**Содержание**

Введение ……………………………………………………………. 3

Глава 1. Отличия печатного интервью от радио- и телеинтервью 5

Глава 2. Диалог на газетной полосе …………………………….. 10

Заключение ……………………………………………………….. 12

Список литературы ………………………………………………. 14

**Введение**

Жанр (франц. genre) – тип произведения в единстве специфических свойств его формы и содержания.[[1]](#footnote-1) «Жанр, – отмечают В. Н. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик – это относительно устойчивая композиционно-речевая (композиционно-синтаксическая) схема, реализующая определенное абстрагированное отношение к действительности, то есть форму образа автора, определяющая способ отражения, характер отношения к действительности, степень и глубину охвата материала (масштаб выводов) и создаваемая относительно устойчивым соединением компонентов авторской речи, а также элементов авторской и чужой речи».[[2]](#footnote-2)

Интервью (от англ. interview– буквально встреча, беседа) – жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам. Жанры журналистики различаются по целям воздействия на аудиторию, широте освещения реальности, выразительно-изобразительным средствам, глубине анализа и широте обобщений. В связи с этим они подразделяются на три вида – информационные, аналитические и художественно-публицистические.[[3]](#footnote-3)

Интервью относится к группе информационных жанров, то есть к жанрам, представляющим общественный интерес ответы конкретного лица (группы лиц) на вопросы журналиста.

Первые интервью появились именно в печатных СМИ. В прессе начала ХIХ века уже появляются материалы, оформленные в форме вопросов и ответов, закладываются основные черты, характеризирующие интервью: определенные типы вопросов, формулы вежливости, риторические и стилистические фигуры.

Прогресс науки и техники привел к эволюции жанров. Рождение радио и телевидения обусловило появление новых разновидностей прежних жанров. Так появились радио и телевизионное интервью, которые однако не вытеснили уже имевшееся газетное, а развивались наряду с ним. С появлением интенета появилось интервью в системе электронных СМИ, однако его следует рассматривать скорее как подвид печатных СМИ: во-первых, интервью публикуются на официальных сайтах изданий; во-вторых, на независимых информационных сайтах интервью носит тот же текстовый характер, что и в печатных СМИ.

Таким образом, следует говорить об особенностях интервью в печатных и электронных СМИ, рождающиеся из их текстовой природы, по сравнению с интервью на радио и телевидении.

Определение специфики жанра интервью в печатных и электронных СМИ является основной целью этой работы.

**Глава 1. Отличия печатного интервью от радио- и телеинтервью**

Интервью, как составляющая сложной системы жанров СМИ, действительно занимает в этой системе одну из самых высоких позиций по частоте использования и технике исполнения. В современном мире поток информации, получаемый людьми слишком быстр, поэтому современная журналистика направлена на передачу информации, каких-либо фактов читателям, телезрителям и радиослушателям больше, нежели на глубокий анализ, сопоставление этих фактов. И поэтому все большей популярностью среди журналистов пользуются именно информационные жанры (в том числе интервью), которые служат только для передачи определенной информации ее потребителям, но не содержат причинно-следственных связей.

Интервью позволяет потребителю информации получать эту информацию как бы «из первых рук», несмотря на наличие в нем определенной доли субъективизма, которым больше всего отличается газетное интервью. Обозначенный субъективизм заключается, на наш взгляд, в следующем: оформляя полученную информацию в виде интервью и перенося на бумагу точно то, что сказал собеседник, журналист в определенной степени пропускает эту информацию через себя. И то, что выходит потом на страницах газет в вопросно-ответной форме, не есть разговор, проходивший между интервьюером и интервьюируемым в чистом виде. Это та же беседа журналиста с интервьюируемым, но в уже в «переводе» интервьюера.

Однако, как было отмечено, эта черта присуща в большей степени газетному интервью, когда потребитель информации читает то, что слышал журналист, но в меньшей – радио и телевизионному интервью, где тот же потребитель информации получает возможность слышать и видеть самому. В последнем случае потребитель информации слышит и видит то же, что и журналист, то есть получает информацию не в «переводе» интервьюера, а от того, кто является источником этой информации, ее носителем. И в этом случае человек, напрямую не задействованный в процессе интервью, становится в определенной степени его соучастником, поскольку он все слышит и видит, а следовательно, пропускает ее через свое сознание. Здесь потребитель информации осмысливает и «переводит» услышанное и увиденное в соответствии со своим мировоззрением, мироощущением, миропониманием.

Хотя теле-, радио- и текстовое интервью печатных и электронных СМИ «близкие родственники», между ними существует немалая разница. Она проявляется, например, в том, что в газете журналист сам излагает ответы на заданные вопросы. Даже стенографическая запись ответов после расшифровки специально обрабатывается для печати. На радио в идеальном случае интервью создается в тот самый момент, когда его получает слушатель. Но и записанные на пленку интервью сохраняют черты подлинного документа, сохраняют голос, стиль речи, интонации говорящего. Содержание интервью в газете отвечает на вопрос, что сказал интервьюируемый, а радиоинтервью – на вопрос, что и как он сказал. Журналист-газетчик обрабатывает и готовит материал интервью после того, как состоится его разговор с интервьюируемым; радиожурналист, напротив, тщательно готовится к самому процессу, акту взятия интервью, то есть значительная часть его усилий связана с подготовкой к интервью.

