

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УЗБЕКИСТАНА
ИМЕНИ МИРЗО УЛУГБЕКА**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

ИСЛАМОВ КАМИЛЬ

**ИНТЕРВЬЮ КАК МЕТОД ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ И ЖАНР
НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

5320100-ЖУРНАЛИСТИКА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Ташкент-2014

Содержание

Введение.....	стр. 2
Глава 1. Интервью как метод получения информации и жанр журналистики.....	стр. 8
Глава 2. Психологические приемы проведения интервью.....	стр. 30
Глава 3. Мастерство журналиста при проведении интервью основано на практическом опыте автора).....	стр. 56
Заключение.....	стр. 67
Список использованной литературы.....	стр.73
Приложение	

Актуальность данной выпускной квалификационной работы заключается в том, что интервью как метод получения информации – самый распространённый и популярный в журналистике. Конечно, сейчас, с наступлением эпохи Интернета, человечество предпочитает контактировать непосредственно с компьютером, однако далеко не вся информация, размещенная во всемирной паутине, достоверна. Поэтому для получения точной информации необходимо обратиться непосредственно к источнику, войти в контакт с тем, кто может поделиться нужными сведениями. И, даже опираясь на сведения, размещенные в сети, журналисту не мешало бы подтвердить подлинность информации, встретившись с нужным человеком и узнав все из первых рук.

Очень важно изучить методику проведения интервью для того, чтобы на практике не случилось казусов. Журналист должен иметь четкое представление о том, как он будет взаимодействовать с интервьюируемым, какие вопросы стоит задавать в первую очередь, чтобы разговорить своего собеседника, а от каких вопросов лучше воздержаться.

В интервью немаловажную роль играют именно психологические аспекты. Журналист должен быть тонким психологом, ведь, может оказаться и так, что его собеседником окажется интроверт или просто немногословный человек. С помощью наводящих вопросов интервьюер должен ненавязчиво «раскрутить» своего героя на откровенный разговор, причем сделать это так, чтобы интервьюируемый не испытывал дискомфорта и давления с его стороны.

Беря за основу статью № 67 Конституции Республики Узбекистан, можно сказать, что средства массовой информации свободны и действуют в соответствии с законом и несут в установленном порядке ответственность за достоверность информации. Стоит заметить, что правительство делает акцент на отсутствие цензуры, на то, что свобода деятельности СМИ

гарантирована законом Республики Узбекистан. Это конституционное положение способствовало созданию в независимом Узбекистане правовых актов, направленных на дальнейшее развитие средств массовой информации, обеспечение свободы их деятельности¹.

В Основном законе страны, гарантирующем надежную защиту политических, экономических, социальных, культурных прав и свобод человека, также закреплено право граждан на получение информации и свободное выражение своего мнения. Эти нормы, направленные на обеспечение каждому возможности ознакомления с информацией, создания доступа к информационным ресурсам, закреплены и в национальном законодательстве. Так, в Законе «О гарантиях и свободе доступа к информации», принятом в 1997 году, содержится положение о том, что государство гарантирует каждому гражданину право доступа к информации, защищает его права на ее поиск, получение, исследование, передачу и распространение².

При этом не допускается никакого ограничения в зависимости от пола, национальности, религии, убеждений, личного и общественного положения. С целью обеспечения ознакомления с информацией закон обязывает должностных лиц создавать доступные информационные ресурсы, осуществлять массовое информационное обеспечение по всем вопросам, представляющим общественный интерес. Здесь важно отметить и то, что в этом правовом акте получила законодательное закрепление и норма о недопущении цензуры и монополизации информации, вытекающая из соответствующего конституционного положения.

Известно, что становление и развитие независимых СМИ невозможно без защиты журналистов от экономического и административного давления на них. Это и предопределило необходимость принятия в 1997 году Закона «О защите профессиональной деятельности журналиста», в котором

¹ Конституция Республики Узбекистан, ст. № 67// http://www.lex.uz/Pages/GetAct.aspx?lact_id=3586

² Закон Республики Узбекистан «О гарантиях и свободе доступа к информации»// <http://www.lex.uz>

закреплено, что «государство гарантирует журналисту свободное получение и распространение информации, обеспечивает его защиту при осуществлении профессиональной деятельности». Данный закон определяет также ответственность должностных лиц государственных и других органов за «нарушение права журналиста на запрос и получение необходимой информации». Наряду с этим он предоставляет право на проведение журналистского расследования. Кстати, на законодательное обоснование этого права в развитых странах мира потребовалось более ста лет³.

А обязанности государственных органов, различных учреждений, должностных лиц по обеспечению гражданам возможности ознакомления с информацией, создания доступа к информационным ресурсам нашли свое отражение в принятом позже Законе Республики Узбекистан «О принципах и гарантиях свободы информации»⁴.

Эти и другие примеры убедительно свидетельствуют о том, что в Узбекистане еще на заре независимости была сформирована эффективная, соответствующая общепризнанным международным нормам и принципам законодательная база, обеспечивающая реальную информационную свободу, без которой нельзя говорить об углублении демократии, росте политической активности населения, его реальном участии в общественно-политической жизни страны.

Современный мир с его глобализацией, интеграцией, интенсивностью жизни, высоким ростом информационных технологий ставит все новые задачи перед обществом по развитию сферы свободы информации, и с другой стороны, создаются большие технические возможности для реализации прав граждан в этой области. Поэтому дальнейшее развитие сферы информации стало вектором информационной политики страны.

По инициативе главы государства принят ряд законодательных актов в поддержку электронных масс-медиа и развития Интернет-пространства,

³ Закон Республики Узбекистан, «О защите профессиональной деятельности журналиста»// <http://www.lex.uz>

⁴ Закон Республики Узбекистан, «О принципах и гарантиях свободы информации» // <http://www.lex.uz>

появляются новые веб-сайты, независимые теле- и радиостанции. В частности, на сегодняшний день все без исключения государственные органы имеют собственные вебсайты, где каждый может получить интересующую его информацию о деятельности того или иного ведомства, ознакомиться с официальными материалами. Кроме этого, постоянно растет число и других веб-сайтов. Только в доменной зоне «Uz» их число с 587 в 2002 году возросло на настоящее время до 9 300.

Системная, поэтапная работа, осуществляемая в стране по строительству эффективного гражданского общества, способствовали увеличению количества СМИ, развитию их сети, создали необходимые организационные и технические условия для формирования и развития в информационной сфере общественных, негосударственных институтов. В республике осуществляет свою деятельность более 1 100 средств массовой информации, свыше 600 из которых функционирует в областях республики. В их числе 692 газеты, 221 журнал, 4 информационных агентства, 60 теле-и 18 радиостудий, а так же 130 электронных СМИ. Для сравнения скажу, что в 1994 году их число было в два раза меньше и составляло 475.

Словом, в Узбекистане, определившем для себя самый высокий уровень демократических стандартов, которые применяются в мировой практике, в соответствии с Основным законом страны целенаправленно осуществляется на системной, поэтапной и последовательной основе работа по обеспечению права доступа к информации, ее поиска, получения, передачи и распространения, свободной деятельности средств массовой информации.

Научная новизна заключается в том, что в работе предпринята попытка комплексного анализа обширного теоретического материала о методике проведения интервью с точки зрения психологии его участников на основе осмысления его в практическом поле на материалах автора.

Интервью следует рассматривать и с точки зрения взаимодействия двух людей – интервьюера и интервьюируемого. Поэтому **цель данной работы** - рассмотрение интервью во всех его аспектах и проявлениях.

Задачами являются:

- приведение доводов, чтобы доказать, что интервью как жанр, и в особенности, как метод сбора информации – краеугольный камень деятельности журналиста.

- анализ взаимодействия журналиста с людьми с точки зрения социальной психологии

- приведение материалов автора как пример работы журналиста в жанре интервью, учитывая психологические аспекты

Предметом исследования выступает интервью как метод получения информации с точки зрения журналистики и социальной психологии.

Объектом же служат авторские материалы, на примере которых осмысливается современная практика вопроса.

Методологическую базу исследования составили труды Президента Республики Узбекистан И. А. Каримова, посвященные демократизации деятельности СМИ и журналистов, конституционные положения и законодательные акты Республики Узбекистан в сфере СМИ, научные работы исследователей теории и практики массовой коммуникации, социологии и психологии (В.Н. Ганичев, С.Г. Корконосенко, Е.П. Прохоров, В.В. Ученова, М.В. Шкондин, Ф.И.Муминова, М.Худойкулов, Я.М.Маматова); типология журналистики (А.И. Акопов, А.Г. Бочаров, Е.А. Корнилов, М.И. Шостак, Ф.А.Муминов); интервьюирование (Е.Л.Вартанова, С.М.Гуревич); история журналистики (Л.П. Громова, Р.П. Овсепян, В.П. Трыков, К.Т.Ирназаров, В.А.Дускораев).

Теоретическая значимость работы состоит в том, что её материалы могут расширить представление современной журналистской науки об интервью как жанре и методе сбора информации.

Практическая значимость работы заключается в том, что представленные в ней материалы могут служить в качестве основы при подготовке и чтении спецкурсов в профильных ВУЗах республики по основам периодической печати, курсов повышения квалификации для сотрудников редакций изданий для молодых, в процессе подготовки журналистов-интервьюеров, сотрудников редакций, специализирующихся в области интервью, могут быть полезны и интересны студентам, психологам, объектам интервью, имиджмейкерам, социологам. Кроме того, материалы исследования могут также выступать научным обоснованием при разработке стратегии интервью в области СМИ.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается ее новизна, определяются цель и задачи работы, объект и предмет исследования, обозначается ее теоретическая и практическая значимость, а также приводится её структура.

В главе 1 «Интервью как метод получения информации и жанр журналистики» рассматривается интервью как метод получения информации и как жанр журналистики.

В главе 2 «Психологические приемы проведения интервью» выявляются различные способы взаимодействия между интервьюером и интервьюируемым, основанные на социальной психологии.

В главе 3 «Мастерство журналиста при проведении интервью» исходя из практического опыта автора обрисованы некоторые ситуации взаимодействия журналиста и его героя, особый акцент сделан на примерах, которые стоит взять на заметку, чтобы не делать ошибок, которые были допущены автором.

В заключении содержатся основные выводы по результатам проведенного исследования.

Глава 1. Интервью как метод получения информации и жанр журналистики

Интервью по праву считается самым распространенным источником получения информации. Этим методом получения информации пользуются работники СМИ всех стран мира. В журналистике термин «интервью» имеет два определения. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Для того, чтобы написать материал какого бы то ни было жанра, журналист в большинстве случаев прибегает именно к интервьюированию, ведь только непосредственный контакт с источником информации дает полноценное, максимально правдивое представление о том, что его интересует в данный, конкретный момент.

Американские исследователи подсчитали, что интервью «съедает» от 80 до 90% рабочего времени журналиста. К общепринятым нормам в этой профессиональной деятельности относят не менее важные методы сбора информации — наблюдение и работу с документами. Все три познавательных метода реализуются комплексно и по принципу дополнительности в зависимости от поставленных задач являются основным или вспомогательным инструментом журналистского поиска. При этом, как показала практика, интервью в качестве контакта с «живым» источником чаще других методов дает материал для публикаций: использованные при ее подготовке документы не заменяют «живых» человеческих свидетельств⁵.

Виды интервью

В зависимости от целей можно выделить следующие виды интервью как метода получения сведений.

Информационное интервью— наиболее ходовой вид, нацеленный на сбор материала для новостей. В силу жестких временных стандартов это интервью отличается весьма динамичными темпами. Например, для

⁵ Killenberg G., Anderson R. Before the Story. Interviewing and Communication Skills for Journalists. St. Martin's Press, 1989. – P. 76.

освещения катастрофы национального значения телевизионной съемочной бригаде всего за один час удастся опросить более десятка человек. В ситуации, когда нужно выяснить силу взрыва и предполагаемое количество жертв, у журналиста, конечно же, не всегда найдется время на все стадии коммуникации, в частности для рекомендуемого этикетом начала разговора «разминки». Однако, несмотря на жесткие временные ограничения, дух диалога и уважительного отношения к собеседнику в создании условий для ответов должен быть создан.

Костяком типичного информационного интервью являются ключевые для журналиста вопросы: кто? что? где? когда? почему? зачем? Их, как показывает опыт, вполне достаточно для сбора фактических сведений. Однако журналисты прибегают и к другим, для более тонкой проработки сюжета, вопросам, уточняющим или фильтрующим сведения. «Вы действительно видели, как взорвался самолет?» — спрашивает журналист у свидетеля авиакатастрофы. При этом в кадре нужен не праздный, случайно оказавшийся недалеко от места съемки и подчиненный общему эмоциональному возбуждению зевака, готовый отвечать перед камерой на любые вопросы⁶.

К выезду на интервью по событийному поводу обычно из-за недостатка времени готовятся редко. Поэтому, формулируя вопросы, журналист при исследовании ситуации и ее причинно-следственных связей чаще полагается на свою наблюдательность.

Оперативное интервью — разновидность информационного, только в еще более сжатом варианте. К примеру, в сюжет о пожаре включается высказывание начальника пожарной службы о статистике и причинах городских пожаров. Начальник может говорить перед камерой долго, однако в выпуск новостей из интервью войдет фрагмент на 20—40 секунд, а цитата будет четко вписана в контекст сюжета. Такие оперативные высказывания

⁶Саватски Д. How To Ask Powerful Questions: Лекции / Европейский центр журналистики. Маастрихт, 2000 (из личного архива автора). — Р. 65.

экспертов, специалистов в какой-либо области по весьма конкретным поводам являются обязательной составляющей новостных материалов печати, информационных сюжетов радио или телевидения.

Есть еще один вид интервью, который ставит перед собой цель сбора разных мнений по какому-либо конкретному, как правило, узкому вопросу. Популярную форму таких целевых интервью представляет *блиц-опрос*, или *опрос на улице*. На английский манер его называют *street talk*, часто используют также латинский вариант — *voxpop*. Характерная особенность таких интервью — постановка одинаковых, фиксированных вопросов как можно большему числу респондентов, представителям одной или, наоборот, разных социальных групп⁷.

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

Интервью-расследование проводится с целью глубинного изучения какого-либо события или проблемы. Как правило, оно организуется обстоятельно и не связано жестко временными ограничениями, хотя, конечно, и здесь существуют календарные планы. Предмет расследования может быть сложен и противоречив. Поэтому и говорят о комбинаторике методов. Очень важно уделить много внимания постановке целей и предварительной работе с материалами, изучить в полной мере все письменные источники и устные свидетельства, хорошо продумать стратегию беседы. Самым важным звеном являются здесь вопросы. Однако надо продумать и другие элементы коммуникации — такие, как первый

⁷Рэндалл Д. Универсальный журналист. – Алмата., 1996. - С. 83.

контакт, невербальные формы общения, умение слушать. В интервью-расследовании могут быть задействованы несколько персонажей с разными темпераментами и социальными ролями. Причем к каждому из них должен быть найден индивидуальный подход⁸.

