

КЛАСИФІКАЦІЯ СУЧАСНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ІНТЕРВ'Ю

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Випуск 27.

УДК 070: 004.738.5

Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю; 9 стор.; кількість бібліографічних джерел – 7; мова українська.

Анотація. Висвітлено питання створення класифікації сучасного телевізійного інтерв'ю. З огляду на узагальнення досвіду світових дослідників журналістикознавства та практики застосування різних типів інтерв'ю у світовому та українському телебаченні, наведені аргументи на користь необхідності створення класифікації інтерв'ю за формою, змістом і тональністю. Розглянуто класифікацію типів інтерв'ю, подано визначення поняття «телевізійне інтерв'ю», у розрізі класифікації за формою запропоновано розподілити інтерв'ю на «власне інтерв'ю» та «синхрон», за змістом виділені такі три типи інтерв'ю, як «інформаційне», «аналітичне» і «портретне», за емоційною тональністю сформовані два типи інтерв'ю – «жорстке» та «м'яке».

Ключові слова: телебачення, інтерв'ю, синхрон, інтерв'юер, інтерв'юент.

Людське спілкування складається із запитань і відповідей на ці запитання. Тільки якщо поставити запитання, можна отримати нову інформацію, що цікавить споживача цієї інформації. Але не можна сказати, що людське спілкування складається з суцільних інтерв'ю. Якщо аналізувати визначення теоретиків журналістики щодо інтерв'ю як жанру, вони зводяться до розуміння інтерв'ю як «жанру публіцистики, що є розмовою журналіста з соціально значущою особистістю з приводу актуальних питань» [2]. Якщо досліджувати семантику англійського слова «interview», воно складається з префікса «inter» – взаємодія, та кореня «view» – одне зі значень – погляд, думка. Отже, інтерв'ю можна визначити як обмін думками, поглядами, фактами, відомостями. Але обмін фактами про вартість картоплі на ринку чи відомостями про плани на день навряд чи можна назвати справжнім журналістським інтерв'ю.

Дослідниця М. Лукіна розмірковує про журналістське інтерв'ю в такий спосіб: «Інтерв'ю журналіста зі співрозмовником є розмовою двох людей не просто заради обміну відомостями, а з метою створення нового інформаційного продукту – актуального, суспільно важливого, призначеного для публікації» [3, с. 8]. І, відповідно, подає власне визначення інтерв'ю: «інтерв'ю – це міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації і виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» (вид. авт.) [3, с. 13]. На суспільному інтересі акцентує увагу і С. Муратов, котрий зазначає, що, вочевидь, недостатньо визначити телевізійне інтерв'ю лише як метод збору інформації чи «розмову двох людей, з яких один запитує, а інший відповідає, навіть якщо врахувати, що розмова ця організована з метою отримання інформації і журналіст у цій розмові є ініціатором. Окрім цього, необхідно, щоб відповіді співрозмовника викликали суспільний інтерес або щоб такий інтерес для аудиторії представляв собою сам співрозмовник» [4, с. 49–50].

Саме телевізійне інтерв'ю дає можливість глядачеві найширше і найемоційніше сприйняти інформацію, що надходить від її джерела – спікера, особи, що говорить. Тільки завдяки телебаченню

можна насправді побачити людину, оцінити рівень її впевненості у відповідях, а отже, зробити висновки про ступінь правдивості інформації. На телебаченні (завдяки його зображальній природі) інформацію передають не лише голос, тембр та інтонації співрозмовника, як на радіо, не лише текст, і, можливо, фото, що супроводжують текст інтерв'ю у друкованих ЗМІ, а й міміка, жести, поведінка, навколишнє середовище, в якому відбувається розмова.

Спробуймо знайти адекватне визначення сучасному телевізійному інтерв'ю і систематизувати види телевізійного інтерв'ю відповідно до тенденцій практики світових телекомпаній. Така систематизація дасть можливість зблизити теоретичний і практичний підхід до інтерв'ю, допоможе сучасним журналістам-початківцям швидше опанувати навички інтерв'юера.

Отже, зважаючи на визначення попередніх дослідників та сучасний практичний досвід, **телевізійне інтерв'ю – це аудіовізуальний продукт, що виникає у процесі спілкування журналіста зі спікером на теми, актуальні та цікаві для глядача, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов в ефір наживо або у запису.**

Показовим є те, що більшість науковців, які досліджували тему інтерв'ю, класифікують інтерв'ю за змістовим принципом.

