



Вправа «Інтерв'ю з медійною особою»



Мета

- » навчити брати інтерв'ю, правильно конструюючи та інтонуючи питальні речення зі звертаннями, вставними словами (словосполученнями)



Уміння і навички з інфомедійної грамотності

- » визначати жанри журналістських повідомлень;
- » ефективно шукати інформацію;
- » ставити питання



Що необхідно підготувати до уроку

- » Дошка, крейда



ЗАПИТАЙТЕ.

- Які асоціації у вас виникають при слові «інтерв'ю»? (*Бесіда, розмова, опитування.*)
- З якою метою беруть інтерв'ю? (*Інтерв'ю проводиться з метою збирання та поширення інформації.*)
- У якому стилі використовується інтерв'ю? (*У публіцистичному.*)
- Згадайте особливості публіцистичного стилю. (*Тексти публіцистичного стилю створюються з метою передачі в доступній формі точної та цікавої інформації про найважливіші події в житті нашої країни та за кордоном, а також із метою впливу на читача (слухача). Інформативність, фактичність, логічність, образність, відвертість є ознаками публіцистичного стилю. До основних жанрів публіцистичного стилю відносять: лист у газету, інтерв'ю, репортаж, нарис, статтю, допис; радіо-, кіно-, телепубліцистику.*)
- Який основний принцип побудови інтерв'ю? (*Діалог.*)
- Хто обов'язково повинен брати участь в інтерв'ю? (*Журналіст, який ставить запитання (інтерв'юер), і особа, яка відповідає на запитання (респондент).*)
- Хто може бути співрозмовником журналіста? (*Політичний діяч, посадова особа, художник, актор, спортсмен, інша публічна особа, інша людина, яка може поділитися своїми знаннями чи непересічним цікавим досвідом.*)

Для приміток:



ПОЯСНІТЬ.

Інтерв'ю (англ. *Interview* – буквально *зустріч, бесіда*) – це жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною у якійсь справі людиною переважно на значущу тему, призначена для оприлюднення у мас-медіа [4].

Інтерв'ю відбувається з ініціативи журналіста з метою одержати нову інформацію з теми чи проблеми, отримати від респондента певні роз'яснення або ж дізнатися його погляди з тих чи інших питань. Інтерв'ю передбачає подання інформації у вигляді запитань та відповідей.

Якщо ми говоримо про теле- чи радіоінтерв'ю у прямому ефірі, зауважимо, що робота над ним відбуватиметься у два етапи: 1) підготовка, і 2) проведення.



Робота над текстовою версією для газети журналу чи веб-сайту відбувається в три (а інколи й чотири) етапи:

1. підготовка;
2. проведення;
3. написання;
4. узгодження (доречність цього етапу є суперечливою і дискусійною серед журналістів, але про це – далі).


На етапі підготовки роботу варто розпочати з інтересу аудиторії: подумати, про кого і що саме хочуть дізнатися читачі. Також варто обрати чітку тему розмови – таке інтерв'ю буде логічним та цікавим для читача, на відміну від нагромадження не пов'язаних між собою запитань про все на світі. Крім того, журналістові слід почитати попередні публікації про свого співрозмовника, а також вивчити матеріали за темою розмови, бути добре обізнаним та підготовленим.

На етапі проведення потрібно викликати довіру співрозмовника, налаштуватися на потрібний тон, ставити чіткі запитання, не боятися зупинити респондента, перепитувати (якщо респондент уникає відповіді на запитання чи дає неповну відповідь). Також важливо залишатися гнучким інтерв'юером, бути готовим у доречний момент змінити лінію поведінки, відійти від визначеного раніше плану проведення інтерв'ю чи переліку підготовлених запитань. Попри те, що журналіст має бути приязним і ввічливим співрозмовником, у першу чергу він/вона пам'ятає про суспільний інтерес, потреби своєї аудиторії та мету свого інтерв'ю, а відповідно – не боїться ставити жорсткі та незручні для співрозмовника запитання.

На етапі написання журналіст не просто друкує записаний на диктофон текст, а доопрацьовує, найчастіше – суттєво скорочує, літературно редагує текст бесіди (без спотворення змісту). Буває, що журналісти постфактум переписують свої запитання, щоб додати їм більшої критичності та привабливості для читача – але такий крок не можна назвати етичним, адже це по суті обман аудиторії.

Четвертий етап – узгодження тексту означає, що журналіст надсилає фінальну відредаговану версію тексту інтерв'ю своєму респонденту, аби уникнути помилок чи некоректної передачі змісту. На практиці це може призводити до того, що респондент вимагатиме виправити певні цитати, відмовлятиметься від своїх слів тощо. Тому журналісти зацікавлені в тому, щоб цього четвертого етапу – узгодження тексту – уникнути взагалі. Однак, все залежить від конкретного співрозмовника, журналіста та правил редакції.