Интервью-портрет, или персональное интервью (еще на манер художников говорят: «профиль»), напротив, сфокусировано на одном герое, однако предварительно для подготовки желательно провести не одну встречу с людьми заинтересованными, близкими или, наоборот, со сторонними наблюдателями. Героем такого интервью может стать человек, который проявил себя в какой-либо сфере общественной жизни и привлекает интерес широкой публики. Реже встречаются портретные интервью с так называемыми «простыми людьми», которые должны в чем-то себя проявить либо быть очень типичными. Большую нагрузку несут и детали быта, интерьера, одежды, особенности речи героя — словом, то, что формирует индивидуальность и должно быть непременно передано читателю.

Рассмотрим еще один вид интервью, когда журналист не просто оказывается посредником в передаче информации, а выступает фактически на равных со своим собеседником в процессе совместного творчества. Такое **креативное интервью** чаще называют беседой, диалогом. Результатом же творческого партнерства является информационный продукт в близком к художественному жанре, который в зависимости от канала передачи может воплотиться в художественном очерке, эссе, документально-публицистическом фильме, диалоге в эфире и т.п. Первое условие такого интервью — большой профессиональный опыт, творческая репутация журналиста. Второе — правильный выбор собеседника, с помощью которого в силу его способностей, поступков или социального положения журналисту удастся выйти на глубокий уровень обобщений, увидеть в проблеме драму, а в персональной судьбе — общечеловеческое начало.

Формы организации интервью

⁸ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 91.

Журналистам приходится задавать вопросы в разных ситуациях, которые зависят от самых разных, иногда и непредвиденных обстоятельств. Но чаще интервью проводятся в заранее определенных местах и в сложившихся уже традиционных форматах (пресс-конференции, выход к представителям прессы, брифинги). Это диктуется либо самим ньюсмейкером, либо информационной службой, которая является своего рода посредником в передаче информации потребителю. В ситуации с посредником нельзя исключить случаи контролирования информационного потока, в частности сокрытия или дозирования сведений, особенно если речь идет о группах политического или экономического влияния и связанной с ними информации⁹.

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

Проводятся подобные мероприятия по заранее заведенному порядку: инициатор делает подробное сообщение о свершившемся или планируемом событии, решении, предложении, после чего журналистам предоставляется возможность задать вопросы. Часто информация заранее готовится для распространения письменно, в виде пресс-релизов, что, с одной стороны, облегчает журналистам процесс подготовки материала (имена, факты, цитаты уже выверены), с другой — представляет собой способ контроля за его «выходом» (в пресс-релиз «упаковывается» та информация, которая выгодна заинтересованным лицам).

Пресс-конференции проводятся и для передачи представителям СМИ неофициальной, так называемой «фоновой», информации. Понятно, что

⁹ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 92.

распечатывать такие сведения нежелательно, да и журналистов обычно предупреждают о том, что информация неофициальная.

Собираясь на пресс-конференцию, надо также иметь в виду, что она всегда ограничена по времени (тоже, кстати, метод давления на присутствующих), поэтому журналисту стоит поторопиться задавать вопросы. Если же получить необходимую информацию так и не удалось, следует задать вопросы по окончании пресс-конференции, конечно, если ведущий сразу не покинет помещения. Искушенные журналисты считают, что «главное, не дать человеку покинуть помещение» и что ради того, чтобы задать вопрос, «придется встать между ним и дверью». В журналистской практике известны и случаи, когда корреспонденты, приглашенные на пресс-конференцию по очень серьезному поводу, вступали в негласный сговор для того, чтобы задать все необходимые, в том числе нелюбезные, вопросы¹⁰.

В связи с развитием PR-технологий и распространением их методов почти во всех сферах жизни пресс-конференции стали неотъемлемой частью информационного обмена, а участие в них журналистов стало обыденным и в чем-то даже рутинным делом. Обычно редакционное начальство старается посылать на такие мероприятия молодых журналистов, которым редко удается подготовить на основе полученного материала нечто сенсационное. Хотя известны редкие случаи, когда журналисты делали себе имя, задав на пресс-конференции один-единственный вопрос.

Выход к прессе - фактически малая форма пресс-конференции для информирования журналистов об итогах прошедшего мероприятия (заседания, переговоров и т.п.), инициатором которого является ньюсмейкер. Это, как правило, заранее не планируется, что отличает данный формат интервью от предыдущего. Выход к прессе ньюсмейкер или его пресс-секретарь осуществляют сразу по окончании заседания, как и на пресс-конференции, делая заявление и отвечая на вопросы журналистов с предоставлением лишь необходимой дозы информации. У этого

¹⁰ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 55.

мероприятия, которое вполне можно отнести к формам информационной поддержки СМИ, есть уязвимое место: инициатива в нем принадлежит ньюсмейкеру, который и определяет дозу информации¹¹.

Но у выхода к прессе есть и преимущество: делается он «по горячим следам» события, когда эмоции после дискуссий еще не улеглись. Именно поэтому журналистам надо очень внимательно слушать ответы и следить за настроением «ответчика». Последнему, кстати, тоже приходится нелегко, потому что на него обрушивается град вопросов журналистов, которые, стараясь друг друга перекричать, тянут руки с микрофонами. Мастерство общения с представителями СМИ проявится у него в том случае, если он сумеет выбрать наиболее выигрышный для себя вопрос и дать на него ответ, содержащий необходимую дозу информации, не наговорив лишнего.

Брифинги - это плановое мероприятие, которое проводится с регулярной периодичностью и посвящается распространению текущей информации о деятельности организации или компании. Например, регулярно проводит брифинги министерство иностранных дел. На них журналисты оповещаются о текущих вопросах внешней политики. Вниманию работников СМИ предлагается также официальная ведомственная трактовка наиболее актуальных событий мировой политики. На брифингах министерства внутренних дел, проходящих раз в неделю, можно услышать официальную статистику дорожно-транспортных происшествий, раскрытых преступлений, узнать о планируемых профилактических мерах по борьбе с организованной преступностью¹².

Интервью по телефону. Американцы подсчитали, что на разговоры по телефону рядовой журналист тратит 50-80% времени. Говорят, в Чикаго жил знаменитый репортер криминальной хроники, который собирал информацию, не выходя из редакции, по телефону, и, надо сказать, весьма преуспел в своем ремесле.

¹¹ Фридман Дж. Теория интервью. Учебное пособие для вузов.- М.: Марко, 2003 – С. 90.

¹² Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов.- М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 95.

В состоянии временного прессинга работают журналисты почти всех СМИ, однако с особым рвением за каждую сэкономленную минуту борются в Интернет-изданиях. В них телефонные интервью являются самым популярным у журналистов инструментом добывания информации. Снял трубку, набрал номер - и беседуешь с нужным человеком. Если же предоставленная информация будет опубликована тотчас, есть шанс победить в конкурентной борьбе за читателя.

Конечно, главным аргументом в пользу телефонного интервью является фактор времени. Сегодня по оперативности конкуренцию телефонному звонку может составить, пожалуй, только общение по электронной почте. А вот голосовая связь с помощью IP-телефонии еще не получила массового распространения.

Интервью по телефону — рабочая процедура для подготовки публикаций журналистами всех каналов массовой информации, но это и вполне самостоятельный формат¹³.

У интервью по телефону есть, правда, целевые ограничения. Оно, например, безусловно применимо в ситуации сбора актуальной информации; вполне надежно, когда требуется собрать или подтвердить факты. Более того, в некоторых ситуациях и предпочтительнее для участников коммуникации, потому что по многим показателям лучше живой встречи, поскольку экономит время, силы и нервы. Однако телефонного контакта вовсе не достаточно для портретного интервью или расследования проблемной ситуации, когда необходим полноценный диалог с собеседником. По Маршаллу Маклюэну, современным людям вообще-то свойственно больше доверять не ушам, а глазам. Чтобы поверить, считает он, надо увидеть, а не услышать. Личный контакт даст несомненно больше информации, чем просто слова, услышанные по телефону. Еще большую пищу для размышлений дадут журналисту такие невербальные знаки общения, как выражение лица, внешние данные, позы, жесты и т.д., а их не уловить по

¹³ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов.- М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 110.

телефону. Например, не всегда удастся оценить иронию или сарказм лишь по голосовым модуляциям говорящего, а вот если видеть выражение его лица и глаз, сделать это просто.

Во время телефонного интервью журналист не может полностью контролировать ситуацию. Например, если вы звоните в учреждение и секретарша отвечает, что начальник в данный момент отсутствует, проверить это нелегко. Контакты с вами могут избегать, но вы об этом не узнаете. А явившись в присутственное место лично, вы по отдельным признакам с легкостью определите, на месте ли ваш «герой», даже если он не намерен с вами общаться¹⁴.

Интервью можно провести и ***с помощью разных служб Интернета*** - электронной почты, на форуме или в чате. По степени опосредованности этот вид организации интервью, естественно, превосходит уже рассмотренные: собеседник удален, и с ним, как правило, нет визуального контакта. Однако имеется ряд преимуществ, например экономия времени и средств, ведь с помощью глобальной компьютерной сети можно связаться с кем угодно и на каком угодно отдалении. Журналисты с опытом профессионального общения по электронной почте признавались, что оно оказывается и весьма эффективным, а они во многих ситуациях даже предпочли бы такой способ общения телефонному интервью. Потому что есть время хорошенько продумать вопросы, да и собеседник более сосредоточен за компьютером и лучше формулирует ответы. Что же касается интервью в режиме онлайн (телеконференция, чат), то хотя этот способ коммуникации чрезвычайно оперативен, круг возможных собеседников, пользующихся этими услугами Интернета, пока слишком узок или чрезвычайно специфичен. В основном это либо молодежь, либо специалисты в определенной области. Соответственно представители именно этих социально-демографических групп могут быть потенциальными объектами интервью онлайн. Кстати, это полезно учитывать и производителям радио- и

¹⁴ Фридман Дж. Теория интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Марко, 2003 – С. 25.

телепрограмм, которые используют в передачах интерактивные голосования по тем или иным общественно значимым вопросам, а их результаты выдают за репрезентативные¹⁵.

Подготовка к интервью

Чтобы понять, по каким правилам работает механизм журналистского интервью, разобьем процесс на условные составляющие, от определения целей до завершения беседы. В качестве примера выберем «стерильный» случай интервью, не связанный временными рамками, положением в пространстве или иными ограничениями — словом, идеальный, когда теоретически возможно пройти все стадии рабочего процесса. Надо учесть, однако, что в такой «тепличной» ситуации журналист оказывается нечасто. Он, как правило, работает в режиме жестких сроков сдачи материала, когда с неизбежностью выпадает одно или даже несколько звеньев из цепочки этапов. Тем не менее для достижения профессиональных результатов интервьюеру следует стремиться пройти весь путь от начала до конца.

Работу над интервью можно разложить на три последовательные стадии: подготовка; проведение; завершение.

На первой стадии, которая предваряет ход беседы, осуществляется очень важная работа по планированию интервью, определяются его цели, изучаются информационные ресурсы, осуществляется первый контакт с собеседником, назначаются время и место встречи, продумываются возможные риски, стратегия беседы и основная тематика вопросов. Перечислим еще раз наиболее важные шаги по подготовке интервью: определение его целей; предварительное исследование; организация встречи; обдумывание характера вопросов, а также стратегии и тактики интервью.

Рассмотрим последовательно основные операции стадии подготовки к интервью¹⁶.

¹⁵ Фридман Дж. Теория интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Марко, 2003 – С. 26.

¹⁶ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 92.

Определение целей интервью. Это стартовая позиция. От того, насколько ясны цели интервью, зависит успех всех последующих шагов. Задуманное и предложенное вами или запланированное редакцией интервью надо «проверить на прочность», поставив перед собой несколько вопросов, ответы на которые во многом прояснят ваши целевые установки.

- Зачем вы хотите взять интервью? » Каких результатов хотите достичь?
- Почему для решения этих задач вы выбрали именно этого собеседника?
- Интересен ли он лично вам?
- Есть ли к нему интерес у широкой публики?

Если после ответов на эти вопросы у вас не сложится ясное представление о том, ради чего, собственно, намеченное интервью должно состояться, беседа может превратиться в бессмысленную болтовню, от которой станет неловко и вам, и вашему партнеру.

Ясная картина целей должна сложиться не только у журналиста. Рассказать о ней необходимо и будущему собеседнику. Причем если вы доходчиво сформулируете цели интервью, то, во-первых, облегчите себе разработку вопросов (кстати, типичное для начинающих журналистов: «Не знаю, что спросить» — происходит именно от смутного представления о целях); во-вторых, уменьшите вероятность непонимания со стороны собеседника и сумеете убедить его в необходимости встречи. Когда цели ясны и четко сформулированы, у вашего партнера тоже появляется вполне объяснимое чувство уверенности в том, что его выслушают, поймут и постараются донести услышанное до читателя.

Цели интервью определяются многими факторами. Это и особенности характера собеседника, и его роль в определенной ситуации, и сложившиеся социально-политические обстоятельства, и масштаб проблем,

которые связаны с героем, и возникшие в этой связи общественные стереотипы¹⁷.

Предварительное исследование. В зависимости от поставленных целей сбор рабочего материала о герое или ситуации, в которую он вовлечен, может либо проводиться по полной программе, либо ограничиться кратким поиском, либо вообще не проводиться. Подготовка или экспромт — вот выбор, который придется сделать журналисту перед каждой своей встречей.

В репортерской текучке нередки ситуации, когда нет времени на серьезную предварительную работу и приходится полагаться на обрывочные сведения, которые удалось добыть. Тем не менее часто и таких сведений бывает достаточно для краткого актуального интервью или для одного-двух вопросов на пресс-конференции¹⁸.

Назначение встречи. О встрече с интервьюируемым, как правило, договариваются по телефону, хотя в последнее время журналисты все чаще пользуются электронной почтой. Но можно условиться об интервью и при непосредственном контакте.

Последний вариант, пожалуй, наиболее беспроблемный, так как намеченной «жертве» просто «некуда деться» и приходится принять предложение журналиста, даже дать некие обещания. А это уже половина успеха¹⁹.

Но все же чаще переговоры об интервью осуществляются по телефону. Такое общение, опосредованное расстоянием и отсутствием непосредственного контакта, имеет свои преимущества и недостатки, которые надо непременно учитывать, договариваясь о встрече.

Набирая номер телефона своего героя, надо иметь в виду одно очень важное обстоятельство: *никто не обязан вам давать интервью.* Даже официальные лица, в обязанности которых входит общение с прессой, имеют

¹⁷ Материалы специального семинара «Секреты интервью» на факультете журналистики МГУ (из личного архива автора).

¹⁸ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 27

¹⁹ Протасов К. Интервью с личностью. Учебное пособие для вузов., - М.: АСТ, 2003 – С. 29

право предоставить информацию в письменной форме и не идти на прямой контакт. Поэтому, когда вы договариваетесь о беседе, лучше избегать слова «интервью»: оно звучит слишком официально, лучше сказать: «Не могли бы вы поделиться своими соображениями о...»; «Хотелось бы обсудить ситуацию...»; «Давайте поговорим об этом случае...»²⁰.