Професор Лейпцизького університету Міхель Халер узагальнює тенденції 90-х років ХХ століття. Дослідник переконаний, що розвивалися насамперед такі три типи інтерв'ю:

- досить коротке інтерв'ю навколо події або проблеми з особою, яка характеризується особливою компетентністю;

- інтерв'ю, яке орієнтується на певну проблему/тему і одночасно на особу, повинно розкрити взаємозв'язок між певною проблемою/явищем і мисленням та діями співрозмовника;

- інтерв'ю, фіксоване на особі [5, с. 105].

М. Халер пропонує власну класифікацію видів інтерв'ю відповідно до форми матеріалу, яку журналіст обере після того, як запише інтерв'ю, і стверджує, що ця класифікація підходить для всіх типів медіа. Отже, М. Халер виділяє такі чотири типи інтерв'ю:

1. Повідомлення з синхронном (цитатою).
2. Кореспонденція з інтерв'ю-додатком.
3. Власне інтерв'ю.
4. Інтерв'ю-портрет. [5, с. 181].

На нашу думку, варто визначати форму матеріалу, для якого записується інтерв'ю, ще до того, як журналіст його запише. Від того, якою буде кінцева форма, залежить вибір як творчих, так і технічних засобів. Особливо це важливо для телебачення. Одна справа – записати бліц-інтерв'ю на вулиці (потрібні одне-два запитання, камера і виносний мікрофон, при цьому запитання журналіста залишаються за кадром і не потребують додаткового озвучення). Інша справа – записати інтерв'ю, що стане фрагментом, наприклад, аналітичної телепрограми, де у кадрі будуть і журналіст, і його співрозмовник (передбачається підготовка переліку відповідних до теми запитань, технічно – мінімум дві камери, що показують і журналіста, і співрозмовника, треба може тримати загальний план обох, петличні мікрофони для двох, що дозволяють записувати звук і відповідей, і запитань; додаткове специфічне освітлення, відповідно до умов, у яких записується інтерв'ю).

Спробуймо розділити інтерв'ю на два види за формою. Найбільше відрізняється творча і технічна підготовка саме до двох видів інтерв'ю: перший – інтерв'ю, яке записується для синхронів (цитат), що будуть використані у сюжеті або у формі «усне повідомлення з синхронном», другий – власне інтерв'ю, в якому передбачається присутність у кадрі і журналіста (ведучого), котрий ставить запитання, і його співрозмовника. Саме тому за формою варто розділити сучасне телевізійне інтерв'ю на два типи: «інтерв'ю під синхрон», або «синхрон», і «власне інтерв'ю», або «інтерв'ю».

Логіку подібної класифікації поділяє австралійська дослідниця Барбара Елісон. Вона виділяє за формою «soundbites», тобто «синхрони», і «Question and Answer (Q&A) Interview» – інтерв'ю «запитання-відповідь», які, у свою чергу, поділяються на прямоефірні і записані (редаговані). [6, с. 128–129].

Синхрон – це фрагмент телевізійного інтерв'ю, хронометражем від 10–12 секунд до 30–40 секунд, що використовується у таких малих телевізійних формах, як «сюжет» та «усне повідомлення» (ВМЗ, БЗ); створює ефект документальності. **Інтерв'ю** – це самостійний телевізійний продукт, що є графічно та музично оформленою телевізійною програмою, значний фрагмент телевізійної програми, фрагмент прямого включення журналіста. Інтерв'ю відрізняється від синхрону такими параметрами:

- композиційна будова – чіткий початок, розвиток дії, кульмінація, розвиток дії, що веде до завершення, та фінал;
- значно більший хронометраж, що вийде в ефір (від 3-5 хвилин до 20-40 хвилин);
- запитання журналіста звучать у кадрі і є невід'ємною складовою драматургії інтерв'ю;
- присутність у кадрі журналіста, який ста-

вить запитання;

- частіше записується у студії, ніж на території інтерв'ююваного;
- інтерв'ю може вийти наживо або у запису, синхрон – тільки у запису, оскільки потребує попереднього монтажу.