Ответы на вопросы, поставленные радиожурналистом, одновременно с журналистом получают и слушатели, и таким образом, они как бы становятся участниками разговора с компетентным лицом, располагающим важной интересной информацией. Радиожурналист в этом случае выступает как представитель слушательской аудитории. Газетчик может по своему усмотрению изменить порядок вопросов в материале, который он готовит для печати, опустить одни вопросы и ответы, более подробно, обстоятельно изложить другие. Радиожурналист в случае, если интервью сразу передается в эфир, лишен такой возможности. описательный текст, так широко применяемый в газетных интервью, используется редко, как правило, в начале интервью или в заключительной его части, то есть за рамкой, за скобками основного материала.

Возможен, конечно, монтаж сделанной записи интервью; при этом допускается перестановка вопросов, деление интервью на части, которые перемежаются комментариями журналиста, автора материала. Но тогда правильнее говорить, не о радиоинтервью, а о рассказе корреспондента из студии с использованием предварительно записанных фрагментов интервью.

В печатных и электронных же СМи наличие авторского начала в передаче полученных сведений является одним из важнейших признаков любого жанра публицистики. Прямая запись интервью на лист для журналиста печатных и электронных СМИ практически невозможно, поскольку даже в грамотной речи содержится некоторый пласт слов-паразитов, повторов, заминок и т. п.

В печатном интервью автор выступает как непосредственное действующее лицо, но и как организатор текста. Поэтому опосредованный характер, редактура сказанного интервьюируемым предполагают необходимость визирования интервью.

Несмотря на большое разнообразие видов интервью, его «структурно-композиционные черты… остаются достаточно стабильными: зачин – основная часть – концовка».[[4]](#footnote-4) Вводное и заключительное слово журналиста – это и художественное оформление текста, и выражение интонационной завершенности или начала беседы, и оценка происходящего. В одних случаях зачин и концовка могут быть выражены репликами журналиста, то есть графически они не выбиваются из текста интервью. Другой вариант – зачин и концовка представляют собой монолог автора, не выделенный как реплика, либо существует так называемая «врезка», вкратце информирующая о герое интервью. Чаще всего такая реплика подается в печатных СМИ как лид. Концовка иногда может отсутствовать, и интервью тогда завершается фразой интервьюера.

На страницах газет часто появляются материалы, сочетающие черты жанра интервью и очерка, репортажа, статьи; здесь реплики перемежаются авторским текстом-комментарием, рассуждением, иллюстрацией.

Основной коммуникативной единицей интервью является реплика, которая, сцепляясь с другой репликой, образует диалогическое единство. Ученые выделяют различные типы диалогических единств, например, вопрос - ответ, вопрос - контрвопрос, побуждение - вопрос, побуждение – повествование, повествование - побуждение и так далее. Для интервью более характерно диалогическое единство вопрос – ответ.

От размещения вопросов и связи между ними напрямую зависит композиция интервью. Выделяются интервью со свободной композицией и интервью, композиция которых является импровизированной беседой.[[5]](#footnote-5)

**Глава 2. Диалог на газетной полосе**

Жанр интервью представляет собой внешний диалог. Диалогичность в газете выступает не только как способ построения газетного текста, в частности – интервью, но и как способ организации материалов на газетной полосе.

Жанр интервью является результатом «закрепленности» в журналистском тексте формы получения автором этого текста определенных сведений о действительности с помощью метода интервью. Однако то, к какой группе жанров можно причислить конкретное интервью – информационным или аналитическим, зависит уже от содержания текста, изложенного в форме интервью. Если информационное интервью несет в себе лишь сообщение о факте, отвечая на вопросы: кто? что? где? когда?, то аналитическое интервью, кроме того, содержит и анализ факта, отвечая при этом на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и т. д. Роль автора аналитического интервью заключается, прежде всего в том, что своими вопросами он задает прежде всего направление анализа, который обычно осуществляет сам интервьюируемый. С этой целью вопросы формулируются таким образом, что они требуют освещения узловых моментов какого-либо события, явления, процесса, ситуации.

Жанр интервью традиционно входит в группу информационных жанров публицистики.[[6]](#footnote-6) Однако в связи с произошедшими в российской прессе изменениями (усиление авторского начала, раскованность стиля, нацеленность прессы на диалог с аудиторией, возросшая роль художественного приема в обработке материала), серьезно встает вопрос о месте интервью в жанровой системе. Так, авторы «Основ творческой деятельности журналиста” выделяют, в отличие от традиционных схем,  пять групп текстов: 1) оперативно-новостные; 2) оперативно-исследовательские; 3) исследовательско-новостные; 4) исследовательские; 5) исследовательско-образныеhttp://perepishi.narod.ru/diplom/312312312313.htm - \_ftn15#\_ftn15,[[7]](#footnote-7) - и место интервью  определяют в группе оперативно-исследовательских текстов. Тем самым подчеркивается появление в этом жанре нового по сравнению с советским периодом качества – аналитичности.