Договариваясь с собеседником о встрече, избегайте слова «интервью». Намеченный собеседник во время переговоров о встрече может привести вам самые разные причины отказа. Перечислим наиболее характерные из тех, которые можно предвидеть.

- Недоверие к журналисту (а нередко и в принципе ко всем). Известно, что новичку сложнее получить согласие на интервью, чем журналисту с именем и опытом.
- Сомнения в репутации издания. Отказа в интервью можно опасаться, если журналист представляет издание малоизвестное или, хуже того, с дурной репутацией.
- Недоверие к конкретному изданию, если с ним связан неудачный опыт взаимодействия или негативная публикация (критика в адрес героя, искажение смысла высказываний, неверное цитирование и т.д.).
- Усталость от журналистов, которая, как правило, характерна для звезд.
- Страх публичного выступления (особенно часто он возникает при виде телевизионной камеры или микрофона).
- Отсутствие интереса к предмету беседы.
- Недостаток у намеченного собеседника знаний о предмете беседы.

²⁰Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов.- М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 33

- Ограниченность времени.

Каждый из приведенных доводов может служить причиной отказа от интервью. Как ни странно, чаще всего камнем преткновения оказывается не имя самого журналиста, а репутация издания, от имени которого он выступает²¹.

Кроме того, во время переговоров о встрече не забудьте взять у собеседника разрешение:

- на фотосъемку,
- на диктофонную запись,
- на разговор с членами семьи²²

Время и место интервью. Договариваясь о встрече, назначая время и место, прислушайтесь к пожеланию собеседника. От этих обстоятельств зависит, комфортно ли будет себя чувствовать герой интервью. Поэтому чаще всего встреча назначается на его территории (дома или на рабочем месте) и в удобное для него время. Если собеседник затрудняется с выбором места встречи, предложите ему приехать в редакцию. Бывают ситуации, когда по каким-либо причинам есть смысл повидаться на «нейтральной почве», тогда время и место для интервью определяются в совместном поиске. Если у интервью есть событийный повод, то это диктуют обстоятельства: оно может состояться у трапа самолета, в служебной машине, в кулуарах съезда, на месте происшествия и т.п.

Планируя время, журналист должен учитывать специфику рабочего дня своего героя. Есть люди ранних, «утренних профессий», но есть и те, чей рабочий день фактически не имеет предела, или кто работает больше в вечерние часы. Понятно, что врач или учитель начинает рабочий день рано; министру или члену парламента «трудно выкроить минуточку» в течение рабочего дня; а вот люди богемных профессий — актеры, художники, певцы — только к полудню «продирают глаза». Значит, интервью с последними

²¹ Лаврова А. Жанр интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Эксмо, 2003 – С. 39

²² Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 35

может затянуться далеко за полночь. На такие встречи не опаздывают. Если вы позвоните в дверь на полчаса позже назначенного времени, считайте, что разочаруете своего героя сразу по нескольким «направлениям» — как неточный, ненадежный, невнимательный и забывчивый человек. А ваши оправдания: «Попал в "пробку"», «Автобуса долго не было», «Не смог поймать такси» — прозвучат как лепет опоздавшего на урок школьника. А уж если вы еще попросите ручку и бумагу для записей, знайте, что первое впечатление о вас наверняка благоприятным не будет.

Подготовка вопросника. За вопросы можно садиться после того, как определены цели интервью, изучены все возможные вспомогательные материалы, а также назначены время и место встречи²³.

По результатам первого контакта станет ясно, с каким собеседником вы имеете дело — с «легким», открытым, свободно идущим на него или с «трудным», замкнутым, скрывающим информацию. В зависимости от этого стоит продумать первые вопросы. Есть ли резон, например, говорить о чем-то, не имеющем отношения к намеченной цели: о погоде, детях (внуках) — в общем, о том, что всегда найдет отклик у любого человека? Или сразу «брать быка за рога», приступив к главной цели беседы? Понадобятся ли вам специальные вопросы, чтобы растопить лед непонимания? Или вы сразу окунетесь в атмосферу дружеской беседы?

Предварительная работа с источниками поможет определить основную тематику вопросов, продумать их последовательность и наметить путь, по которому журналист вместе со своим героем пойдет к намеченной цели. Вопросник стоит разрабатывать в соответствии с целями, о которых вы уже сообщили своему герою, когда договаривались об интервью. Если задаваемые во время беседы вопросы не будут соответствовать намеченному плану, это может вызвать подозрение. Поэтому не забудьте при изменении ваших целей сообщить об этом партнеру.

²³ Скоробогатов Д. Interview. Учебное пособие для вузов., - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 45

Молодые журналисты всегда сомневаются, какое количество вопросов оптимально для интервью. Строгих правил на этот счет не существует. Кому-то спокойнее, когда все вопросы заранее написаны на бумаге. Кто-то легко импровизирует, и ему вполне достаточно нескольких ключевых слов на бумаге, чтобы вести разговор. Опытные журналисты нередко вообще не записывают, а «держат» вопросы в голове. В любом случае вопросник нужен — не важно, в уме он или «на бумажке».

И еще: разрабатывая стратегию интервью, следует оставить время для незапланированных вопросов и ответов, а также подготовиться к самым неожиданным ситуациям. Поверьте: чем тщательнее вы сделаете это, тем больше вероятность того, что интервью пойдет по плану. Но не стоит бояться и неожиданного поворота разговора, на самом деле это ценный результат. Свежий взгляд на известное, новый поворот старой темы, всплывшая из недр памяти история... Ради таких находок и работает журналист.

Имея дело с фигурами влияния из разных социально-политических сфер, надо учитывать, что они могут быть заранее подготовлены к встрече с журналистами, «натасканы» на определенные ответы. Помогают им в этом деле специальные службы по связям с общественностью, технологии которых, направленные на создание положительного имиджа компании или отдельного лица, находят все большее применение в сферах публичной деятельности²⁴.

Драматургия интервью

После подготовительного этапа, включающего определение целей интервью, проведение предварительного расследования, назначение встречи и разработку стратегии, можно приступать к интервью. В самом общем смысле — это разговор двух людей или более с целью получения новой информации. Однако не обычный, из череды тех, которые образуют наши повседневные межличностные коммуникации. Интервью — разговор, который строится по определенным правилам профессионального

²⁴ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 52

журналистского общения. Протекает оно в вопросно-ответной форме, когда журналист спрашивает, а собеседник отвечает. Поэтому формула успеха заключается в том, насколько профессионально задаются вопросы и как полно на них отвечают.

Однако интервью — это не только умение задавать вопросы. Как и любой другой акт человеческого общения, оно включает иные, не менее важные вербальные компоненты, способствующие успеху коммуникации. С чего начинается разговор двух людей? С произнесения этикетных фраз, открывающих беседу, со слов приветствия. Далее собеседники, особенно если это их первая встреча, должны установить взаимный контакт. Преамбула интервью, как правило, не выходит за рамки этикетного обмена любезностями или нейтрального разговора о погоде. Существуют, однако, и другие способы, облегчающие собеседникам начало разговора. От того, сумеет ли журналист с первых же слов найти подход к своему герою, установить с ним гармоничные, нацеленные на открытый обмен информацией отношения, получить и развить до деталей интересующие сведения, зависит успешный результат интервью.

Далее очень важно найти верный путь развития беседы, выстроить ее так, чтобы ход ваших мыслей был понятен собеседнику, а последовательность вопросов подчинялась главной целевой установке интервью, чтобы в кажущемся хаосе вопросов и ответов четко прослеживался порядок. Интервью нельзя обрывать на полуслове. Вряд ли можно предвидеть, что скажет собеседник в конце беседы, однако опытный интервьюер не забудет завершить ее на нужной ноте, задав последний и вопросы уточняющие, ну и, конечно, произнеся ритуальные слова прощания²⁵.

Встреча с собеседником. Приветствие. Журналисты ежедневно встречают новых людей. Здравуются, обмениваются рукопожатиями, разговаривают, прощаются. Опытные репортеры обычно не задумываются, в

²⁵ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 58

какой форме произнести слова приветствия, и выбирают нейтральное «Здравствуйте!», дружеское «Привет!»; фамильярное «Здорово!». Тактика приветствия зависит от конкретной ситуации, степени близости с героем, его социального статуса. Конечно, есть идеальные «на все времена», формы приветствия социально и стилистически нейтральные «Здравствуйте!»; «Добрый день!». В большинстве случаев фантазия и творческий подход будут здесь явно неуместны.

Однако слишком холодное и формальное приветствие может послужить сигналом того, что журналист предпочитает держаться от собеседника на определенной дистанции и не хочет преступать барьер формального вопросно-ответного взаимодействия. Чтобы смягчить форму приветствия, в него можно добавить персональное обращение: «Здравствуйте, Михаил (Иванович)!».

От того, в каком ключе, официальном или неофициальном, беседа начнется, зависят ее тактика и конечные результаты.

Прембула интервью. «Разминка». Коротким и на первый взгляд ничего не значащим разговором в начале интервью вы можете достичь больших результатов, чем в продолжение всей беседы. Но с таким же успехом можно и разрушить поставленные цели. Американские исследователи утверждают, что при встрече незнакомцев первые четыре минуты беседы определяют, как правило, весь последующий разговор.

В традициях нашего общения начинать разговор, варьируя общие фразы, устанавливающие дружелюбную атмосферу: «Здравствуйте! Очень приятно с вами познакомиться! Как дела? Какая скверная (прекрасная) погода сегодня!». Таков социальный этикет, с помощью которого люди устанавливают между собой первоначальный контакт и «наводят мосты» для дальнейшего общения²⁶.

«Подобрать ключ». Это может показаться профессиональной банальностью: удача или провал интервью зависят от того, нашел ли

²⁶ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 52

журналист подход к своему собеседнику, сумел ли «подобрать ключ» к нему. Журналисты еще говорят: надо «почувствовать собеседника», «настроиться на его волну», «попасть в его систему координат». Тогда, утверждают они, и выйдет толк.

Надо сказать, что поиск «ключика» к собеседнику есть отправной принцип любого акта коммуникации. Известно также: чтобы состоялся контакт двух сторон (коммуникатора и реципиента, т.е. отправителя и получателя сообщения), необходимо совпадение их кодов общения, в том числе социальных (кодов поколений, социальных слоев). Ну и как минимум должен быть один и тот же язык — русский, английский, французский или какой-либо другой. При несовпадении языковых кодов, когда хотя бы один из участников не владеет языком другого, в диалог должен вступить посредник-переводчик, знающий оба языка. Общение в этом случае опосредуется третьим лицом, и, следовательно, контакт установить сложнее.

Однако общность языковых кодов участников коммуникационного процесса — еще не главный фактор успеха. В интервью нахождение подходов, «ключей» к герою значит больше, чем только понимание собеседниками речи друг друга²⁷.

Несмотря на самые лучшие намерения журналиста, на все его усилия понравиться своему герою, оказывается, что ко многим людям не так-то просто найти подход. Вплоть до конца интервью они оказываются неприступными и черствыми в своих реакциях. Причин может быть множество: и нежелание делиться информацией, и неудачи предшествующего опыта общения с журналистами, и отсутствие симпатии, доверия к данному интервьюеру, да и просто «вредность», подозрительность натуры.

Выбор амплуа. Журналист разрабатывает стратегию беседы с помощью своих ролевых функций. Вопрос, должен ли он быть лицедеем, меняя роли, как актер, в зависимости от характера собеседника, уровня

²⁷ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 52

поставленных задач и обстоятельств беседы, всегда вызывал споры. Они, по сути, сводятся к двум противоположным точкам зрения. Одна группа экспертов в области интервью говорит: «Будьте естественными, любое выбранное вами амплуа лишь погубит дело». Другая, наоборот, видит в правильном выборе своего амплуа залог профессионального успеха. В зависимости от обстоятельств журналист может надеть маску «холодные уши», «молодой цыган» и т.д. Все ролевые амплуа, по мнению сторонников этой теории, продиктованы разнообразными ситуациями общения, характером и психологическим состоянием собеседника и журналиста, которые зависят от многих факторов. Например, «молодого цыгана» примут в богемных кругах и отвергнут там, где большую роль играют структурно-иерархические связи, к примеру, в госаппарате²⁸.

И все же большинство журналистов сочетают в работе оба принципа — и «натуральный», и «ролевой». Они, как правило, ведут себя естественно, но надевают различные маски, когда того требуют обстоятельства. Так и в повседневной жизни: родитель в воспитательных целях может либо надеть маску требовательного учителя, либо выступить в роли «заботливой курицы», когда ребенок заболел. Единственным и необходимым условием того, чтобы партнер (ребенок или интервьюируемый) поверил вам, является честная игра. Тогда обвинения в манипуляции, которые часто предъявляют журналистам-«игрокам», будут беспочвенны. Кроме того, лживые или неискренние маски, использованные журналистом («закадычного друга» в ситуации недружеских отношений или «исповедника», когда собеседник не намерен откровенничать), лишь добавят настороженности в непростые и без того отношения. Поэтому в беседе с собеседником, чьи взгляды вы не разделяете, лучше придерживаться нейтралитета. Это вовсе не значит, что журналист должен поддакивать человеку с фашистскими или расистскими убеждениями, оправдывать наклонности убийцы или насильника. Напротив,

²⁸ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 52

его позиция в разговоре должна быть непременно озвучена, но без эмоций, а просто как иная точка зрения.

Логика, хронология или импровизация. Планируя очередное интервью, журналисты, как правило, много внимания уделяют семантической составляющей своих вопросов, их смысловому наполнению. Действительно, от того, что вы спросите у собеседника, во многом зависит то, что он ответит. Но не все. Не менее важным и стратегически значимым компонентом интервью является правильно выбранная последовательность задаваемых вопросов. Установить нужный порядок в перечне вопросов — задача, которую журналист должен решать в каждом отдельном случае. Конечно, сценарных разработок интервью может быть безгранично много, как беспредельно разнообразны события, человеческие судьбы и связанные с ними истории. Но все же и здесь просматриваются закономерности, позволяющие выбрать оптимальную тактику в бесконечном, казалось бы, разнообразии ситуаций²⁹.

Завершение интервью

Очень важно правильно завершить разговор, не ссылаясь на то, что надо бежать на следующую встречу, но обязательно сказав приличествующие этикету слова. Начинающие журналисты часто не представляют себе, что на завершающем этапе интервью могут произойти самые неожиданные вещи. Например, уже после слов прощания ваш герой может, наконец, решиться сказать то главное, ради чего и согласился на эту встречу. Поэтому нельзя ослаблять внимания до последнего момента, когда за вами закроется дверь. Не стоит стесняться и еще раз постучать в дверь, если вы вспомнили, что забыли спросить что-то очень важное, например, уточнить написание имен и фамилий или попросить разрешение на публикацию фотографий из семейного альбома.

Стратегически правильно вовремя не только начать, но и закончить интервью. Точность и пунктуальность — необходимое условие для того,

²⁹ Долгов Д. Правила проведения интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Центрполиграф, 2007 – С. 52

чтобы впечатление о репортере сложилось благоприятное. Непозволительно опаздывать на интервью. Но не менее плохо задерживать собеседника сверх времени, которое оговорено заранее. В конце концов, у него могут быть запланированы другие дела, и даже если из-за деликатности он в этом не признается, затянувшийся разговор может вызвать вполне понятное раздражение, поскольку помешает ему выполнить намеченное³⁰.