Щоб правильно записати синхрон, варто дотримуватися таких правил:

- інтерв'ююваний повинен знати, для якої програми (сюжету) з ним буде записане інтерв'ю, і чітко розуміти, що його інтерв'ю не буде повноцінним телевізійним матеріалом, а стане частиною сюжету на певну тему. Це дасть можливість журналістові уникнути непотрібних запитань, відповіді на які не будуть використані для ефіру. На практиці трапляється так, що журналіст записує 20-30 хвилин інтерв'ю, а використовує у сюжеті максимум 30 секунд. У такому разі витрачається зайвий час на зйомку і технічні ресурси використовуються невраціонально. Журналіст-початківець після повернення зі зйомки розшифровує все інтерв'ю, щоб знайти і використати лише короткий фрагмент, що в умовах інформаційних програм є неприпустимою витратою часу. Інтерв'ююваний, який витратив свій час на велике інтерв'ю, не розуміє, чому в ефірі з'явився лише дуже короткий фрагмент. Зазвичай достатньо записати 10 хвилин інтерв'ю, щоб отримати відповіді на підготовлені запитання, не забрати у співрозмовника багато часу і водночас не образити його нетривалим інтерв'ю.

- Запис інтерв'ю під синхрон може бути тривалішим, ніж 10 хвилин, у двох випадках: 1) інтерв'ююваний хвилюється і не може сформулювати відповіді, потрібний час, щоб його розговорити, 2) журналіст не отримує відповіді на запитання – інтерв'ююваний свідомо або несвідомо уникає відповіді на запитання, що цікавлять журналіста, – потрібний час і застосування певних технік, щоб отримати відповідь.

- Не варто боятися повторювати запитання, порушувати логічну послідовність запитань, записувати дублі відповідей співрозмовника – у процесі монтажу цього не буде помітно. Головне – досягти мети – отримати відповідь на запитання, заради якого записується це інтерв'ю.

- Слід зважати на те, що у сюжеті буде кілька синхронів, а отже, планувати синхрони таким чином, щоб вони не повторювалися за змістом; якщо журналіст заздалегідь знає, що фахівці, в яких він буде брати інтерв'ю, дотримуються протилежної думки, їм можна поставити однакові запитання саме для того, щоб отримати різні відповіді і побудувати сюжет на зіставленні та протиставленні думок.

- Запитання повинні бути чітко сформульовані і зрозумілі. Оскільки в сюжеті будуть використані лише фрагменти інтерв'ю без запитань журналіста, під час запису запитання сформульовані таким чином, щоб відповіді на них були зрозумілими і логічними. Найбільш доречні для синхрону відкриті запитання, що починаються з «як?» і «чому?», на які не можна дати односкладову відповідь «так»

або «ні». Практика Бі-Бі-Сі для запису синхрону пропонує ставити навіть кілька запитань в одному, щоб отримати змістовну відповідь.

Наприклад, неправильним вважається такий підхід до запису синхрону:

Інтерв'юер: «Де Ви були, коли сталося ДТП?»

Мати постраждалого: «Вдома».

Інтерв'юер: «Хто вам повідомив?»

Мати постраждалого: «Сусідка».

Інтерв'юер: «Якою була ваша реакція?»

Мати постраждалого: «Я не повірила. Я подумала, що цього не могло статися з моїм чоловіком».

Кращим виглядає такий підхід:

Інтерв'юер: «Чи не могли б ви розказати, де були, коли сталося ДТП, як ви про це дізнались і якою була ваша реакція?»

Мати постраждалого: «Я була вдома, саме повернулася з магазину, коли прийшла сусідка і сказала, що мій чоловік на машині врізався у дерево. Я її ніби не чула, не повірила, що це був він, подумала: тут, мабуть, якась помилка. Але коли побачила його у лікарні, зрозуміла, що насправді все дуже погано».

Журналіст, який об'єднує кілька запитань в одне, повинен знати, що співрозмовник може забути, на яке запитання потрібно відповідати першим, що порушить логіку відповіді, або він взагалі може забути всі запитання, окрім останнього. Особливо це стосується людей, у яких беруть інтерв'ю в стані стресу.

Щоб правильно записати інтерв'ю, варто дотримуватися таких правил:

- співрозмовника потрібно налаштувати на розмову, на те, що це не просто інтерв'ю, а бесіда, продукт спільної творчості інтерв'юера та інтерв'юйованого. Важливо перед записом (ефіром) зняти емоційне напруження гостя, влаштувати йому комфортні умови. Засоби підходять будь-які: від кави та чаю до легкої розмови про погоду, природу, дорогу до студії; можливо, щоб встановити контакт, варто обмінятися інформацією про останні події.