У роботі над інтерв'ю важливо також пам'ятати, що коли ви здійснюєте аудіозапис розмови, про це потрібно попередити вашого співрозмовника.

 **ПІДСУМУЙТЕ.** Перед інтерв'ю вам потрібно обрати співрозмовника, тему розмови, вивчити наявну за темою розмови інформацію, продумати орієнтовний план розмови (список запитань).



адже також фокусується на цих питаннях. Це складні моменти, яким ми приділятимемо увагу й у наступні роки. У 2021 році плануємо організувати серію дискусій про майбутнє технологій: про нові можливості й виклики, надії та турботи. Кожні декілька тижнів я буду говорити з фахівцями, експертами у нашій спільноті з різних сфер. Я випробую різні формати, щоб це було цікаво. Це все буде публікуватися на моєму Facebook, Instagram чи інших медіа).

Для приміток:



– Кілька великих державних інвестиційних фондів у жовтні 2018 року наполягали на тому, щоб Ви як генеральний директор Facebook пішли у відставку з посади голови правління компанії, незважаючи на те, що Вам належать близько 60 відсотків голосів у раді директорів. Що Ви можете сказати з цього приводу? (Справді, питання про мою відставку збираються винести на голосування під час щорічної зустрічі акціонерів компанії у травні 2020 року. Це пов'язано з тим, що, на думку цих фондів, Facebook погано впоралася з низкою кризових ситуацій (включно з витоком даних Cambridge Analytica та звинуваченнями у кампанії з впливу на президентські вибори у США), бо компанії бракує незалежного голови ради директорів – я повністю контролюю Facebook. Час покаже.)

– Які Ваші найсуттєвіші досягнення за минулий рік? (За 2018 рік я прочитав 25 книжок, пробіг 365 миль, відвідав усі штати США та почав вивчати мандаринську мову.)

– Як Ви ставитеся до того, що у 2018 році разом із засновником Instagram Кевіном Сістром, за даними американського журналу Fortune, очолили список 40 найвпливовіших молодих бізнесменів світу віком до 40 років? (Мені дуже приємно, що, незважаючи на значну кількість проблем, які переслідували мене у минулому році – викриття російської дезінформації в Facebook, свідчення перед американськими та європейськими парламентарями – ми разом із Сістром очолили цей список.)

– Що б Ви порадили молоді, яка починає власний професійний шлях? (На мою думку, головне – не боятися ризикувати. У сучасному мінливому світі єдина стратегія, яка гарантовано приречена на поразку, – не ризикувати. І ще одна порада – мати мету, а мета – це розуміння того, що ми – це щось більше, ніж ми самі. Що нас потребують, що в нас попереду є щось краще, до чого потрібно прагнути і для чого працювати. Мета – це те, що створює справжнє щастя. Але недостатньо, щоб мета була тільки у вас. Ви повинні створити це почуття для інших.)

– Марку, дякуємо за відверті відповіді, за цікаву бесіду. І останнє запитання – Ви щаслива людина? Чи отримуєте задоволення від життя? (Так, я вважаю і відчуваю себе щасливою людиною. Щодня я ставлю собі запитання: чи я роблю найважливішу справу з усіх можливих? У більшості випадків я відповідаю ствердно і тим самим отримую задоволення від витраченого часу. Я згоден зі словами – робіть те, що ви любите, і ви ніколи не будете працювати. Дякую за інтерес до моєї особи.)

ПОЯСНІТЬ. Журналістові, а особливо журналістові-початківцю, дуже важливо після розмови проаналізувати для себе, які питання ставив/ла і чому, а також відповіді, реакцію на них інтерв'юера.





ЗАПИТАЙТЕ.

Для приміток:



1. Які теми і підтеми зачіпав репортер? (Здебільшого питання були про навчання в Гарварді, студентські роки Марка, поради молоді, його професійну діяльність.)
2. Які завдання ставив журналіст? (Журналіст спонукав респондента поділитися своїми думками та поглядами на обговорювані проблеми, надати поради молодим людям, які розпочинають власний професійний шлях, спираючись на життєвий досвід та значні досягнення у сфері ІТ, поділитися проблемами.)
3. Чи пов'язані питання інтерв'юера одне з одним за змістом? (Так.)
4. Чи логічно і зрозуміло викладений текст? (Так.)