Конечно, трудно заранее спланировать, как завершится интервью. В идеале это происходит естественным образом, когда и репортер, и интервьюируемый приходят к обоюдному выводу, что все вопросы исчерпаны. Однако в большинстве случаев при завершении разговора надо следовать двум основным правилам: «уходить с достоинством» и «не злоупотреблять гостеприимством». Есть еще золотое правило — уходить так, чтобы у собеседника осталось желание общаться с вами еще, готовиться к новой встрече³¹.

³⁰ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 13

³¹ Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов., - М.: Аспект Пресс, 2003 – С. 15

Глава 2. Психологические приемы проведения интервью

Понятно, что вопросы — не самоцель журналистского интервью. Конечно, оно проводится ради ответов. Однако они не рождаются сами по себе, их вызывает к жизни вопрос. Говорят, каков вопрос, таков и ответ. Хорошие, полные ответы зависят от удачного вопроса, плохие же, т.е. не наполненные содержанием, — от слабого и непродуманного.

Эта глава посвящена важнейшему компоненту интервью — вопросам, а также умению их задавать. Однако нельзя не учитывать, что успешное общение, как уже говорилось, включает в себя еще и умение слушать, а также пользоваться всеми возможностями невербальных форм коммуникации. Поэтому, рассматривая отдельно вопросно-ответную составляющую, надо всегда помнить о ее интеграции в более широкий круг факторов, влияющих на процесс общения в целом.

Еще одно замечание напрашивается в связи с бытующим, особенно среди непрофессионалов мнением, что беседа журналиста с героем интервью сродни обычному человеческому разговору, в который входят самые разные формы речи, в том числе вопросы и ответы. Такой точки зрения придерживаются и некоторые журналисты.

Что может быть легче для журналиста, чем интервью, утверждают они: сяди себе и спрашивай о том, что необходимо узнать. И все же профессиональное интервью отличается от повседневного вопросно-ответного диалога³².

Люди задают друг другу вопросы и в обыденном разговоре, а в ответах на них получают информацию, которая в дальнейшем становится переработанным сырьем, уже свершившимся опытом собеседников. Естественно, что в последующем разговоре этот опыт учитывается и невольно перерабатывается говорящими в некие умозаключения, версии, предположения. Дальнейшие вопросы поэтому с неизбежностью содержат

³² Walters Barbara. How To Talk With Practically Anybody About Practically Anything. - New York, 1970. - P. 21.

элементы утверждения. Вопрошающий собеседник как бы забегают в своем вопросе вперед, додумывает за своего партнера ответ. Отвечающий же подтверждает либо опровергает его мысль. Таков механизм повседневной бытовой беседы: она, с одной стороны, почти всегда ориентирована на поиск понимания, согласия, сочувствия, с другой — носит соревновательный характер. В негласной борьбе «кто кого» происходит львиная доля человеческого общения.

Полнота и объективность полученной информации зависит от нескольких условий и факторов. Во-первых, от того, как сформулирован вопрос и на что сделаны акценты. Понятно, что на два таких, казалось бы, похожих вопроса: «Какие вещи были украдены?» и «Какие вещи украдены не были?» — будут даны совершенно разные по содержанию ответы. Так же как и на вопросы, в которых слегка изменен порядок слов: «Вы что-нибудь видели, слышали в момент кражи?» и «Что вы видели, слышали в момент кражи?» На первый, закрытый вопрос, вполне вероятно, будет получен односложный ответ «да» или «нет». На второй же, открытый, собеседник по идее должен дать развернутый. Следовательно, умение так поставить вопрос, чтобы на него был получен прямой, полный и объективный ответ, — второе условие этого искусства.

Другой фактор, влияющий на результат интервью, о котором следует помнить, когда задаются вопросы, — уважение к собеседнику со всеми его человеческими слабостями. Как показала практика, большинство людей не столько боятся процесса интервью, сколько не хотят быть выставленными в глупом, неприглядном свете. Они упрекают репортеров в том, что те не всегда бывают аккуратны и честны с предоставленной им информацией, а на самом деле волнуются, что подумают друзья, не будет ли стыдно за них близким³³.

Журналисты могут допустить и серьезные просчеты в обращении с персонами, располагающими важными сведениями. Звонок в неурочное

³³ Walters Barbara. How To Talk With Practically Anybody About Practically Anything. - New York, 1970. - P. 21.

время — показатель неуважительного отношения — обязательно вызовет негативную реакцию интервьюируемого, которая либо выразится в вялых ответах-отговорках, либо просто приведет к отказу говорить, как это и произошло с «весьма осведомленным источником». Еще один немаловажный момент, которому журналисты часто не придают большого значения, связан с многообразием человеческих индивидов и абсолютной их уникальностью. Можно ли найти «золотой» подход, приемлемый для всех? Или человеческая природа так многообразна, что нет секрета единого решения? В череде встреч с разными людьми журналисты невольно выстраивают в голове некие схематические образы, классифицируют людей по каким-то своим признакам, часто поддаваясь сложившимся в обществе стереотипам. При этом забывают, что нет людей, похожих друг на друга, и к каждому человеку нужен свой, индивидуальный подход. Без учета этого фактора журналист не будет готов к самым непредсказуемым ситуациям и может оказаться застигнутым врасплох бурной реакцией собеседника на вполне безобидный, казалось бы, вопрос.³⁴

Бережное, внимательное отношение к каждому собеседнику поможет журналистам справиться еще с одной профессиональной проблемой. Как говорить с преступником, нанесшим серьезный урон обществу, с убийцей, сутенером, совратителем несовершеннолетних, да просто с человеком, который ведет образ жизни, осуждаемый значительной частью общества? Нет сомнений, что непредвзятое отношение, спокойное, уважительное обращение и четко поставленные вопросы приведут к тому, что собеседник не замкнется в себе, не откажется давать интервью. А его ответы, в которых, возможно, найдется место и анализу причин трагедии, принесут большую социальную пользу, чем осуждение и разоблачение.

Разновидности вопросов

Успех интервью измеряется количеством и качеством информации, полученной за время его осуществления. Можно вести длинную беседу и

³⁴ Шаблинская О., Караулов А. Мне нечего скрывать // Аргументы и факты. 2002. № 26. – С. 3

записать метры пленки на диктофон, однако ценность материала окажется минимальной, потому что журналисту так и не удалось получить от собеседника достаточного объема сведений, нужных для публикации. Напротив, короткий разговор по телефону часто дает избыточный материал, которого хватит не для одной заметки. Рассмотренные технологии предлагают журналисту общие принципы подбора вопросов, приглашающих собеседника поделиться информацией с наибольшей отдачей. Побуждение собеседника к позитивному обмену информацией и есть первичная функция вопроса, которая направлена на получение информации — актуальной, полной, достоверной.

Однако вопросы имеют и широкий круг дополнительных функций, обусловленных содержанием беседы, ситуационными и субъективно-личностными факторами³⁵.

Вот хрестоматийный пример интервью во время тушения пожара жилого дома. Прибыв на место происшествия, и сориентировавшись в обстановке, репортер берет три интервью: у начальника пожарной бригады, пострадавшего жителя дома и очевидцев — опрашивает жителей этого и соседних домов. Какие вопросы он задает в каждом конкретном случае? Какие главные вопросы задать пожарному, потерпевшему, свидетелям? А второстепенные? Понадобятся ли наводящие вопросы? Или провокационные? Уместны ли будут гипотетические вопросы или можно ограничиться правилом шести открытых вопросов?

Понятно, что конкретные тактики интервью варьируются от случая к случаю, меняются от собеседника к собеседнику. На самом деле одинаковых интервью быть не может: их, как и жизненных ситуаций, великое множество. Также всегда уникальна и вопросно-ответная составляющая интервью, потому что состоит из разных комбинаций функционально разнородных вопросов. По словам Георгия Кузнецова, «хороший вопрос — вещь одноразовая». Теоретически мы не можем просчитать все комбинации

³⁵ Рубинштейн С. Принципы и пути развития психологии. - М., 1995. - С. 180.

вопросов, однако можно разобрать разные их варианты, различающиеся соответствующими функциональными характеристиками. А уж от профессионализма журналиста будет зависеть умение использовать все эти признаки для эффективного исполнения информационных задач.

Разновидности рассматриваемых далее вопросов, как правило, выполняют дополняющую по отношению к основным роль. Их иногда называют вопросами второго ряда, так как они помогают стимулировать беседу, а ответы на них развивают ее вширь и вглубь, наполняют вспомогательным содержанием. Вопросы, выступающие как стимул для развития беседы, равнозначны таким невербальным действиям, как кивок головы, сообщающий собеседнику: «Да, я вас понимаю», а могут иметь вполне конкретный, озвученный модальный смысл, побуждающий к ответу.

Нередко такие вопросы следуют после закрытых. Как было замечено, приемом закрытых вопросов часто пользуются неопытные журналисты. Задавая их в качестве основных, они спотыкаются на второстепенных, которые должны способствовать развитию ответов особенно скупых на слова или неразговорчивых героев. Например, на вопрос: «Вы когда-нибудь видели шаровую молнию?» — должно последовать два варианта ответа. На утвердительный репортер должен быть готовым отреагировать вопросами второго ряда: «Расскажите подробнее, что вы видели?» или «Интересно, как же она выглядит?» А далее, по ходу развития диалога, могут последовать вопросы третьего ряда: «Когда это было? Где? При каких обстоятельствах? Были ли последствия?» — до тех пор, пока картина полностью не восстановится³⁶.

Вопросы второго ряда выполняют во время интервью самые разные функции. Например, провоцируют собеседника на продолжение разговора. Или «разворачивают» разговор вширь. Углубляют его. Уточняют детали. Запрашивают аргументы. Демонстрируют заинтересованность ведущего.

³⁶ Гаснов И. Национальные стереотипы и «образ врага» // Психология национальной нетерпимости. - Минск, 1998. - С. 191.

В зависимости от функциональных задач второстепенные вопросы можно разделить на следующие группы.

Уточняющие вопросы. Уточняющий вопрос желательно задавать после неясного или двусмысленного ответа на основной. Если после такого ответа не сделать попытки прояснить недопонятое, не расставить все точки над «і», можно впасть в один из главных профессиональных грехов журналиста — делать до-пушения, выдвигать предположения в связи с недостатком или искажением информации³⁷.

Уточняющие вопросы можно задавать в разных формах.

1. Перефразировать сказанное собеседником, если его ответ непонятен:

«Простите, правильно ли я вас понял, господин губернатор, ваш заместитель обвиняется в коррупции?»;

«Так ли я вас понял, господин прокурор, вы добровольно слагаете с себя полномочия?»;

«Мне кажется, вы обвиняете в случившемся руководство страны. Так ли это?».

Перефразируя таким образом предыдущее высказывание своего героя, вы проводите своеобразный тест на понимание сказанного. Подтверждая или опровергая ваши сомнения, собеседник подтвердит или опровергнет и сказанное ранее, возможно, даже несколько разовьет мысль. Таким образом, он повторит то, что интересует журналиста. Поэтому из всех уточняющих вопросов этот самый надежный.

2. Запросить пример для иллюстрации или прояснения сказанного:

«Приведите, пожалуйста, пример, как работает ваша служба...»;

«Что-то я не совсем понимаю вас. Объясните еще раз, пожалуйста...».

Пример или иллюстрация являются очень эффективным средством уточнения неясностей. Даже в гипотетической форме они способствуют

³⁷ Гаснов И. Национальные стереотипы и «образ врага» // Психология национальной нетерпимости. - Минск, 1998. - С. 191.

развитию беседы. Если же собеседник не в состоянии привести пример из своей практики, попробуйте прийти к нему на помощь и предложите собственный.

3. Запросить дополнительную информацию или данные:

«Вы утверждаете, что экономический спад пошел на убыль. Не могли бы вы привести конкретные цифры?»;

«Господин мэр, вы говорите, что демографическая ситуация в городе улучшается... У вас есть статистические данные на этот счет?».

Уточняющий вопрос необходим, когда на предыдущий дан неясный или двусмысленный ответ³⁸.

Развивающие вопросы. Как правило, люди не готовы дать исчерпывающие ответы на все интересующие журналиста вопросы. От смущения или боязни показаться глупыми они жмутся, заикаются, теряют дар речи. И, конечно же, в таких случаях нуждаются в помощи, иногда даже в ободрении, чтобы продолжить и развить ответ. В своей практике журналист может столкнуться с ситуацией, когда палочкой-выручалочкой окажутся простые слова: «Пожалуйста, продолжайте, это очень интересно...». Но чаще случается, что ответы на основные, особенно закрытые, вопросы оказываются чересчур краткими, нераспространенными, требующими дальнейшего развития, проработки, и тогда необходимо включить в беседу развивающие вопросы. Вот некоторые варианты их использования.

▪ В вопросе, как эхо, используется предыдущее высказывание героя.

«Почему же вы так уверены в положительных результатах голосования?»;

«Вы сказали, что нет смысла выставлять свою кандидатуру. Почему?».

Такой тип вопроса поможет развить какой-либо конкретный аспект предыдущего ответа.

³⁸ Hall E. Our Silent Language. Science Digest. – NY. Seagull, 1995. – P. 35.

- В вопросе выражается интерес к чувствам героя, его чисто человеческим переживаниям:

«Господин мэр, что вы почувствовали, когда были объявлены результаты голосования?»;

«Какие чувства вы испытали, когда увидели ваших детей после долгих лет разлуки?».

Вопрос: «Что вы чувствовали?..» — развивает эмоциональный аспект содержания разговора, подталкивает героя поделиться переживаниями.

- Для развития разговора собеседнику предлагается расширить тему или включить ее в неожиданный, даже незнакомый контекст. В вопросе могут быть также использованы ссылки на разные, желательно достоверные источники.

«Вы даете концерты для российской публики, а живете в Италии. Как вам удастся это совмещать?»;

«Господин министр, вы утверждаете, что не было никаких возможностей спасти подводную лодку. Но, как передали информационные агентства, иностранные спасатели были готовы приступить к спасению буквально на следующий день...».

Развивающие вопросы призваны способствовать расширению поля беседы в сторону уточнения деталей, эмоциональных переживаний героя, включая ее в более широкий контекст³⁹.

Контрольные вопросы. Журналист может задавать их в ситуации, когда у него нет объективных подтверждений того, что было сказано собеседником. При этом у него нет и возможности перепроверить сообщаемую информацию, прибегнув к объективным источникам.

Уличающие вопросы. Будучи разновидностью контрольного, вопрос уличающего характера применяется в случае явных противоречий в ответах,

³⁹ Батуев В. Успокойтесь, если вас не убили // <http://www.mn.ru>.

а также если собеседник был непоследовательным в описании, неуверенным в аргументации.

«Вы только что заявили, господин мэр, что демографическая ситуация в городе улучшилась. Но статистика говорит об обратном: смертность все еще превышает рождаемость. Вы уверены в своей правоте?».