- Гостя заздалегідь потрібно попередити про зовнішній вигляд, одяг для інтерв'ю – офіційно-діловий стиль чи повсякденний, відповідним чином повинен бути вдягнутий журналіст.

- Співрозмовник повинен знати, для якої програми він дає інтерв'ю, скільки триватиме розмова, чи підлягатиме вона монтажу в разі запису, який час в ефірі займе його інтерв'ю.

- Драматургія інтерв'ю повинна бути чіткою і логічною, журналісту слід продумати, які емоційні акценти він хоче розставити, які відповіді загострити. Зазвичай драматургія інтерв'ю має сталу композицію – вітання журналіста (ведучого), представлення програми, гостя у студії (бажано уточнити до ефіру, як саме гість хоче бути представленим, оскільки виправлення журналіста гостем під час ефіру підкреслить його непрофесійний підхід до інтерв'ю), далі йдуть запитання-відповіді (зазвичай

від простих до складніших, від компліментарних до провокативних), прощання ведучого.

- Інтерв'ю повинно бути підготовленим: журналіст зобов'язаний продумати власні запитання, їхній порядок, варіанти відповідей співрозмовника, і власну реакцію на ці відповіді.

- Запитання мають бути сформульовані небанально і поставлені журналістом з чіткою дикцією, мусять супроводжуватися відповідними відкритими жестами.

- В інтерв'ю цілком припустимим є використання закритих запитань у разі, якщо це виправдане й має на меті підтвердження або спростування певного факту, і відповідь «так» або «ні» є приводом для продовження розмови.

- Журналіст повинен уміти слухати і чути відповіді співрозмовника, реагувати на них відповідним чином, у разі потреби – відходити від заздалегідь спланованого сценарію.

- Важливим є те, що відбувається після запису (ефіру) програми. Журналісту слід пам'ятати: від того, як він вийде з розмови, як попрощається вже за межами кадру зі своїм співрозмовником, залежить, чи захоче ця людина ще колись дати інтерв'ю цьому журналістові. Зазвичай варто зробити комплімент із приводу ефіру, можливо, обговорити особливо вдачі фрагменти, пожартувати. Що б не відбувалося у студії, враження від спілкування повинно залишитися позитивним.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що все, що стосується запитань і відповідей на телебаченні, доречно розділити **за формою** на два типи: «**синхрон**» та «**інтерв'ю**». І кожна з цих форм потребує активізації й розвитку різних навичок журналіста-інтерв'юера.

Звернімо увагу на практику систематизації видів інтерв'ю відповідно до **змісту**. Британська мовна корпорація (Бі-Бі-Сі) навчає стажерів, що є три основні види інтерв'ю:

1. Викривальне інтерв'ю, яке має на меті розслідування теми.

2. Інформаційне інтерв'ю, яке дає аудиторії загальну картину ситуації.

3. Емоційне інтерв'ю, яке має на меті розкрити душевний стан співрозмовника.

Ці три види дають загальне уявлення про мистецтво інтерв'ю, а далі їх можна розділити ще на дванадцять різних типів, кожен з яких має особливі функції: серйозна новина, пояснення, розвага, інформація, вокс-поп і комбіноване інтерв'ю, лише синхрон, розслідування, особистісне, телефонне чи дистанційне, протистояння, емоційне, «вирване» інтерв'ю [1, с. 118].

Тим часом австралійська дослідниця Барбара Елісон за змістом виділяє два типи інтерв'ю: «інформаційне», яке шукає відповіді на запитання *Що? Хто? Де? Коли?*, та «коментар» (інтерпретація), яке цікавиться відповідями на запитання *Як? та Чому?*

А от її розподіл типів інтерв'ю за тональністю близький до того, що пропонує Бі-Бі-Сі:

1. Жорстке – передбачає інтерв'ю з офі-

ційними особами щодо питань політики, з бізнесменами з приводу ринків та їхніх компаній. Таке інтерв'ю може мати характер протистояння інтерв'ююваного і репортера у разі, якщо фігура співрозмовника є актуальною, він є ньюз-мейкером, або репортер обстоює власну точку зору.

2. М'яке – узгоджене, невороже інтерв'ю. До цієї широкої категорії інтерв'ю належать інтерв'ю зі свідками певних подій; з експертами, думки яких є цікавими; художниками чи шоуменами, котрі розповідають про свою роботу.

3. Емоційне інтерв'ю. Репортери спілкуються з такими персонами, як жертви злочинів чи нещасних випадків, їхні родичі [6, с. 130].

