень общения – по имени-отчеству и на «вы», исключение из речи нецензурных слов и выражений, жаргонизмов и т. д. Именно официальный уровень общения представлен в анализируемом интервью.

Тональность общения напрямую зависит от речевых позиций участников интервью. Ю. З. Кантор выделяет типичные «коммуникативные» роли интервьюера: 1) интервьюер-партнер, 2) интервьюер-конформист, 3) интервьюер-дипломат, 4) интервьюер-агрессор, 5) смешанный тип⁹. Многие современные исследователи, характеризуя интервью, говорят об определенном «кодексе взаимоотношений» между партнерами и, учитывая ряд параметров, выделяют как минимум три типа взаимодействия: зависимость, сотрудничество, доверие¹⁰. Выбор типа позиции во многом зависит от личных качеств журналиста и определяется, вероятно, уже при подготовке к беседе. В рассматриваемом тексте журналист – партнер, что, на наш взгляд, типично для классических интервью, в задачи которых не входит разоблачение интервьюируемого; тип взаимодействия коммуникантов – кооперация.

Классическое портретное интервью отличается от других видов интервью относительно свободной композицией. Как отмечает М. М. Лукина, для него характерно развитие беседы в интуитивно-импровизационном ключе¹¹. Нельзя не согласиться с А. В. Колесниченко в том, что «в разговоре могут быть затронуты любые факты и сферы жизни», «не важно, о чем конкретно пойдет речь, потому что цель журналиста – не добыть какую-то конкретную информацию, а преодолеть “фасад” личности, показать, что представляет собой этот человек на самом деле»¹². Постараемся показать на примере выбранного текста, какие фреймы традиционны для этого вида классического интервью. Под фреймом мы, вслед за Т. И. Поповой, будем понимать «множество вопросов, которые следует задавать в гипотетической ситуации»¹³. Фрейм может состоять из нескольких слогов, то есть группы вопросов, которые подчинены общей цели.

Блок «прошлое» представлен в интервью только одним фреймом «Восприятие и оценка прошлого» (терминология Т. И. Поповой): *Тема взросления в «Зеленом шатре» заставляет меня спросить: когда повзрослели вы сами?; «Священный мусор» – книга о памяти, но давайте возьмем уровень попроще. Метафорой памяти становятся старые вещи, которые нет сил выкинуть. По фен-шую считается, что старые вещи забирают энергию, что надо избавляться от прошлого ради будущего... К блоку «прошлое» мы относим и проективный вопрос, заставляющий Л. Улицкую определить свое поведение в воображаемой ситуации прошлого: «Зеленый шатер» посвящен тем, кто в день ввода советских войск в Чехословакию в 68-м оказался на митинге на Красной площади. Их было семеро. Если бы было дозволено вернуться в прошлое, еще раз оказаться в том дне, вы бы не вышли на*



Красную площадь? Все вопросы направлены на выявление отношения Л. Улицкой к своему прошлому, на определение того, какую роль сыграло прошлое в формировании ее сегодняшнего мировосприятия.

Блок «настоящее» представлен двумя основными фреймами – «Отношение к своей профессиональной деятельности» и «Личность собеседника», которые находятся в тесной взаимосвязи: большинство вопросов носит профессионально-личностный характер, и разделение их весьма условно. Можно выделить слоты «трудности профессии», «особенности профессии», «предпочтения», «система ценностей», «профессиональная самооценка, самоидентификация». Вопросы, запрашивающих какую-то конкретную информацию, в интервью нет. Большинство журналистских реплик нацелено на раскрытие внутреннего мира героини, что типично для психологического портретного интервью, так как основная задача интервьюера – раскрыть личность интервьюируемого. А. В. Колесниченко справедливо указывает на сходство личностного интервью с психологическим тестом, в котором последовательно раскрываются различные стороны личности респондента¹⁴.

Журналистское «я» ни в одной реплике прямо не выражено. Большинство вопросов в интервью строятся по схеме «утверждение (общеизвестный факт) + вопрос. Первая часть вопроса – утверждение – может содержать ссылку на неизвестный источник (*В одном из откликов в Интернете...*) или на высказывания авторитетного лица, но ни в одном из вопросов в качестве утверждения не выступает собственная позиция, мнение интервьюера. Журналистское «я» появляется лишь в одном вопросе, но и то не как позиция: *Тема взросления в «Зеленом шатре» заставляет меня спросить: когда повзрослели вы сами.*

Отсутствие «я-высказываний», яркого выражения собственного мнения, вербального обозначения личного отношения журналиста к собеседнику – характерная черта классических интервью.

Важно подчеркнуть, что в анализируемом интервью журналист не вмешивается в ответы интервьюируемого, не дополняет и не комментирует их.