Уличающие вопросы часто сталкивают интересы журналиста и его героя, особенно когда налицо факт сокрытия информации. В таком случае у корреспондента возникнет естественное желание резко возразить, вывести собеседника на чистую воду.

И тем не менее даже в этой ситуации надо воздержаться от жестких высказываний: «Вы не правы»; «Я вам не верю» — и попробовать спросить дипломатично: «Вы уверены, что это правда?»; «Вы убеждены в своей правоте?».

Но и в том случае, если журналист был безукоризненно вежливым со своим героем, он должен быть готов к тому, что уличающий вопрос может затруднить ход беседы или — в худшем случае — остановить ее. Поэтому лучше оставить этот вопрос на конец разговора или подождать момента, когда он уже не осложнит беседу⁴⁰.

Уличающий вопрос необходим, когда собеседник искажает или скрывает информацию, когда возникает противоречие между его словами и ранее установленными вами фактами. Его надо использовать с осторожностью, лучше не в прямой форме и ближе к концу разговора, чтобы не оборвать его ход.

Количественные вопросы. Вопросы с количественным местоимением *сколько* служат для выяснения количественных характеристик интересующего объекта или события:

«Сколько человек родилось в течение года в нашей стране?»;

⁴⁰Афанасьева Елена. Не подведенные итоги // Новая газета. 2002; 31 мар. — 3 февр. — С. 5

«На сколько процентов увеличилось население земного шара за один месяц?»;

«Сколько у нас в стране зарегистрировано наркоманов?».

Ответы на количественные вопросы вносят ясность и точность в разговор. Они отличаются от туманных, неопределенных рассуждений тем, что всегда заостряют, а при удачном использовании даже драматизируют сюжет.

Количественные вопросы доминируют в спортивных репортажах, интервью, взятых для бизнес-новостей и экономических обзоров. Они всегда присутствуют в беседах с экспертами, использующими для работы статистические методы⁴¹.

Однако надо иметь в виду, что количественная информация имеет пределы восприятия. Во-первых, тексты, особенно теле- и радиоэфиров, нельзя перегружать цифровыми данными, их переизбыток не конкретизирует сюжет, а лишь запутывает читателя (зрителя, слушателя). Во-вторых, статистические данные воспринимаются только в сравнительных или процентных показателях. Поэтому, запрашивая статистику по интересующему вопросу, следует подготовить еще один, дополнительный, вопрос — о динамике показателей («Сравните с данными прошлого года»; «На сколько это больше (меньше), чем в прошлом квартале?») и т.п.).

Количественный вопрос конкретизирует предмет разговора и позволяет увидеть ситуацию в динамике.

Гипотетические вопросы. Это особая вопросная форма, когда спрашивающий хочет получить ответ на вопрос, что произойдет, если совершится (совершается или уже совершилось) подразумеваемое. Гипотетические вопросы побуждают собеседника заняться прогнозами, пофантазировать о перспективах объекта беседы или возможных последствиях его действий:

⁴¹ Metzler K. Creative Interviewing. American community. – NY., 2000 - P. 46.

«Господин директор, попробуйте представить будущее вашего завода, если правительство выделит деньги на его реконструкцию?»;

«Как вы считаете, сложилась бы такая критическая ситуация, если бы помощь в район бедствия пришла вовремя?».

Такие вопросы имеют оттенок условного значения и предполагают такого же рода ответ-догадку. Поэтому многие журналисты отказываются от использования их в интервью, справедливо считая, что в журналистике нет места домыслу. Кстати, на такие вопросы часто отказываются отвечать политики и лица, принимающие решения, потому что они рискуют ответить невыгодным для себя образом.

Значит ли это, что гипотетических вопросов вообще следует избегать? Вовсе нет. Однако надо иметь в виду, что в ответ вы можете получить нулевой результат. Тем не менее надо учесть также, что есть персоны, особенно натуры творческие, которые положительно относятся к гипотетическим вопросам.

Задавая гипотетический вопрос неподготовленному собеседнику, вы рискуете получить необоснованный, некомпетентный ответ или вовсе его не получить. Гипотетические вопросы лучше всего задавать ученым-футурологам или экспертам, занимающимся прогнозами в своей области⁴².

Проективные вопросы. Заслуживают внимания и проективные вопросы, которые помогут глубже изучить характер вашего собеседника, определить потенциал его внутреннего мира:

«Если бы вы получили миллион, что бы вы сделали?»;

«Что бы вы сделали в этой ситуации, если бы были президентом страны?».

Переходные вопросы. Их еще называют «вопросы-мосты» или «вопросы-переключатели». Они служат для плавного изменения направления беседы, для перевода разговора на новую или упоминавшуюся вскользь тему:

⁴² Hall E. Our Silent Language. Science Digest. – NY. Seagull, 1995. – P. 35.

«Господин режиссер, в начале беседы вы упомянули, как сложно было найти средства для съемок этого фильма. Давайте поговорим об экономической части производства картины. Сколько она стоила?».

Профессионально заданный переходный вопрос не должен обрывать собеседника. Не следует неожиданно переключать разговор на новую тему, к которой собеседник еще не готов. Однако, если вы видите, что разговор зашел в тупик, можно попробовать резкую смену сюжета:

«Хорошо, давайте не будем говорить о ваших неприятностях по службе и поговорим о вашей семье. Как давно вы женаты?».

Если собеседник проявляет настойчивость в передаче своего (часто заранее подготовленного) «послания», переходный вопрос может не сработать⁴³.

Пассивные и мимические вопросы. Это фактически даже и не вопросы, а вербальное или невербальное побуждение собеседника продолжить разговор. Пассивные вопросы задаются в форме кратких выражений, которые посылают сигнал о включенности собеседника в разговор («Понимаю...»; «Да, да, конечно...»; «Правда?»). Это сигналы, воодушевляющие собеседника продолжать диалог, и поскольку они не несут оценочной окраски, этот прием оказывается особенно эффективным, когда взгляды собеседника оппозиционны вашим. Этому способствует и мимика — выражение лица, жесты, телодвижения. Пассивные и мимические вопросы стимулируют продолжение разговора. Однако их следует избегать во время эфирных интервью.

Близкими по значению являются так называемые **молчаливые**, или «немые», вопросы, которые стимулируют диалог без слов, только с помощью паузы. Начинающие репортеры панически боятся образовавшихся во время беседы пустот. Их смущение действует и на собеседника. Они, конечно же, правы, но только отчасти. Тишина страшна только тогда, когда нечего

⁴³ Степанов А. Тактика допроса. - СПб., Polygraph, 2001. - С. 68—69.

спросить, но вопреки бытующим предубеждениям ее можно использовать с умом.

Во-первых, пауза, образовавшаяся во время интервью, даст собеседнику передышку и время подумать. В результате можно получить более глубокий ответ. Во-вторых, пауза с помощью дополнительных невербальных средств, мимики, языка тела и жестов информирует собеседника о том, что диалог продолжается и журналист ждет новых подробностей. Кроме того, собеседник может намеренно или интуитивно посылать журналисту сигналы для передышки, для обдумывания ответа. Например, когда, отклонившись в кресле, смотрит в потолок или когда произносит «э-э-э», «хм-м-м», подбирая нужные для ответа слова, формулируя мысли. В этот момент не стоит торопить собеседника, и сделать здесь паузу — беспроегрывный ход⁴⁴.

«Немой» вопрос дает собеседнику время на раздумья, при этом не прерывая ход беседы. Следите за собеседником: он сам пошлет вам сигнал для паузы.

Вопросы, которых следует избегать

Не все используемые в повседневности формы вопросов стоит журналистам применять в своей практике. Например, слишком длинные, громоздкие, по которым сложно определить, какая, собственно, информация запрашивается. Или такие, в которых, по существу, не содержится желания спрашивать, а есть только констатация или предположение журналиста. Неопытные репортеры, стараясь вложить в свою часть диалога «глубокий смысл», задают сразу два или несколько вопросов, что также нежелательно, так как это дезориентирует собеседника в порядке ответов. Нередко журналистов подводят и «дежурные» вопросы, которые припасены на случай, если не о чем больше спрашивать.

⁴⁴ Hall E. Our Silent Language. Science Digest. – NY. Seagull, 1995. – P. 33.

Есть и другие варианты неумелого подхода к подбору вопросов, которые следует знать, чтобы не усложнять и без того непростую технологию ведения беседы.

Риторические вопросы. Выделяемые грамматикой в отдельную группу вопросительных предложений, они содержат не вопрос как таковой, а скрытое утверждение, не требующее ответа. При этом в риторическом вопросе имеются все компоненты вопросительного предложения, отличающие его от повествовательного, — специфическая интонация, особый порядок слов, наличие вопросительных частиц, что, безусловно, не может не смутить неопытного интервьюера. Другим «привлекательным» моментом риторического вопроса является эмоциональная выразительность, т.е. возможность передать через него дополнительную информацию об оттенках своих эмоций:

В риторических вопросах не происходит требуемого двустороннего вопросно-ответного взаимодействия между журналистом и его героем. Активной стороной оказывается журналист. Приговор выносит он, и он, а не его собеседник, ставит точку⁴⁵.

При этом корреспондент нарушает сразу два правила интервью: получение новой информации вообще и получение новой информации от вопрошаемой стороны. Кроме того, риторическим вопросом, по существу, прерывается ход беседы, а собеседнику ничего не остается, как развести руками и молчаливо ретироваться. Недаром риторические вопросы близки по своему значению к высказываниям, содержащим скрытое утверждение или отрицание⁴⁶.

Подсказывающие (упреждающие) вопросы. Вопросы такого типа уже содержат ожидаемый ответ. В большинстве случаев их следует избегать, потому что они имеют как минимум два вредных последствия. Во-первых, подталкивают собеседника к неполноценному ответу — журналист

⁴⁵ Профессиональная этика журналистов // Документы и справочные материалы. - М., 1999. Т. 1. - С. 216.

⁴⁶ Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста. - М., 1999. - С. 91—92.

подсказал ему возможный вариант; во-вторых, собеседник может воспринять их как манипулятивный прием («Он отвечает за меня!»).

Льстивые вопросы. Льстивые, апологетические вопросы, как показывает практика, только вредят. Молодые и неопытные журналисты прибегают к ним, чтобы компенсировать смущение и чувство восхищения по отношению к своему герою.

«Господин музыкант, вы самый великий исполнитель классической музыки, вы — лауреат всех возможных премий, ваше творчество вызывает восхищение у людей всех возрастов и наций и т.д., и т.п., как вам удастся поддерживать такую хорошую творческую форму?»

Какую реакцию этот вопрос вызовет у собеседника?

«Да что вы, не такой уж я и великий, да будет вам! Да обычный я человек! Мне даже как-то неловко...». Он обязательно сделает попытку сбалансировать лесть словами, принижающими его достоинства. А далее есть два пути развития этого диалога: в лучшем случае «великий музыкант» продолжит ответ, а в худшем — уведет разговор в другую сторону, рассказывая про то, какой он «скромный и простой».

Та же реакция и у человека, совершившего неординарный поступок, например спасшего ребенка во время пожара. Трудно будет добиться от него полноценной информации и подробного описания случая, если репортер обратится с такими словами: «Вы настоящий герой, вы совершили такой поступок, который достоин самых высоких наград...». Весь словесный запас, вся энергия этого человека уйдут на преодоление смущения, скромный лепет, что не герой-то он вовсе, а обычный человек, что на его месте так поступил бы каждый⁴⁷.

В подобном положении окажутся и ученый, и писатель, и рок-певец — словом, любой человек, чьи достоинства или поступки гиперболизированы журналистом. И каждый раз в ответном «ходе»

⁴⁷ Реснянская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации диалога. - М., 2001. - С. 21.

собеседник будет стремиться сбалансировать лесть, на что уйдет драгоценное время, а новой информации так и не прибавится⁴⁸.

Льстивый вопрос, в котором гиперболизированы достоинства или поступки собеседника, - неэффективное средство развития беседы.

Льстивые вопросы не следует путать с комплиментами, к которым прибегают журналисты для «наведения мостов», формирования позитивной атмосферы беседы. Compliments, как утверждают психологи в теории «поглаживания», необходимы для проявления одобрения, подбадривания собеседника. Без лести, «подхалимажа» они лишь стимулируют беседу, придают уверенность собеседнику.

Провокационные вопросы. Задаются они с целью разозлить собеседника, возбудить страсти, чтобы на волне вспышки эмоций получить открытый, импульсивный ответ. Фактически журналист рассчитывает на то, что собеседник потеряет над собой контроль и выложит все как «на духу». Тоже по-своему манипулятивный прием. Как он действует и какие влечет последствия?

Провоцировать можно с помощью отдельных ключевых слов, на которые «клюнет» герой, или содержанием всего вопроса.

Однако начинающим журналистам следует относиться к провокационной технике интервью с опаской, потому что она может повлечь как предсказуемые, так и самые неожиданные последствия. Например, собеседник может прервать интервью, при этом унижить вас и со скандалом выпроводить из помещения. После провокации вам не подадут руки не только ваши собеседники, но и их коллеги, ваши потенциальные источники, у вас сформируется репутация скандального репортера, и т.д.⁴⁹.

Умение слушать

Журналист должен не только уметь говорить, задавать вопросы, но и внимательно слушать. От того, как он слушает собеседника, воспринимает

⁴⁸ Metzler K. Creative Interviewing: the writer's guide to gathering information by asking questions. – NY, 2nd ed. N.J., 1998. – P. 56

⁴⁹ Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста. - М., 1999. - С. 91—92.

поток исходящей от него информации, как анализирует предъявляемые факты, сопоставляя похожее и выделяя несоответствия, отделяя главное от второстепенного, устанавливая причинно-следственные связи, отмечая нюансы и детали, в конечном итоге зависит, какое сообщение будет передано публике, какие акценты будут в нем расставлены.

От внимания, проявленного журналистом к ответам собеседника, зависит и течение беседы, и содержание вопросов. Можно сказать, что журналист — это «уши» общества. От того, внимательно ли он слушает, а затем добросовестно транслирует публике информацию, зависит формирование повестки дня, круга вопросов и проблем, предложенных для дальнейшего общественного обсуждения⁵⁰.

Законов, как правильно слушать партнера, не существует. К сожалению, нет и эффективной формулы обучения этому качеству, программ и тренингов по совершенствованию навыков слушания. Поэтому чаще всего начинающие репортеры пользуются интуитивными подходами, бытующими в журналистской практике. По сути, они сводятся к двум основным образцам поведения, которые можно определить формулами «журналист-стенографист» и «журналист-инквизитор».

Пользуясь первым подходом, корреспондент тщательным образом фиксирует все в блокноте, стараясь не упустить ни одного слова из речи собеседника в надежде, что все им сказанное пригодится при написании материала. В такой роли он является, по существу, менеджером интервью, с хорошо продуманными вопросами и аккуратно записанными ответами. Однако стремление к дословной, стенографической точности, записи разговора может помешать журналисту понять суть происходящего. Сконцентрировав внимание на ответах, и уткнувшись в лист бумаги, он не обращает внимания на реакции собеседника, не устанавливает с ним невербального контакта (например, глазами) и в итоге может упустить много полезной информации. Он, конечно, слушает, но фактически не слышит

⁵⁰ Реснянская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации диалога. - М., 2001. - С. 21.