Подібний підхід може бути виправданий саме сучасними тенденціями класифікації інформаційних програм – випусків новин. Наприклад, американська дослідниця Керол Річ наголошує на тому, що всі новини, які існують на сучасному телебаченні, можна розділити на «жорсткі» та «м'які». «Жорсткі новини» містять інформацію про події чи конфлікти, які щойно відбулися – нещасні випадки, злочини, демонстрації, страйки, офіційні заяви та виступи, свідчення у суді, вироки тощо. «М'які новини» визначають як розвагу чи інформацію, котра становить громадський інтерес і новизну, але вони є менш терміновими (не втрачають актуальності з плином часу – авт.). Наприклад, сюжет про людину, яка збирає моделі літаків, чи сюжет про ефективність дієт можна віднести до розряду «м'яких новин». [7, с. 17]. Відповідно до такої класифікації можна було б класифікувати інтерв'ю. Але телебачення не обмежується лише новинами, і у розрізі «жорстких»-«м'яких» новин можна було б говорити хіба що про відповідну класифікацію **синхронів**, а не інтерв'ю. А це вступає у суперечку з тим, що «жорсткість» або «м'якість» інтерв'ю можна визначити хіба що тоді, коли журналіст присутній у кадрі, а це означає, що йдеться не про синхрон, а про інтерв'ю «запитання-відповідь».

Британські та американські дослідники виділяють емоційне інтерв'ю в окрему категорію. Насправді жодне інтерв'ю чи синхрон не можуть бути неемоційними, до якої б категорії не належали. Синхрон та інтерв'ю на телебаченні існують саме заради демонстрації емоцій людей, причетних до події, про яку йдеться у сюжеті чи в окремій програмі-інтерв'ю. Специфіка телебачення вимагає від людей, які коментують події у кадрі, саме емоцій – це те, чого не може передати журналіст у своєму закадровому тексті, тоді як інформацію завжди може повідомити, донести своїми словами. Створити інтерв'ю-протистояння чи особистісне інтерв'ю без емоційного аспекту просто неможливо. «Телефонне» інтерв'ю, як і «суто синхрон», так само більшою мірою стосуються форми, а не змісту інтерв'ю. А отже, наприклад, класифікація інтерв'ю за Е. Бойдом є змішаною, оскільки тут спостерігаємо порушення принципу спільного критерію для аналізу. Якщо говорити про «жорсткі» та «м'які» новини, то в цьому випадку теж радше йдеться про емоційну складову, ніж про зміст.

Аналіз різних підходів до класифікації інтерв'ю та розподіл інтерв'ю за формою на інтерв'ю та синхрон, дає підстави виділити такі три типи синхронів та інтерв'ю за змістом:

1. Інформаційний. Мета інформаційного інтерв'ю – з'ясувати факти й обставини певних подій, здобути нову інформацію. До інформаційного інтерв'ю належать, зокрема, і бліц-опитування. Частіше використовується у формі синхрону. Шукає відповіді на запитання Хто? Що? Де? Коли?

2. Аналітичний (коментар). Мета аналітичного інтерв'ю – з'ясувати позицію, погляд фахівця на певний факт, отримати його коментар щодо певних подій чи відомостей. Шукає відповіді на запитання з приводу причин виникнення ситуації та прогнозів щодо її розвитку в перспективі. Відрізняється від інформаційного наявністю оцінних суджень інтерв'ююваного. Використовується як у формі синхрону, так і у формі інтерв'ю. У формі інтерв'ю може переходити у протистояння журналіста зі співрозмовником, якщо це передбачено, наприклад, форматом програми, завданням редакції.

3. Портретний. Мета портретного інтерв'ю – створити образ героя, розкрити його характер. Насправді портретний тип інтерв'ю неможливий без запитань інформаційного характеру, без запитань про ставлення героя до тих чи інших фактів, як в аналітичному інтерв'ю. Портретне інтерв'ю є синтезом інформаційного та аналітичного типів, додає запитання особистісного, біографічного характеру. Портретне інтерв'ю використовується у формі синхрону для створення портретних нарисів, але частіше з'являється на екрані у формі традиційного інтерв'ю запитання-відповідь.