Итак, в классическом портретном интервью стимулированию самооценки и оценочных суждений способствует активизация наиболее подходящих, названных выше, содержательных фреймов. Уточнения и пояснения возможны только в том случае, если они необходимы для верной интерпретации слов героя массовым адресатом.

Для классического интервью выражение собственной позиции, личного мнения журналиста не характерно. Однако это не означает, что личность интервьюера никак не проявляется в тексте. Значительно влияние журналиста на формирование читательского восприятия интервьюируемого в заголовках, врезках, фотографиях и комментариях к ним.

Кроме классических интервью, современные массмедиа предлагают большое количество

«околоклассических» интервью. Чаще всего такие интервью появляются на радио. «Околоклассическими» интервью мы считаем ток-шоу «Особое мнение» (далее ОМ) с И. Гмызой, «Персона грата» (ПГ) с В. Ушкановым, «От первого лица» (ПЛ) с Н. Бехтиной на «Радио России». Названные интервью отличаются от традиционных ролью интервьюера: журналист уже не интервьюер, а ведущий передачи. Формат передач предполагает не только вопросы представителя СМИ и ответы интервьюируемого, но и обмен мнениями. Поэтому ведущие «околоклассических» интервью – это обязательно авторитетные журналисты, мнение которых интересно массовому адресату так же, как и мнение гостей передач. Журналист может дополнять ответ интервьюируемого, комментировать, уточнять его. Однако ведущий и гость передачи не равноправны. Основным говорящим, как и в классическом интервью, все же остается приглашенный собеседник.

Конечно, говорить о границах между классическими и «околоклассическими» интервью можно с большой долей условности: четкой грани нет. Но можно судить о степени «отдаленности» отдельных интервью от классических. Так, на «Радио России», на наш взгляд, наиболее приближенными к классическому интервью можно считать интервью в передачах «Персона Грата», более отдаленными – «От первого лица» и «Особое мнение».

Во всех названных передачах представлены проблемные интервью. Гости – эксперты в той или иной сфере. Роль ведущего подразумевает постоянное взаимодействие не только с непосредственным собеседником, но и со слушателями. В задачи ведущего входит вербальное обращение и к непосредственному, и к массовому адресату (например, в приветствиях, в приглашениях слушателей к взаимодействию посредством Интернета, в заключениях, в призывах к «соразмышлению»: *Согласитесь, даже этот великий мыслитель (Конфуций. – Е. С.) не смог дать исчерпывающего ответа на извечный вопрос: что же такое счастье?* (ПГ. 19.02.2013). Ведущий радиointerview сам представляет гостя слушателям, называет основную тему разговора, объясняет, почему в качестве интервьюируемого приглашен тот или иной человек. В передаче «Персона грата» с В. Ушкановым используется устойчивая формула представления гостей: *Психолог, практикующий психотерапевт Алла Семёновна Спиваковская – желанная персона в нашей студии* (ПГ. 19.02.2013).

Подводки к интервью на радио по своей функции аналогичны врезкам в газетных интервью: их задача – заинтересовать, привлечь массового адресата. Так как все выбранные для анализа радиointerview проблемные, в подводках зачастую подчеркивается актуальность, злободневность предлагаемой для обсуждения темы: *О так называемом законе Димы Яковлева говорилось в последнее время столько, что, кажется, добавить к этому больше нечего. При этом, как это чаще всего и бывает в российских дискуссиях, никто*



никого ни в чем не убедил <...> (ПГ. 14.02.2013); При этом даже люди, мало интересующиеся политикой и законодательством, знают, сколько споров он (закон. – Е. С.) вызвал, сколько было критических замечаний в адрес законопроекта со стороны профессионалов и сколько страха он вызывает до сих пор у наших сограждан (ПГ. 18.02.2013).

Для удержания внимания слушателей в подводках используются различные средства речевого воздействия, но наиболее регулярны, как показывает наш материал, указания на насущность поднимаемых в интервью проблем (примеры выше), риторические вопросы (Возможно ли победить коррупцию? Дадут ли результат громкие дела против чиновников-казнокрадов? И предполагают ли эти почти риторические вопросы хоть какие-то ответы? (ПЛ. 27.02.2013); Может, как раз это нас так сильно обижает, – мы привыкли, что нас либо очень любят, либо ненавидят, и не можем пережить равнодушного к себе отношения? (ПГ. 26.02.2013)), местоимение мы, объединяющие журналиста, интервьюируемого и слушателей в категорию «своих», единомышленников (Мы не отдаем сирот в другие страны, – хорошо, решено. А что мы можем предложить им в России, и как мотивировать сограждан к их усыновлению, и всем ли можно позволить это сделать? (ПЛ. 14.02.2013); Но при этом мы всегда ждём от законодателей разъяснений и честных ответов на все, пусть даже малопривлекательные вопросы, которые нас волнуют (ПГ. 18.02.2013)), апелляции к фонду общих знаний (Деньги любят счет, – это общеизвестная истина (ПГ. 01.03.2013); У нас, опять же, многие убеждены, что американцы не любят Россию (ПГ. 26.02.2013)), сравнения, противопоставления (Даже в футболе, где забитые в ворота мячи, казалось бы, позволяют точно определить победителя, порой возникают горячие споры, а по правилам ли велась игра и насколько честно команда улучшила своё положение в турнирной таблице? В других сферах человеческой деятельности результаты оценить ещё сложнее. Яркий пример – результаты модернизации отечественного здравоохранения (ПГ. 28.02.2013)).