ответы, не постигает их значения. Правда, полученная при такой беседе информация, легко поддается организации, и без особых проблем «упаковывается» в товарный вид. Однако персональной включенности в беседу, активного восприятия и полноценной трансляции сказанного не происходит. Это не означает, что не нужно вести аккуратных и точных записей, просто они не должны становиться самоцелью, поглощать все время, которое можно уделить и другим составляющим коммуникации.

Иной подход демонстрируют «журналисты-инквизиторы», которые заранее настроены на конфронтацию, ждут от каждого собеседника подвоха и подозревают его в сокрытии информации. По их мнению, «все врут» и всем есть что скрывать. А журналисты во время интервью должны выводить всех на чистую воду, фактически учинять допрос⁵¹.

Научиться «правильно перебивать» своего собеседника. Для плавного течения беседы лучше всего не перебивать собеседника, однако на практике редко кому из журналистов это удается. Если вам попадется опытный собеседник, который дал уже не один десяток интервью, его скорее всего не удивит, что журналист может оборвать его на полуслове для уточнения мысли или с целью направления разговора в нужное русло. Но встречаются и такие собеседники, которых «бестактность» перебивающего репортера выводит из себя, и тогда можно услышать: «Позвольте мне договорить!». Однако такой поворот событий маловероятен, если обе стороны увлечены беседой⁵².

В этом случае желание перебить партнера, вставить реплику, прояснить непонятное высказывание является таким же вкладом в беседу, как и новые идеи, и возвращение к сказанному, и аргументация. Иными словами, это такой же знак участия в беседе, причем лица вполне заинтересованного⁵³.

⁵¹ Интернет – ресурс // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>

⁵² Интернет – ресурс // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>

⁵³ Интернет – ресурс // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>

Существуют определенные правила хорошего тона как для приветствия, так и для того, чтобы «правильно» перебивать говорящего. Но это «профессиональное право» интервьюер может продемонстрировать лишь при условии, что внимательно слушает своего собеседника и следит за невербальными сигналами, которые тот ему подает.

Перебивать не возбраняется и в случае, когда собеседник не отвечает на поставленный вами вопрос. Однако не стоит это делать в такой резкой форме: «Извините, вы не ответили на мой вопрос». Лучше сказать тактично, беря ответственность на себя: «Извините, я, вероятно, нечетко сформулировал свой вопрос, попробую его перефразировать...».

А вот перебивать своего героя упреждающими вопросами не стоит. Эту ошибку журналисты нередко допускают, не контролируя свою реакцию, которая нередко опережает течение мысли героя. В ответ может прозвучать: «Я остановлюсь на этом чуть позже»; «Извините, я должен закончить мысль» и т.п. Поэтому лучше дать собеседнику выговориться - возможно, он скажет все, что вам требуется⁵⁴.

Особые обстоятельства

В практике интервьюера нередки случаи, когда приходится иметь дело с непростыми собеседниками, например, неприязненно или враждебно настроенными; не желающими идти на контакт, наконец, просто грубыми. Конечно, журналисту не стоит напряженно дожидаться таких «выходок» партнера, но надо быть готовым к разным ситуациям, поворотам событий. При определенных обстоятельствах следует даже отойти от стандартных приемов и действовать по правилам, специфическим для каждого конкретного случая.

Попробуем проанализировать трудные случаи интервью, которые оказываются нередкими в журналистской практике, и предложить наиболее приемлемые тактики их преодоления.

⁵⁴ Реснянская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации диалога. - М., 2001. - С. 21.

Собеседник дает ответ: «Без комментариев». Такой поворот событий может на первый взгляд показаться безвыходным. Но не следует спешить с выводами: в ответе «без комментариев» может заключаться вовсе не отрицательный смысл, а вполне серьезное содержание. Например, такой ответ может означать: «Я, может быть, вам и ответил бы, но тогда меня выгонят с работы» или «Я не могу дать ответ, мне проще вопрос не комментировать, чем объяснять причину моего отказа». Трактовка подобного ответа может быть и более простой: собеседник не знает, что сказать, и не желает признаваться в этом репортеру.

В любом случае после ответа «без комментариев» журналист должен еще раз попытаться убедить собеседника дать более определенный ответ. Попробуйте послать «вдогонку» один из вариантов второстепенного вопроса: «У вас есть указания свыше оставить эту тему без комментария?» или «Вы опасаетесь неприятностей, если вас процитируют?». Возможно, более эффективной будет брошенная журналистом реплика: «В таком случае вы останетесь в долгу перед публикой!»⁵⁵.

Но даже если вам не удастся убедить информатора дать более содержательный ответ, реплика «без комментариев» может быть использована в тексте и внесет в него оттенок интриги.

«Не для печати». Как правило, ньюсмейкер предоставляет журналисту информацию для публикации, т.е. «для протокола», «для печати». Таким образом, осуществляется условие открытого обмена информацией, возможность гласного обсуждения, интерпретации ее содержания. Однако нередки случаи, когда в силу разного рода обстоятельств источник предупреждает журналиста, что озвученные им в ходе беседы факты или их часть «не для печати». Иными словами, предоставляет информацию на условиях ее неразглашения.

До сих пор люди не договорятся между собой, что означает это условие — «не для печати». Одни считают, что такое информационное

⁵⁵ Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

поведение собеседника вызвано его страхом раскрыть свою принадлежность к просочившейся информации. Такое, вполне естественное чувство появляется чаще всего, когда люди обсуждают сведения, раскрывающие негативные стороны деятельности своей компании, например обстоятельства внутренних конфликтов. Они вполне резонно боятся предать огласке свое имя, так как это противоречит корпоративной этике компании. Кто хочет быть уволенным за разглашение? Правда, при этом возникает вопрос, зачем информацией делиться с журналистами, если она не предназначена для публикации? Многие из них поэтому считают, что сведения, полученные «не для печати», нередко являются намеренной «утечкой», которую можно использовать в качестве рабочего материала для подготовки публикации, при этом, естественно, не ссылаясь на источник⁵⁶.

Собеседник, уклоняющийся от ответа. «Напускает туману», «темнит», «возводит каменную стену», «пудрит мозги» — какими только метафорами не награждают журналисты своих собеседников, которые не дают прямых ответов! Как правило, в роли таких уклончивых информаторов выступают чиновники и персоны, специально обученные общению с прессой. То, что интервьюер считает уходом от ответа, им кажется верхом откровения.

Что же делать журналисту (редакции), когда интересующий его источник выставляет свои условия для участия в интервью? Как уже говорилось, никто не обязан его давать, нет таких законов. Но нет и правил, запрещающих запрашивать информацию. Журналист имеет полное право задавать вопросы даже тем, кто не желает на них отвечать. Если собеседник по каким-либо причинам «увиливает» от ответа, интервьюер (редакция) вправе с этим не согласиться и сообщить об этом публике.

Есть несколько путей преодоления такого кризиса. Можно, например, объявить об «уклонисте» во всеуслышание, использовать факт «умолчания» в своем материале. Это, кстати, самый «жестокий» шаг по отношению к

⁵⁶ Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

уклончивому собеседнику: «Господин Н. оставил без ответа вопрос о...»; «Пресс-секретарь президента уклонился от ответа, когда прозвучал вопрос о...». Более «мягкий» путь — попросить прокомментировать ту же проблему оппонента уклончивого собеседника, выслушать его точку зрения. Можно пытаться склонить собеседника дать ответ, задавая ему один и тот же вопрос всякий раз, когда он появляется перед прессой. Но и уход от ответа в этом случае не может служить препятствием к тому, чтобы нежелательная критика по данному вопросу была озвучена⁵⁷.

Собеседник, запугивающий журналиста. Тактику запугивания журналиста применяют, чтобы тоже уйти от ответа. Иногда это принимает весьма неприятные формы, когда «ответчик» бросает в лицо журналисту: «Это глупый вопрос»; «На этот идиотский вопрос я не собираюсь отвечать». Если вы столкнетесь с таким поведением собеседника, первое, что надо сделать, — постараться удержать под контролем свою реакцию и остаться в эмоциональном равновесии, что очень непросто. Затем можно парировать: «Не понимаю, что в нем глупого? Разъясните, пожалуйста!». Другой защитный прием — задать вопрос, используя рикошетом причину подобного выпада: «Вы, по всей вероятности, очень расстроились. Думаете, я хотел вас обидеть?»

Враждебно настроенный собеседник. Интервьюеру могут встретиться люди, переполненные враждебными чувствами. Проявляться они могут двояко — в открытой и скрытой форме. С первым, когда собеседник открыто демонстрирует свой антагонизм, громко кричит, размахивает руками, бороться даже легче. Как правило, такие открытые всплески ярости быстро проходят, и собеседник забывает о своей эмоциональной реакции. «Сбить» такой накал поможет разумно проявленная журналистом толерантность. Сложнее работать с партнером, враждебность которого скрыта, вербально не проявляется. Его состояние выдадут, например, скрещенные на груди руки, игра желваками. В такой ситуации единственный

⁵⁷ Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

способ разрядить обстановку — вывести эти эмоции на поверхность, «разоблачить» вашего героя словами: «Кажется, я чем-то вас расстроил?».

«Шоковая терапия». Бывают случаи, когда все попытки наладить контакт с собеседником оказываются тщетными, и враждебность, безразличие или грубость невозможно переломить никакими «дипломатическими» методами. Тогда единственным действенным «ходом» может оказаться «шоковая терапия». Конечно, совсем не обязательно демонстративно бросать блокнот или срывать с себя микрофон, как это сделала известная журналистка Ориана Фаллачи во время интервью с Мухаммедом Али. Существуют и другие способы. Например, выпалить намеренно оскорбительную фразу, как бы привести собеседника в чувство. Одна журналистка призналась, что, испробовав все возможные средства, чтобы привлечь внимание Рудольфа Нуриева, который слушал ее вполуха и демонстративно листал журнал, задала ему провокационный вопрос: «Это правда, что вы хотите запросить американское гражданство? Вы вообще-то гражданин какой страны?». Нуриев сразу оживился: «Я - гражданин мира», - и включился в беседу. Можно пойти и на более резкий шаг - закрыть блокнот, развернуться и уйти, но тогда цена окажется слишком высокой: интервью не состоится.

Трудные собеседники

По большому счету каждое интервью — уникальный, не имеющий аналогов акт коммуникации, а каждый собеседник — индивидуальность, влияющая на оригинальный контекст разговора и требующая своих неповторимых «ключей». Но все же обобщения уместны, и можно выделить группы людей, общение с которыми принесет ожидаемые трудности.

Знаменитости. Журналисты любят рассказывать «страшные» истории про то, как они общались со знаменитыми людьми.⁵⁸

Трудности подстерегают журналистов с самого начала их общения со знаменитостями, с момента, когда в интервью начинают отказывать. Резоны

⁵⁸ Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

выдвигаются следующие: «Зачем мне тратить на вас время?»; «Я и так знаменит(а) и в дополнительной рекламе не нуждаюсь», «Извините, я даю интервью только серьезным изданиям», «Мне нечего сказать, я уже все сказал посредством своих ролей. Позвоните через полгода».

Беседа может осложниться также демонстративной закрытостью собеседника, который всегда ждет от журналиста подвоха, или, наоборот, его неумеренной говорливостью.⁵⁹

Есть и другие, не менее существенные обстоятельства, которые должны приниматься во внимание журналистом при встрече со «звездой». Так, надо учесть, что знаменитости в своей массе не терпят критики и очень любят лесть. Именно в этой связи интервью прессе они предпочитают использовать как своего рода рекламную акцию. Журналисты, кстати, нередко стараются воспользоваться этой слабостью и под предлогом рекламы новой книги, альбома, программы заручиться согласием «звезды» на интервью.

Представители меньшинств. Интервью с представителями разного рода меньшинств - этнических, религиозных, сексуальных - серьезная проверка на профессионализм. Дело в том, что эта категория собеседников, нередко обделенная политическими, экономическими, социальными свободами, ищет и находит подчас единственную поддержку в своих правах со стороны средств массовой информации. Для каждого отдельного журналиста это испытание на гражданскую ответственность. Но как должен он вести себя, попав в незнакомую культурную и религиозную среду?

Незыблемое правило гласит, что главный принцип такого общения заключается в уважении к традициям и обычаям своих визави, даже если это входит в противоречие с нормами собственного поведения. Снять обувь перед входом в помещение, покрыть голову, если того требуют религиозные нормы, не садиться за стол вместе с мужчинами (женщине-журналистке),

⁵⁹ Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

если так не положено, - все это не должно смущать журналистов, идущих на встречу с собеседниками иной веры или других национальных традиций.

Кроме того, именно эти группы населения наиболее подвержены стереотипизации. Поэтому для журналистов это еще испытание на независимость от стереотипов массового сознания. А они могут быть следствием предшествующего освещения конфликтов в СМИ, стремления к сенсациям, желаниа противопоставить чаяния меньшинства и большинства, игнорирования их объективного сходства.⁶⁰

Используемые негативные стереотипы, как правило, являются проводниками чьих-либо интересов. Например, политических: «так власть предержавшие подчеркивают свое преимущество, диктуя способы изображения тех, кто власти лишен». Или этнических, когда этническое большинство является законодателем моды, вкусов и оценок, а репортеры, представляющие культуру большинства, бессознательно выражают эти взгляды.

Дети. Психика их менее устойчива, чем у взрослых. Поэтому, решаясь на интервью с ребенком, надо тщательно взвесить все «за» и «против». Не подвергать его испытанию публичностью, если в этом нет особой необходимости, даже если это нанесет ущерб полноте собранного материала. Но все же, если интервью с ребенком состоится, оно никогда не должно причинять ему страданий и переживаний, делать его предметом насмешек и уж тем более не эксплуатировать его высказывания в чьих-либо интересах.⁶¹

Дети - наиболее уязвимая и легко ранимая группа населения. При этом они легче, чем взрослые, идут на контакт с журналистами, любят позировать перед камерой, охотно говорят в микрофон. Недобросовестные репортеры нередко пользуются этим и задают детям недозволенные вопросы, которые могут причинить боль. Например, о болезни или смерти друзей и

⁶⁰ Интернет – ресурс // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>

⁶¹ Интернет – ресурс // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>

близких, о страданиях и переживаниях, с которыми им пришлось столкнуться. Именно поэтому среди журналистов существует неписанный запрет на интервью с детьми без согласования с родителями или администрацией детского учреждения, в котором они находятся (детский сад, школа, интернат, исправительное учреждение и т.п.). Заручиться согласием взрослых людей абсолютно необходимо во время съемок в детских учреждениях. Это может служить хоть какой-то гарантией защиты прав ребенка, при этом «основным гарантом» все же остается сам журналист. В этой ситуации врачебная заповедь - «Не навреди!» - ему особенно пригодится.

Глава 3. Мастерство журналиста при проведении интервью, обоснованное на практическом опыте автора

Как журналист автор имеет опыт работы в разных жанрах, однако практически всегда он использовал интервью как метод сбора информации, за исключением особых случаев.