Еще одним фактором, осложняющим определение места интервью в системе газетных жанров, является  появление комбинированных жанров вследствие длительного соседства интервью и статьи, интервью и комментария, информации и интервью, очерка и интервью. О. С. Савчук отмечает, что комбинированные жанры составляют около двадцати процентов текстов.[[8]](#footnote-8) Также большое влияние оказывает реклама, одним из проявлений которой становится жанр рекламного интервью.

**Заключение**

Жанр интервью может выступать в трех основных видах: интервью в печатных и электронных СМИ, интервью на радио и телевидении. Прародителем всех типов интервью является, конечно, газетное, радио- и телеинтервью возникли в результате развития техники; около десятилетия назад к типам интервью присоединилось интервью в электронных СМИ, однако, как оказалось, это скорее подвид газетного интервью, поэтому целесообразно рассматривать их вместе, противопоставляя интервью на радио и телевидении.

В целом все три вида одного жанра похожи, однако между ними есть существенная разница: радио и телевизионное интервью весьма наглядны, и телезритель и радиослушатель становится неким третьим участником, хотя в процессе интервью непосредственного участия не принимает.

Газетное интервью, или, точнее, интервью в печатных и электронных СМИ (газет, журналов, информационных сайтов) отличается субъективностью подачи материала. Здесь журналист в праве опустить вопросы и ответы, которые он считает менее важными для достижения намеченной цели, и более полно и ярко изложить другие. Он может поменять порядок вопросов, если это необходимо. И в этом случае интервью, вышедшее на страницах газеты – это вовсе не точная копия разговора, проходившего между интервьюером и интервьюируемым.

Прямая запись интервью на лист для журналиста печатных и электронных СМИ практически невозможно, поскольку даже в грамотной речи содержится некоторый пласт слов-паразитов, повторов, заминок и т. п.

Кроме того, важным ограничителем, вынуждающим журналиста подавать материал опосредованно, является ограничение в знаках для газетной полосы. Это ограничение несущественно для независимых электронных СМИ, однако сайты конкретных изданий, как правило, напрямую зависят от материалов печатного издания, хотя иногда могут опубликовать и расширенную версию.

Наконец, важной особенность интервью в печатных СМИ является необходимость его визирования. Это особенно вытекает именно из опосредованного характера интервью в печатных и электронных СМИ.

**Список литературы**

1. Богданов Н. Г., Вяземский Б. А. Справочник журналиста. Л., 1971.
2. Вакуров В. Н., Кохтев Н. Н., Солганик Г. Я. Стилистика газетных жанров. М., 1978.
3. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб., 1999.
4. Голанова Е.И. Голанова Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью //Русский язык конца XX столетия. М., 2000. С. 427 – 453.
5. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. М., 2001.
6. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987.
7. Основы творческой деятельности журналиста. CПб, 2000.
8. Плешаков Л. Вопросы-ловушки, или Как проверить непроверяемое // Профессия – журналист. 2001. №1.
9. Плешаков Л. Интервью: всякое лыко – в строку, редкое слово – в строчку // Профессия – журналист. 2001. №2.
10. Плешаков Л. Интервью – начало всех начал // Профессия – журналист. 2000. № 10.
11. Плешаков Л. Интервью: не торопитесь с вопросами, лучше расскажите что-нибудь сами // Профессия – журналист. 2000. №11.
12. Плешаков Л. Интервью: проход по минному полю // Профессия – журналист. 2001. №3.
13. Савчук С. О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты//Русский язык: исторические судьбы и современность. М., 2001.
14. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. М., 1983.
15. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М., 2000.

1. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. М., 1983. С. 431. [↑](#footnote-ref-1)
2. Вакуров В. Н., Кохтев Н. Н., Солганик Г. Я. Стилистика газетных жанров. М., 1978. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб., 1999. С. 65. [↑](#footnote-ref-3)
4. Голанова Е. И. Голанова Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью //Русский язык конца XX столетия. М., 2000. С. 427 – 453. [↑](#footnote-ref-4)
5. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987. С. 56. [↑](#footnote-ref-5)
6. Богданов Н. Г., Вяземский Б. А. Справочник журналиста. Л., 1971. С. 265 [↑](#footnote-ref-6)
7. Основы творческой деятельности журналиста. CПб, 2000.  С. 126 – 129. [↑](#footnote-ref-7)
8. Савчук С. О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты//Русский язык: исторические судьбы и современность. М., 2001. С. 267. [↑](#footnote-ref-8)