Якщо зважати на західну практику щодо значної уваги до **емоційності** інтерв'ю, варто виділити два типи інтерв'ю з погляду тональності: **жорстке** інтерв'ю та **м'яке** інтерв'ю. Але розрізняти ці тональності можна лише в інтерв'ю «запитання-відповідь», а не в синхроні, де запитання і зображення журналіста залишаються за кадром. Тональність інтерв'ю залежить від позиції журналіста та формату програми. Жорстке інтерв'ю передбачає протистояння, розслідування, докопування до суті проблеми і може бути аналітичним, інформаційно-аналітичним, навіть портретним. Так само і м'який варіант тональності може бути застосований до будь-якого типу інтерв'ю за змістом. М'яка тональність інтерв'ю характерна для розважальних програм. Хоча для розважальної програми табloidного типу може бути використане і жорстке інтерв'ю. Рідше за все тональність можна визначити в інтерв'ю інформаційному, оскільки воно передбачає констатацію фактів, тому тональність тут буде нейтральною, наявність емоцій визначатиметься причетністю інтерв'ююваного до події, про яку йдеться.

У результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки і сформулювати відповідні визначення:

1. Телевізійне інтерв'ю – це аудіовізуальний продукт, що виникає у процесі спілкування журна-

ліста зі спікером на теми, актуальні й цікаві для глядача, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов в ефір наживо або у запису.

2. Розрізняють два види інтерв'ю за формою: «синхрон» та «інтерв'ю».

3. Розрізняють три типи інтерв'ю за змістом: «інформаційне», «аналітичне», «портрет».

4. Розрізняють два типи інтерв'ю за тональністю: «жорстке» та «м'яке».

Така класифікація є корисною для студентів,

які опановують професію журналіста, журналістів-початківців, теоретиків журналістикознавства. Зважаючи на загальну тенденцію сучасного телебачення щодо змішування жанрів, навряд чи ці типи інтерв'ю існують у чистому вигляді, на практиці частіше застосовуються їхні змішані форми. Але ця класифікація на сьогодні є найбільш відповідною з огляду на українську практику, наближує її до світової і синхронізує практику журналістської творчості з теорією журналістикознавства.

Література

1. Бойд Е. Технології виробництва ефірних новин. / Ендрю Бойд; пер. з англ. О. О. Колот. – Київ: ТОВ Київська типографія, 2007. – 429 с.
2. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика : учебник 4-е издание / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М.: МГУ, Высшая школа, 2002. – 304 с.
3. Лукина М. Технология интервью : [учебное пособие для вузов] / Мария Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
4. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности журналистика] / Сергей Александрович Муратов. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 201 с.
5. Халер М. Интерв'ю : [навчальний посібник] / за загал. ред. В. Ф. Іванова – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
6. Alysen B. The Electronic Reporter: Broadcast Journalism in Australia. / Barbara Alysen. – UNSW Press, 2002. – 243 p.
7. Rich C. Writing and Reporting News: a Coaching Method. / Carole Rich. – Boston, MA : Wadsworth, 2010. – 535 p.

Наталія Симонова

КЛАССИФИКАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ИНТЕРВЬЮ

Аннотация. Освещен вопрос создания классификации современного телевизионного интервью. С точки зрения обобщения опыта мировых научных исследователей журналистики и практики использования разных типов интервью в мировом и на украинском телевидении, приведены аргументы в пользу необходимости создания классификации интервью по форме, смыслу и тональности. Рассмотрена существующая классификация типов интервью, дано определение понятия «телевизионное интервью». В разрезе классификации по форме предложено разделить интервью на «собственно интервью» и «синхрон», по смыслу выделены такие три типа интервью, как «информационное», «аналитическое» и «портретное», по эмоциональной тональности сформированы два типа интервью – «жесткое» и «мягкое».

Ключевые слова: телевидение, интервью, синхрон, интервьюер, интервьюент.

Natalia Symonina

CLASSIFICATION OF THE ACTUAL TELEVISION INTERVIEW

Summary. The question of the creating of the actual TV-interview classification system was elucidated. The world scientific experience in studying journalism and practice of usage of the different types of interview by the world TV channels and by the Ukrainian television was summarized, and the arguments as for the interview's classification necessity were proposed in such a way: by form, by sense, by tone. The existent types of interview were examined; the definition of the term «TV-interview» was done. There are two types of the interview by form: question and answer interview and soundbite, there are three types by sense – information, analytic, portrait and two types of the interview by emotional tone – hard and soft.

The key words: television, interview, soundbite, interviewer, interviewee.

Симонова Наталія – кандидат філологічних наук, викладач Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.