Еще до поступления в Национальный университет Узбекистана на факультет журналистики, автор публиковался в таких изданиях, как «Народное слово», «Молодежь Узбекистана», «Правда Востока». Камиль писал информационные заметки, освещал небольшие культурные мероприятия.

В «Народном слове» он проработал внештатным корреспондентом больше года. Его куратором была опытная журналистка Юлия Логвина, которая очень помогала ему в профессиональном плане.

Для того, чтобы написать коротенькую заметку с выставки в Национальной галерее, автор не довольствовался одним только пресс-релизом. Ему приходилось беседовать с двумя-тремя художниками, или скульпторами, и в большинстве случаев беседа затягивалась, потому что автору, как правило, попадались приятные собеседники, и ему было интересно контактировать с ними. Поэтому его статьи были очень эмоциональными, и от него неустанно требовали более «холодный» стиль написания.

Именно поэтому автор вскоре покинул эти официозные издания и месяца три пробыл в творческом отпуске. Камиллю хотелось, чтобы его работа приносила моральное удовлетворение. Он считает себя творческой личностью, поскольку очень тесно контактирует с людьми искусства. Так что то, что он стал работать в еженедельнике «Леди» - вполне закономерно. У Камилля был удобный для него, скользящий график, пришло время ощутить так называемый «вкус свободы». Интервью как жанр Камилля привлекал уже

давно, и он решил, что отныне будет брать интервью у своих любимых актеров и прочих деятелей искусства.

Автор не может сказать, что любит все театры города. Для него существует только один храм Мельпомены – театр Марка Вайля «Ильхом», и он был решительно настроен «раскручивать» этот театр, тем более что в нем у него было много знакомых.

Его дебютное интервью, которое вышло в марте 2012 года - это интервью с одной из самых обаятельных актрис «Ильхома», Аленой Лустиной⁶². Решив, что будет работать в жанре портретного интервью, автор даже не представлял, насколько это непросто. Казалось бы – вопросы составлены, встреча назначена, осталось только побеседовать, напечатать «вордовский документ» и сдать в редакцию. На деле все оказалось не так.

Сначала Камиль долго «ловил» Алену Игоревну, сперва через администрацию театра, потом через социальные сети, затем она уехала на гастроли в Россию... и когда, наконец, они договорились встретиться после спектакля, она попросила перенести встречу на следующий день под предлогом сильной усталости.

Поначалу автор не произвел актрису впечатления, она ему открыто призналась, что устала от интервью, и что его юность и неопытность не вызывают у нее доверия. Конечно, первый блин всегда «комом», и дебютное интервью было полным «провалом» с профессиональной точки зрения, хотя, конечный продукт удовлетворил и автора, и его героиню.

Вопросы Камиль составил заранее, причем с самого начала дал себе такую установку: раскрыть в актрисе человека, попытаться показать ее читателям с совершенно нового ракурса. А учитывая, что автор посещал мастер-классы по социальной психологии, то подобрать нужные вопросы не составило труда. Он рассортировал их по видам и хронологии, – получился-таки внушительный список из семидесяти вопросов. Сокращать их он

⁶² См. «Приложение»

отказался из принципа, поэтому решил, что разделит их на две части, и будет брать интервью в несколько приемов.

День первый. Началось все скомкано. Автору пришлось около получаса ждать Алену Игоревну, и поэтому, когда она пришла и поздоровалась, он, уставший от ожидания, только хмуро кивнул, и как только она устроилась за столиком, сразу включил диктофон и приступил к опросу. Это сейчас, с высоты своего нынешнего возраста Камиль понимает, что следовало попросить разрешения на аудиозапись, поговорить минут пять на отвлеченные темы, но его оправдывает то, что это было его первое «дело», и он очень нервничал.

Изначальное мнение автора об Алене Лустиной оказалось ошибочным, как в прочем, и ее – об авторе. К середине разговора они «притерлись», и, узнав друг друга получше, стали говорить на отвлеченные темы, шутить, смеяться. Оказалось, что Алена – очень веселый и жизнерадостный человек, и то, что она поначалу держит дистанцию – это издержки профессии. Она без обиняков призналась, что ее нервируют люди, которые назойливо пытаются добиться ее внимания, поэтому она открыта только для узкого круга друзей и знакомых.

Интервью длилось ровно три дня, потому что они постоянно отвлекались от основной темы. Но автор не считает это ошибкой. Раз уж ему удалось завоевать расположение кажущейся неприступной примы, значит, все не так плохо. На четвертый день они с ней встретились, чтобы отобрать фотографии для обложки, поскольку Камиль хотел, чтобы именно его героиня стала covergirl следующего номера.

Дня три автор стенографировал интервью и, решив, что сделал свое дело, понес десять листов мелким шрифтом на утверждение Алене.

Когда он с ней встретился для обсуждения материала, а случилось это через неделю, она с улыбкой протянула ему листы, пестреющие красными замечаниями на полях. Отдельные абзацы были перечеркнуты крест-накрест.

Ее вердикт был таков: много повторов, анкетные вопросы стоит исключить из верстки, кое-какая информация не для печати.

Стоит признать, в своей критике она была требовательна, строга, но справедлива. А учитывая, что она работала как тележурналист на «Марказ-ТВ», ее советы были бесценны. Автор безропотно переделал материал, учитывая все замечания, и отправил его «по этапу» своей патронессе, известной журналистке и поэтессе Алине Дадаевой.

Конечно, очень многое было сокращено непосредственно редакцией, однако интервью вышло в первых числах марта, на целый разворот, с обложкой! Радости автора не было предела. Он скупил десяток экземпляров и на радостях отнес все в Ильхом. Алена Игоревна была польщена тем, что ее фото оказалось на обложке, сказала, что ей очень понравились его вопросы, что беседа с ним была самой оживленной.

А спустя некоторое время автор наткнулся в Интернете на свежее интервью с Аленой, распечатал его и принес ей. Они к тому времени находились в дружественных отношениях и Камиль мог заскочить к ней в примерную «на огонек». Это интервью Камиллю не понравилось, а Алена Игоревна была в шоке. Во-первых, журналистка так и не потрудилась принести ей статью на утверждение, и исказила информацию до неузнаваемости. Во-вторых, вопросы не были рассортированы, и странно, что такое непрофессиональное интервью могло попасть на такой уважаемый сайт. Автору стало понятно, почему Алена настороженно относится к журналистам.

Затем, уже в июне, Камиль загорелся идеей взять интервью у Данаты Давроновой⁶³, той самой, которая основала «Поэтическую акварель» на радиостанции «ClassicFM». Он был фанатом этой радиопередачи, которая открывала для него новые страницы зарубежной и отечественной поэзии, поэтому добиться встречи было относительно легко – автор общался с Данатой Олеговной на сайте Facebook. Он знал, что она из принципа не

⁶³ См. «Приложение»

контактирует с прессой, но, набравшись смелости, все же попросил ее о встрече. Конечно же, большую роль сыграло то, что они были знакомы, поэтому Даната Олеговна согласилась на беседу после недолгих уговоров.

На этот раз Камиль составил четкие вопросы, но несмотря на это, они с Данатой Олеговной умудрились поговорить обо всем на свете. Автору было лестно, что он вызывает у людей доверие, может «раскрыть» их, не прилагая к этому никаких усилий. Но и тут не обошлось без эксцессов. Интервью проходило в кафе, и когда Камиль засел за «расшифровку» диктофонной записи, то схватился за голову: из-за гула посетителей не было слышно ничего. Еле как ему удалось написать полторы страницы, а дождавшись вечера, он, пребывая в полуобморочном состоянии, отловил Данату Олеговну в чате Фейсбука и обрисовал ситуацию.

«Спокойствие, - сказала ему эта потрясающая женщина. - Пришлите мне оставшиеся вопросы, я на них отвечу письменно».

Так что, интервью Камиля с литературоведом и ведущей «Поэтической акварели» можно смело назвать «Интервью через Интернет», если бы не одно «но» - почти вся верстка принадлежала героине, и он в шутку предложил записать ее в соавторы, но она, конечно же, отказалась.

К чести автора, этих двух «промахов» ему хватило с лихвой. Он учился на своих ошибках, и не скрывает это. Прошло почти три года, но он до сих пор ощущает большую разницу между Камилем тогдашним и Камилем нынешним.

Пришло осознание того, что нужно тщательно продумывать не только вопросы, но и время и место встречи, и другие, не менее важные факторы. Обязательно нужно спрашивать разрешение на использование диктофона, проведение фотосъемки, если она будет необходима.

Теперь, когда его практика насчитывает более двадцати интервью, он может сказать, что приблизился к идеалу. Работая некоторое время помощником художественного руководителя театра «Ильхом» по литературной части, он организовывал конференции, подготавливал пресс-

релизы, опрашивал всех действующих актеров по телефону, собирая досье. К слову, интервью по телефону далось ему очень легко и заняло около трех часов, но учитывая, что он опросил свыше тридцати человек, это можно назвать оперативной работой.

В своих беседах Камиль использовал и блиц-опросы, и анкетные вопросы, но теперь он понимает, что стенографировать их нельзя. Они служат лишь для дополнения картины, не более.

Внезапно для себя Камиль сделал такой вот вывод: однажды он провел интервью – расследование. Поскольку героями его материалов были в основном артисты театра «Ильхом», то он неизменно задавал вопрос, касающийся гибели Марка Яковлевича, художественного руководителя театра. И теперь, обобщив различные мнения, понял, что имеет перед глазами вполне отчетливую картину случившегося в сентябре 2007-го года.

Последние работы Камиля были опубликованы уже не в жанре «интервью». Теперь, найдя свою «зону комфорта», он использует интервью как метод сбора информации, и пишет эссе и очерки. Без ложной скромности он говорит, что добился мастерства в проведении креативного интервью, поскольку со всеми актерами театра «Ильхом», с которыми ему довелось иметь разговор, он беседовал на равных.

У каждого журналиста свой подход к подготовке интервью. Камиль записывает до двадцати вопросов, отдавая себе отчет в том, что по ходу беседы может возникнуть еще несколько вопросов. А вот журналистка Алина Дадаева предпочитает экспромт. Она никогда не готовится к интервью, начиная его спонтанно и придумывая новые вопросы на ходу. Это, по мнению Камиля, высший пилотаж.

Автору довелось работать с Алиной Дадаевой на пару, они брали интервью у актрисы театра и кино Алины Цимерман. До сих пор Камиль помнит, как уверенно держалась Дадаева, как быстро она смогла разговорить свою тезку, Алину Цимерман. Автору тоже удалось вставить пару вопросов, но все же, это был целиком проект Алины Дадаевой. Он, служил лишь

катализатором, поскольку о встрече с артисткой Дадаева договаривалась через Камиля. Также Камиль был ответственным за фотоматериалы. Когда работа Алины вышла в свет (Камиль снова подсуетился, и их героиня была на обложке), он понял, что получил бесценный урок.

Официоза в каких бы то ни было беседах у Камиля не было вообще. Как автор уже упомянул, он работает только с теми, с кем более-менее знаком, и приятельские отношения были ему только на руку. Не нужно было тратить время на разминку, поскольку переброситься фразами о погоде и самочувствии они могут в любое другое время в стенах уже ставшего Камиллю домом «Ильхома».

Для автора главная цель – раскрыть своего героя как личность. Он пытается быть уникальным, потому что написать об актере легко. А вот раскопать в нем человека, при этом сохранив статус актера – это его излюбленное амплуа, и он не устает в нем совершенствоваться.

Камиль открыто заявляет, что не будет брать интервью у человека, который ему не симпатичен. Часто бывает, что некоторые люди не нравятся с первого взгляда. Конечно, бывали случаи, когда он понимал, что ошибался и менял свою точку зрения. Но, все-таки Камиль доверяет своей интуиции и если понимаю, что с этим человеком он не найдет общего языка, он не будет с ним общаться.

Бывает, что журналист во время проведения интервью играет разные роли. Это такой прием, который очень помогает в работе. Однако сейчас, являясь студентом школы драматического искусства при театре «Ильхом», Камиль говорит так: очень важно быть собой. Даже на сцене актеры не носят масок. Есть такое правило - «быть в предлагаемых обстоятельствах», и это тот самый секрет, который помогает артисту не переигрывать, и даже в образе оставаться собой. Поэтому, при драматургии интервью следует учитывать тот фактор, что маску с тебя могут сорвать. Автор бы предложил всем начинающим журналистам почитать специальную литературу, или же посетить какие-нибудь мастер-классы драматического искусства. Или,

например, ввести на факультете в число обязательных такие предметы как «мастерство актера» и «сценическая речь». Это поможет будущим журналистам познать свою психофизику, усовершенствовать свою речь, владеть голосом и эмоциями.

Вопросы журналиста не должны быть шаблонными. Иначе собеседник заскучает. Автор любит составлять такие вопросы, которые имеют философскую подоплеку. Может быть, поэтому все его беседы проходят в доверительной, уютной для обеих сторон атмосфере.

Настоящее мастерство – завершить интервью тепло. Автору это удавалось всегда. И только один раз случился сбой. Камиль, изменив своему основному правилу работать с актерами любимого театра, взял интервью у Камиллы и Обида Абдурахмановых из «Молодежного театра»⁶⁴. Интервью протекало не так, как ему хотелось бы. Автор изо всех сил пытался «вытащить» из своих героев людей, но неизменно наткнулся на стену отчуждения. Их реплики были хорошо отрепетированным монологом, и у Камилы было такое ощущение, будто передо мной сидят «бездушные», запрограммированные роботы. И прощание вышло скомканным; начиная с середины беседы Камилла постоянно перебивала автора репликой «Ну все? Я домой хочу!». Естественно, у него пропало желание продолжать работу, Камиль сухо попрощался и ушел, поняв, что только в «Ильхоме» царит такая комфортная для него атмосфера. И если в хорошо знакомом ему театре все сотрудники без исключения люди открытые, готовые идти на контакт, то это не значит, что в других театрах ситуация такая же.

Интервью с Абдурахмановыми автор постеснялся отнести в «Леди» и, задействовав свои связи, опубликовал работу в «Новом веке». К его изумлению, вышла она почти без изменений, однако он, прочитав материал, не испытал чувство гадливости. Потому что это был самый приторный и самый фальшивый очерк в его жизни. Как говорится, «кем поведешься...»

⁶⁴ Еженедельник «Новый век», - Ташкент, № 42., 17-23 октября 2013 г. - С. 16.

Часто в ходе интервью Камиллю приходилось переводить разговор с неприятной темы. Например, во время душевной беседы с великолепным актером театра и кино Ильей Дудочкиным⁶⁵ ему пришлось это делать несколько раз. Илья вспоминал обстоятельства гибели Марка Валя и винил в его смерти себя, потому что в тот роковой вечер он должен был пойти с ним, чтобы взять у него книгу. Но так получилось, что он устал, и отпросился домой пораньше, а на следующий день город потрясло ужасное известие о гибели великого человека, гениального режиссера, художественного руководителя, создателя театра «Ильхом» Марка Вайля. Но несмотря на несколько неловких моментов, портретный очерк получился таким, каким автор задумал. По словам Камилля, работа с Ильей – одна из самых продуктивных.