В отличие от интервьюера в классическом интервью, в радиоинтервью роль ведущего предполагает большую свободу журналиста. Хотя степень этой свободы различна в разных передачах.

В передаче «Персона грата» встречаются примеры оценивания В. Ушкановым высказываний интервьюируемых с точки зрения обоснованности/необоснованности (Вы говорите достаточно убедительно (ПГ. 14.02.2013)); уточнения ответов собеседников (Люди, которые работают в Государственной думе, они вчера в ней не работали. Они были учителями, врачами, инженерами у себя на территории. И это абсолютно такие же люди, которые отвечают на этот вопрос. – Ушк. И ко всему – были и остаются папами и мамами

ми) (ПГ. 14.02.2013)); выражения собственной позиции (Ну вот я это понимаю именно так. А как еще это можно понимать? (ПГ. 14.02.2013)). В отдельных случаях ведущий, возможно, заботясь о понимании сказанного массовым адресатом, просит интервьюируемого разъяснить то или иное понятие: Эрос я себе примерно представляю, а Танатос? (ПГ. 19.02.2013).

Активнее свою позицию выражает Н. Бехтина. Ее реплики более развернутые, в них часто отражается собственное видение проблемы, с которым интервьюируемые могут соглашаться или не соглашаться: Вот смотрите, я не зря сказала в начале нашей беседы, что новые времена... Ну они уже не такие и новые, мы прожили, так сказать, в постсоветской жизни уже более 20 лет. Но, тем не менее, все равно. Это новое поколение художников, новое поколение просто людей, зрителей, скажем так, если в вашем случае, да, говорить. И, конечно, тем, кто вырос в новой жизни, тем, кто видит эту новую жизнь своими глазами, им интересно: одним посмотреть, другим познакомиться. С другой стороны, вот смотрите, новая жизнь, старая жизнь, человек, его проблемы, они одни и те же. Я несколько дней назад посмотрела на телеканале «Культура» фильм Романа Балаяна «Полеты во сне и наяву». Казалось бы, 82-й год, глухое брежневское время, но там дело не только в глухом времени, вы со мной согласитесь, потому что видели этот фильм, и все, кто видел этот фильм, скажут... Это драма человека. Разве сегодняшний человек как-нибудь иначе чувствует? Может быть, конечно, он оснащен информационно больше, чем человек сорокалетний 82-го года. Сегодняшний сорокалетний, тридцатилетний, двадцатилетний человек, он так же точно мучается, страдает. Вот почему не снять такое кино, Филипп? (ПЛ. 28.02.2013).

Нам встретились примеры оценивания ведущей деятельности собеседников (Замечательные задачи вы ставите перед собой (ПЛ. 28.02.2013)), их высказываний (Ну это хорошая мысль, хорошая. Так сказать, хорошо бы на это понадеяться (ПЛ. 28.02.2013)), перебивов (Алена, я прошу прощения, я Вас перебивю <...> (ПЛ. 28.02.2013)) и другие, нетипичные для классического интервью, элементы журналистского вмешательства.

Как было отмечено выше, мнение не всякого журналиста интересно аудитории. Безусловно, ведущий, высказывающий собственную позицию в интервью, должен обладать неким авторитетом. Все ведущие – известные журналисты, имеющие многочисленные награды и большой опыт работы.

Так как анализируемые радиоинтервью выходят в прямом эфире, мы имеем возможность наблюдать не результат беседы, как в печати, а саму беседу. Спонтанный характер речи, определенная степень неподготовленности вопросов и ответов ведут к тому, что возрастает, по сравнению с газетными интервью, количество:



– уточняющих вопросов: *То есть все-таки будет некий индивидуальный подход?* (ПГ. 14.02.2013);

– переходных вопросов-мостов: *Ну, раз мы начали с этого закона, говорили ли вам после его принятия какие-то неприятные или обидные вещи?* (ПГ. 14.02.2013); *Ольга Юрьевна, давайте мы вернемся к усыновлению* (ПГ. 14.02.2013); *Вернуть к Конфуцию. Счастье – это когда тебя понимают* (ПГ. 19.02.2013);