ПРОКОМЕНТУЙТЕ. Інтерв'ю потребує від журналіста ретельної підготовки, поваги до поглядів співрозмовника, але водночас критичності та гнучкості. Звісно, інтерв'ю не тотожне журналістському розслідуванню, не обов'язково має на меті викрити когось чи розкритикувати – зовсім ні. Однак завдання журналіста – отримувати й поширювати потрібну суспільству (аудиторії) інформацію. Деякі ЗМІ зацікавлені життєвою історією, приватним життям, рисами характеру свого співрозмовника – такі медіа є радше розважальними. Інші ж мають своїм завданням критичну оцінку суспільних процесів, пояснення складних і важливих речей своїй аудиторії.

Візьмімо, до прикладу, Марка Цукерберга, до інтерв'ю з яким ви готувалися і яке сьогодні моделювали. Звісно, можна поговорити з ним про його секрети успіху та мрії. Але чи цього достатньо? Чи справді ця інформація важлива для суспільства? Критичний журналіст міг би запитати, до прикладу, про витік персональних даних мільйонів користувачів соцмережі на користь компанії Cambridge Analytica, про проблему поширення неправдивої інформації у заснованій Цукербергом соцмережі Facebook, про відповідальність Марка Цукерберга за глобальні зміни, які ця мережа внесла у життя суспільств, про звинувачення в ухиленні від сплати податків тощо.

Незвична і дуже показова історія трапилася після відмови Марка Цукерберга дати інтерв'ю впливовому британському виданню *Guardian* (Гардіан). Редакція вирішила самостійно «створити Марка Цукерберга», щоб з ним поспілкуватися. На основі публічних виступів засновника Facebook за останні роки програмісти створили штучну нейромережу, «Цукербота» (Zuckerbot), яка і «відповіла» на запитання журналістів. «Результатом [роботи – ред.] є це ексклюзивне інтерв'ю, яке, на наше переконання, розкаже про людину, котра стоїть за Фейсбуком, більше, ніж будь-що інше, що ви прочитаєте цього року», – пишуть у *Guardian*. [1]

Таким чином журналісти, звісно, не отримали відповідей на важливі питання, але привернули увагу до проблем, які залишаються невирішеними і хвилюють аудиторію.



ПІДСУМУЙТЕ. Інтерв'ю не є просто розмовою між журналістом і респондентом. Воно передбачає вибір журналістом теми для обговорення та ретельну підготовку з метою отримання суспільно важливої та цікавої для аудиторії інформації. Це потужний журналістський інструмент.

СЛОВНИК

Інтерв'ю (англ. Interview – буквально зустріч, бесіда) – це жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною у якійсь справі людиною переважно на значущу тему, призначена для оприлюднення у мас-медіа.

Для приміток:



ДЖЕРЕЛА

1. Carrie Wong, Julia & Botnik Studios, I am going to say quiet words in your face just like I did with Trump': a conversation with the Zuckerbot // The Guardian – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/technology/2019/dec/22/zuckerbot-mark-zuckerberg-facebook-botnik#maincontent>
2. Вольфф, Фолькер. Журналістика газет і журналів / Видання 2-е, перероблене / Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр вільної преси, 2017. — 377 с.
3. Гід журналіста: збірка навчальних матеріалів, складена французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ : пер. з фр. / адаптація та упоряд. А. Лазарева. – К. : ІМІ, 1999. – 96 с.
4. Здоровега В.Й. Теорія та методика журналістської творчості: Підручник. - 2-ге вид., перероб. і допов. - Львів: ПАІС, 2004. - 268 с.
5. Марк Цукерберг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cityinfo.info/man/mark-cukerberg>.
6. Напуття у велике життя. Топ-5 промов знаменитостей для випускників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://style.nv.ua/ukr/wness/samorazvitie/naputtja-u-velike-zhittja-top-5-rechej-znamenitostej-dlja-vipuskniv-1226846.html>.
7. Цукерберг відмовився давати інтерв'ю The Guardian. Тоді журналісти взяли інтерв'ю у нейромережі «Цукербота» [Електронний ресурс] // Інтернет-видання «MEDIASAPIENS» – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/23982/2019-12-24-tsukerberg-vidmovivsyia-davati-intervyu-the-guardian-todi-zhurnalisti-vzyali-intervyu-u-neiromerezhi-tsukerbota/>
8. Рус-Моль, Штефан. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.
9. Список найвпливовіших молодих бізнесменів Fortune очолили Сістром та Цукерберг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ms.detector.media/web/IT_companies/spisok_nayvplivovishikh_molodikh_biznesmeniv_fortune_ocholili_sistrom_ta_tsukerberg/
10. Так говорив Цукерберг: 15 цитат, определяющих стиль жизни и работы CEO Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/2013/02/11/tak-govoril-cukerberg-15-citat-kotorye-opredelyayut-stil-zhizni-i-raboty-ceo-facebook/>
11. Цукерберг відмовився давати інтерв'ю The Guardian. Тоді журналісти взяли інтерв'ю у нейромережі «Цукербота» // MediaSapiens – 2019. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/>