В ходе интервью автор комбинирует прямые и непрямые вопросы, смешивает открытые с закрытыми, однако всегда оставляет за героем выбор отвечать или нет. Ему важно, чтобы собеседник чувствовал себя комфортно, свободно, спокойно, он никогда не прибегнет к уличающим вопросам. Его фирменные приемы – это проективные, гипотетические вопросы.

А еще Камилль никогда не использовал на практике уточняющих и развивающих вопросов, потому что его герои не закрываются от меня, всегда отвечают на поставленные вопросы развернуто. С ними вместе он пытается разобраться в том, что их интересует, и оттого надобность в такого вида вопросах отпадает.

Камилль не из тех, кто использует лесть как тяжелую артиллерию, однако в ходе проведения беседы может сказать пару комплиментов. Исходя из поговорки, «доброе слово и кошке приятно», а уж актерам, людям творческим, эмоциональным, это просто необходимо. Другое дело, как люди относятся к комплиментам. Большинство смущенно улыбаются и благодарили за теплые слова, и только один человек обвинил автора в необъективности, мол, он превозносит «Ильхом» над другими храмами

⁶⁵ См. «Приложение»

Мельпомены. Не составит труда догадаться, что этим человеком была Алена Игоревна Лустина.

Поскольку Камиль считает себя человеком, хорошо разбирающимся в драматическом искусстве, он может на равных беседовать с актерами. Как человек, долгое время занимавшийся хореографией, Камиль неплохо разбирается и в «балетной» терминологии. Когда он отослал в редакцию свое интервью с прима-балериной Большого театра, Надирой Хамраевой⁶⁶, его вернули на следующий день с просьбой перевести текст на более доступный язык.

Однако Камиль считает, что каждый уважающий себя журналист должен мало-мальски разбираться во всех сферах жизнедеятельности человечества.

Конечно, немаловажная деталь при взаимодействии двух людей – внешность. Человеку свойственно оценивать собеседника по внешности, поведению, и. т. д. На взгляд автора, времена «деловых костюмов» канули в Лету. Камиль придерживается демократического стиля: джинсы, футболка. Главное – это зрительный контакт. Он всегда обращает внимание на глаза, и при разговоре старается не отводить взгляд от собеседника.

Конечно же, если речь пойдет о личном пространстве, то Камиль скажет, что его не соблюдает. В актерской среде это нормально. Одно из самых экстремальных интервью для него – это интервью с актрисой Юлией Плакидой⁶⁷, закончившей, кстати, журфак. Они разговаривали в узкой каморке, забитой реквизитом, курили, постоянно отвлекались на посторонние темы, «травили» анекдоты.

Вообще, каждое интервью Камиля – это отдельная история. Что-то у него не получалось, что-то проходило легко и правильно. И, несмотря на то, что Камиль хотел бы связать свою жизнь с драматическим искусством, он не собирается останавливаться на достигнутом и бросать журналистику совсем.

⁶⁶ См. «Приложение»

⁶⁷ См. «Приложение»

Он планирует время от времени брать интервью у интересных для него личностей. Летом, скорее всего, выйдет его портретный очерк с заслуженной артисткой Узбекистана, Мариной Романовной Турпищевой. И это далеко не конец. Как любят говорить американцы, *to be continued*.

Заключение

Существующий опыт в области интервьюирования показывает, что успех проведения интервью зависит от многих условий. Прежде всего оттого, насколько ясно и глубоко понимает свою задачу журналист, когда берет интервью, а также насколько хорошо подготовлены участники разговора. К сожалению, в современных исследованиях психологическому аспекту интервьюирования уделяется недостаточно внимания.

А между тем, каждое интервью – уникальный, не имеющий аналогов акт коммуникации, а каждый собеседник – индивидуальность, влияющая на оригинальный контекст разговора и требующая своих неповторимых «ключей». И, конечно же, стоит подчеркнуть, что в роли ключей к открытию собеседника, а следовательно, к получению от него необходимой информации в журналистской деятельности, конечно же, выступают профессионально поставленные вопросы – важнейший компонент любого типа интервью.

Стоит особо отметить то, что вопросы отнюдь не являются самоцелью журналистского интервью. Да, безусловно, интервью проводится ради ответов. Однако они не рождаются сами по себе, их вызывает к жизни вопрос. Журналисту в процессе проведения интервью необходимо найти общий язык с респондентом. Но это не означает, что он должен стараться употреблять те же разговорные выражения, профессиональные и диалектные обороты речи, что и собеседник. И все же, коли интервьюируемый осознает, что интервьюер по своему образованию, профессии, образу жизни и другим характеристикам должен применить иные слова и обороты речи, то попытки интервьюера говорить языком интервьюируемого окажутся неестественными, вызовут недоверие, и, более того, раздражение.

Бывает, когда интервьюируемый видит, что интервьюер способен понять его, что он внимателен и доброжелателен, умен и чуток, его отношение будет способствовать успешному ходу беседы.

А вообще, можно смело сказать, что конкретные тактики интервью варьируются от случая к случаю, меняются от собеседника к собеседнику. Одинаковых интервью быть не может, их, как и жизненных ситуаций, великое множество. Поэтому вопросно-ответная составляющая интервью всегда уникальна, так как состоит из разных комбинаций функционально разнородных вопросов.

Теоретически невозможно просчитать все комбинации вопросов, однако можно разобрать разные их варианты, различающиеся соответствующими функциональными характеристиками. И только от профессионализма журналиста будет зависеть умение использовать все эти признаки для эффективного использования информационных задач.

Журналистика предлагает несколько подходов к интервью. Они вырабатывались годами, как в практическом, так и в теоретическом поиске. В теории журналистики советского периода было принято рассматривать интервью в двух основных ключах — как метод сбора информации и жанр. В научной и учебной литературе 1970—1980 годов, которую читало и перечитывало не одно поколение студентов факультетов журналистики, были представлены два подхода к изучению интервью — методический и жанровый. Первый рассматривал интервью в качестве инструмента сбора информации как вопросно-ответный метод получения сведений. В некотором смысле такой подход был включен в систему научных понятий и в контекст таких родственных дисциплин, как социология и психология. Это, с одной стороны, существенно облегчало анализ родовых особенностей данного вида деятельности, но, с другой — не учитывало многообразия ситуаций, в которых оказывались журналисты во время подготовки и проведения интервью. Кстати, исследователи признавали некую ущербность подобного подхода и уязвимость его рекомендаций для практического применения.

Теоретические материалы об интервью дополнялись многочисленными публикациями журналистов-практиков. Среди них хочется выделить книги Александра Бека и Анатолия Аграновского —

признанных «беседчиков» и мастеров жанра. Их рефлексия по поводу разнообразных ситуаций и случаев, с которыми они сталкивались во время общения с людьми, помогала осмыслить свою деятельность и другим журналистам.

Второй, так называемый «жанровый», подход — это рассмотрение интервью как метода организации текста со своей оригинальной структурой и формоопределяющими чертами. Он разрабатывался в системе координат жанров периодической печати. Интервью причислялось к информационным жанрам периодики, а его успешность, или эффективность, по мнению исследователей, зависела от идеологической подготовки автора. Вообще исходные мировоззренческие позиции определяли по теории советской печати профессионализм и мастерство журналиста.

Рассматривая интервью в двух плоскостях, исследователи на самом деле искусственно расчленили творческий процесс. Они пытались механически описать его по строгим законам науки и упускали из виду, что природу журналистики надо искать на перекрестке разных сфер жизни — политики, массовой культуры, экономики, права.

Метод интервью распространен в практике межличностных коммуникаций. Это один из видов деятельности, с помощью которой осуществляется сбор информации журналистами. Другие примеры: собеседование при приеме на работу; опрос пациента на приеме у врача; служебные переговоры; допрос для выяснения обстоятельств судебного дела; социологическое анкетирование; маркетинговые опросы и т.д. — все это разновидности интервью в широком смысле слова. В процессе его проведения осуществляется сбор информации, в каждом случае для вполне конкретных деловых, профессиональных или личных целей. В методическом смысле между ними много общего. Поэтому знания о методах интервью мы нередко получаем из сфер, далеких от журналистики, например, из психологии, социологии или других академических дисциплин. Однако

интервью в контексте журналистской профессии имеет свою специфику и свои определения.

Полнота и объективность полученной информации зависит от нескольких условий и факторов. Во-первых, от того, как сформулирован вопрос и на что сделаны акценты. Понятно, что на два таких, казалось бы, похожих вопроса: «Какие вещи были украдены?» и «Какие вещи украдены не были?» — будут даны совершенно разные по содержанию ответы. Так же как и на вопросы, в которых слегка изменен порядок слов: «Вы что-нибудь видели, слышали в момент кражи?» и «Что вы видели, слышали в момент кражи?» На первый, закрытый вопрос, вполне вероятно, будет получен односложный ответ «да» или «нет». На второй же, открытый, собеседник по идее должен дать развернутый. Следовательно, умение так поставить вопрос, чтобы на него был получен прямой, полный и объективный ответ, — второе условие этого искусства.

Третий фактор, влияющий на результат интервью, о котором следует помнить, когда задаются вопросы, — уважение к собеседнику со всеми его человеческими слабостями. Как показала практика, большинство людей не столько боятся процесса интервью, сколько не хотят быть выставленными в глупом, неприглядном свете. Они упрекают репортеров в том, что те не всегда бывают аккуратны и честны с предоставленной им информацией, а на самом деле волнуются, что подумают друзья, не будет ли стыдно за них близким.

Журналисты могут допустить и серьезные просчеты в обращении с персонами, располагающими важными сведениями. Звонок в неурочное время — показатель неуважительного отношения — обязательно вызовет негативную реакцию интервьюируемого, которая либо выразится в вялых ответах-отговорках, либо просто приведет к отказу говорить, как это и произошло с «весьма осведомленным источником». Еще один немаловажный момент, которому журналисты часто не придают большого значения, связан с многообразием человеческих индивидов и абсолютной их уникальностью.

Можно ли найти «золотой» подход, приемлемый для всех? Или человеческая природа так многообразна, что нет секрета единого решения? В череде встреч с разными людьми журналисты невольно выстраивают в голове некие схематические образы, классифицируют людей по каким-то своим признакам, часто поддаваясь сложившимся в обществе стереотипам. При этом забывают, что нет людей, похожих друг на друга, и к каждому человеку нужен свой, индивидуальный подход. Без учета этого фактора журналист не будет готов к самым непредсказуемым ситуациям и может оказаться застигнутым врасплох бурной реакцией собеседника на вполне безобидный, казалось бы, вопрос.

Бережное, внимательное отношение к каждому собеседнику поможет журналистам справиться еще с одной профессиональной проблемой. Как говорить с преступником, нанесшим серьезный урон обществу, с убийцей, сутенером, совратителем несовершеннолетних, да просто с человеком, который ведет образ жизни, осуждаемый значительной частью общества? Нет сомнений, что непредвзятое отношение, спокойное, уважительное обращение и четко поставленные вопросы приведут к тому, что собеседник не замкнется в себе, не откажется давать интервью. А его ответы, в которых, возможно, найдется место и анализу причин трагедии, принесут большую социальную пользу, чем осуждение и разоблачение.

Бывает, что журналист во время проведения интервью играет разные роли. Это такой прием, который очень помогает в работе. Однако сейчас, являясь студентом школы драматического искусства при театре «Ильхом», Камиль говорит так: очень важно быть собой. Даже на сцене актеры не носят масок. Есть такое правило - «быть в предлагаемых обстоятельствах», и это тот самый секрет, который помогает артисту не переигрывать, и даже в образе оставаться собой. Поэтому, при драматургии интервью следует учитывать тот фактор, что маску с тебя могут сорвать. Автор бы предложил всем начинающим журналистам почитать специальную литературу, или же посетить какие-нибудь мастер-классы драматического искусства. Или,

например, ввести на факультете в число обязательных такие предметы как «мастерство актера» и «сценическая речь». Это поможет будущим журналистам познать свою психофизику, усовершенствовать свою речь, владеть голосом и эмоциями.

Список использованной литературы

1. Труды, речи и выступления Президента Республики

Узбекистан И.А. Каримова

- 1.1. Каримов И.А. Избранный нами путь - это путь демократического развития и сотрудничества с прогрессивным миром //Наша главная цель - воспитать подрастающее поколение физически и духовно совершенным. Выступление на собрании Совета учредителей Фонда развития детского спорта, 9 января 2004 года. Т.12. - Т.: Узбекистан, 2004. – С. 280.
- 1.2. Каримов И.А. Каримов И.А. Юксак маънавият - энгилмас куч. - Т.: Маънавият. 2008. – С. 176.
- 1.3. Каримов И.А. Дальнейшее углубление демократических реформ и формирование гражданского общества - основной критерий развития нашей страны. // Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан 12 ноября 2010 года. Т.19. - Т: Узбекистана, 2011. – С. 292.

2. Литература по теме

- 2.1. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. - М., 1999. – С. 14.
- 2.2. Браун Д., Файерстоун Ч., Мицкевич Э. Теле/радионовости и меньшинства. - М., 1994. – С. 25.
- 2.3. Бродский Иосиф. Большая книга интервью. - М., 2000. – С. 145.
- 2.4. Годфруа Ж. Что такое психология. - М., 1998. – С. 78.
- 2.5. Информационные жанры газетной публицистики. - М., 1996. – С. 23.
- 2.6. Искусство разговаривать и получать информацию: Хрестоматия / Под ред. Б. Н. Лозовского. - М., 1993. – С. 253.
- 2.7. Краткий юридический справочник журналиста. - М., 1997. – С. 54.

2.8. Палеолог К. Методика организации диалога. - Франция, Пилигрим, 2004. - С. 21.

2.9. Реснянская Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации диалога. - М., 2001. - С. 21.

3. Словари, справочники

3.1. Каган Б.В., Стефанов С. И. Словарь полиграфических терминов. - М.: РепроЦЕНТР-М, 2005. – С. 592.

3.2. Нестеренко Ф.П. (Рук.), М.Казем, Я.М.Маматова и др. Словарь-справочник: журналистика, реклама, паблик рилейшнз. - Т.: Zarqalam, 2003. – С. 400.

3.3. Советский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1998. – С. 1598.

4. Интернет-ресурсы

3. <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/prj/drj/mem/jum/ru8517485.htm>

4. <http://journaladd.ru/?p>

5. propel.ru/pub/24.php

6. chelland.ru/ar451.html

7. <http://www.newspaperdesigh.ru/2004/conf>

8. <http://www.nika.uz>

9. Гуревич С.М. Номер газеты. Часть III. - М., 2002//www.textfighter.org/text10/06_nomera_gazetyi_vyipuska_3.php

10. <http://www.artbelova.ru/style.html>

11. Долгова Ю.А. Социальный феномен глянцевого журнала в культуре потребления молодежи.: Автореф. дисс...канд. социол.наук.// Научная библиотека диссертаций и авторефератов disser // <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>