– развивающих вопросов: *И-й. Но действительно перед рабочей группой встал вопрос: насколько обоснованно мы сегодня отсекаем от возможности усыновления людей, которые, на их взгляд, по их мнению, в общем-то, могли бы стать хорошими родителями.* – Ушк. *Но это какие категории людей?* (ПГ. 14.02.2013); *И-й. Только объединившись можно создавать что-то глобальное, серьезное.* – Бех. *И вы создали Молодежное объединение.* – И-й. *Да, и мы создаем, сегодня уже на последней стадии, Молодежный центр при Союзе кинематографистов <...>* (ПЛ. 28.02.2013);

– подсказывающих реплик: *И-й. Он (онкологический больной). – Е.С.) все равно остается на этом учете, а значит, усыновителем быть не может. То есть человек, который уже провел операцию, провел ее успешно, у которого никаких особенных признаков заболевания нет...* – Ушк. *Но которого нельзя снимать с учета, потому что нужно контролировать дальше* (ПГ. 14.02.2013).

Интервью в прямом эфире дают возможность наблюдать, как осуществляется взаимодействие собеседников, каков уровень коммуникативной компетенции журналиста, помогает ли он интервьюируемому быть правильно понятым массовым адресатом, верно выразить свою мысль. Мы можем оценить тип взаимоотношений собеседников, тональность, эмоциональность разговора. Во всех анализируемых интервью представлен официальный тип общения, партнерские взаимоотношения. Ни одно из них нельзя считать конфликтным или разоблачающим. Хотя, безусловно, как и в классическом интервью, посредством журналистских вопросов у слушателей формируется положительное или негативное представление о гостях передач.

Наиболее отдаленными от классических интервью мы считаем передачи «Особое мнение» с И. Гмызой. Вопросно-ответная форма построения диалога заставляет рассматривать его как интервью. Но, как и во всех околосовременных радиointerview, журналист – не только интервьюер, но и ведущий. В его задачи входит, помимо тех, которые мы уже называли, управление звонками в студию, озвучивание электронных сообщений.

Периферией интервью мы считаем широко распространенные на телевидении и радио беседы за круглым столом с элементами дискуссии, в которых участвуют несколько человек, выступающих поочередно, обменивающихся мнениями, дополняющих друг друга. С традиционными

интервью круглый стол объединяет вопросно-ответная форма, поэтому некоторые исследователи рассматривают этот жанр как один из видов интервью¹⁵. Однако круглые столы отличаются от классических интервью по трем основным признакам:

– журналист не интервьюер, а ведущий программы. В его задачи входит представление темы разговора, знакомство участников программы друг с другом и с аудиторией, управление ходом беседы. В задачи радиожурналиста входит также управление телефонными звонками слушателей в студию;

– круглые столы предполагают участие не одного, а нескольких гостей. Соответственно, это не диалог представителя СМИ и его собеседника, как в классическом интервью, а полилог, в котором участвуют несколько экспертов, чаще всего антагонистов, и ведущий-журналист;

– журналист является полноправным участником круглого стола: высказывает собственное мнение наравне с приглашенными гостями. Поэтому роль ведущего круглого стола предполагает его компетентность в обсуждаемой проблеме.

Примером таких периферийных интервью можно считать передачи «Круглый стол Свободы» с Яковом Кротовым на «Радио Свобода».

Итак, в статье мы постарались показать, какова роль интервьюера в классическом интервью и роль интервьюера-ведущего в периферийных модификациях жанра интервью – в ток-шоу, круглом столе, «особом мнении».

Примечания

- 1 См.: *Иванова И.* Жанр интервью : формы бытования и языковые особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2009. С. 9–10.
- 2 См.: *Шостак М.* Журналист и его произведение. М., 1998. С. 44.
- 3 См.: *Цвик В.* Телевизионная журналистика : учеб. пособие для студентов вузов. М., 2009. С. 272.
- 4 Там же. С. 269.
- 5 См.: *Колесниченко А.* Практическая журналистика : учеб. пособие. М., 2008. С. 53.
- 6 Там же.
- 7 *Лукина М.* Технология интервью : учеб. пособие для вузов. М., 2005. С. 91.
- 8 *Колесниченко А.* Указ. соч. С. 70.
- 9 См.: *Попова Т.* Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб., 2002. С. 117.
- 10 См.: *Голанова Е.* Устный, публичный диалог : жанр интервью // *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*. М., 2000. С. 436.
- 11 См.: *Лукина М.* Указ. соч. С. 53.
- 12 *Колесниченко А.* Указ. соч. С. 54.
- 13 *Попова Т.* Указ. соч. С. 53.
- 14 См.: *Колесниченко А.* Указ. соч. С. 54.
- 15 См.: *Лукина М.* Указ. соч. С. 22.