

ВИДЫ ИНТЕРВЬЮ и РОЛИ СОБЕСЕДНИКА

ВИДЫ ИНТЕРВЬЮ

СОБЫТИЙНОЕ

Участник
или очевидец события

Восстановить картину случившегося, как его видел и воспринимал собеседник. Взглянуть на случившееся его глазами

ЭКСПЕРТНОЕ

Специалист
в какой-то сфере

Разъяснить положение дел, объяснить причины, дать рекомендации, привести прогнозы

ПРОБЛЕМНОЕ

Эксперт в каком-то
вопросе

Узнать позицию собеседника, прояснить с его помощью проблему, выявить в ней противоречия, «столкнуть» мнение собеседника с противоположным

СОБЫТИЙНО-ЛИЧНОСТНОЕ

Известный (в большей или меньшей степени) человек, вовлеченный в событие

Увидеть событие глазами собеседника и узнать интересные случаи из его жизни

ЭКСПЕРТНО-ЛИЧНОСТНОЕ (мемуарное)

Известный человек, рассказывающий о сфере, в которой он является специалистом

Разъяснить положение дел в его сфере и узнать об интересных случаях из жизни собеседника, обычно связанных с его карьерой



Рассказ
об актуальных,
и интересных
фактах
и событиях

РОЛИ СОБЕСЕДНИКА

Оценка положения дел,
разъяснение
причин происходящего
и высказывание прогнозов

Экспертиза проблемы,
спор с другим собеседником

ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»



lgo.ru
/project/nashpress



t.me
/nashpress_russia



vk.com
/nashpress



РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

классификация вопросов

Разновидность вопросов	Характеристика	Цель
информационные	Вопросы о фактах (что было, есть или будет) и мнениях (что хорошо или плохо)	Журналист побуждает собеседника раскрыть тему, сообщить сведения, ради которых берется интервью
управляющие	Обозначение темы разговора, возвращение собеседника к линии разговора при отклонении от нее, переход к новой теме	Журналист контролирует ход беседы, раскрытие тем и их смену
поведенческие	Нагнетание напряжения путем логических уловок и психологических манипуляций	Провоцирование собеседника на эмоции

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Выстраивайте стратегию получения информации

Стройте интервью на ответах, а не на вопросах

Не делайте утверждений в вопросах

Не предлагайте двойные вопросы или два вопроса сразу

Начинайте с «Что?», «Как?» и «Почему?»

Затрагивая «жесткие» вещи, не задавайте жестких вопросов

Аксиома

Чем больше информации журналист вложит в вопрос, тем больше сведений недоскажет собеседник

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ (ПРОВОКАЦИЯ)

Провоцирующие

«Почему вы вдруг так заволновались, когда мы заговорили об оценках?»

Вопросы-ловушки

«Вы уже перестали получать двойки?»

Суггестивные

«Некоторые учителя считают, что если у ученицы зеленые волосы, значит она ничего не знает. А как вы думаете?»

Усилительные

журналист преувеличивает слова собеседника, чтобы побудить того возразить: «Я такого не говорил»



ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»

lgo.ru
/project/nashpress

t.me
/nashpress_russia

vk.com
/nashpress

РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ

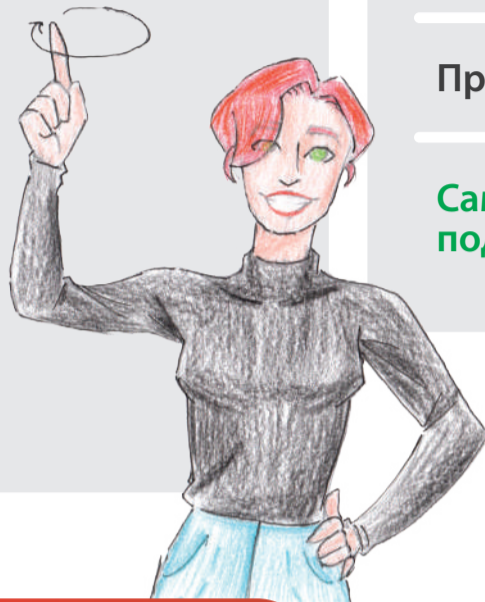
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

С ЭКСПЕРТОМ. ПОДГОТОВКА

✓ Первый этап — предварительный сбор информации

✓ Договариваясь об интервью, принято обозначать примерный спектр вопросов

✓ Изучение публикаций о собеседнике и составление вопросов



Выбор локации и подтверждение встречи ✓

Проверка техники ✓

Самый лучший экспромт — подготовленный ✓

как выбрать тему

Вариант 1. Тема интересна вам, интересна вашей аудитории, тема актуальная и спорная

Вариант 2. Есть хороший эксперт

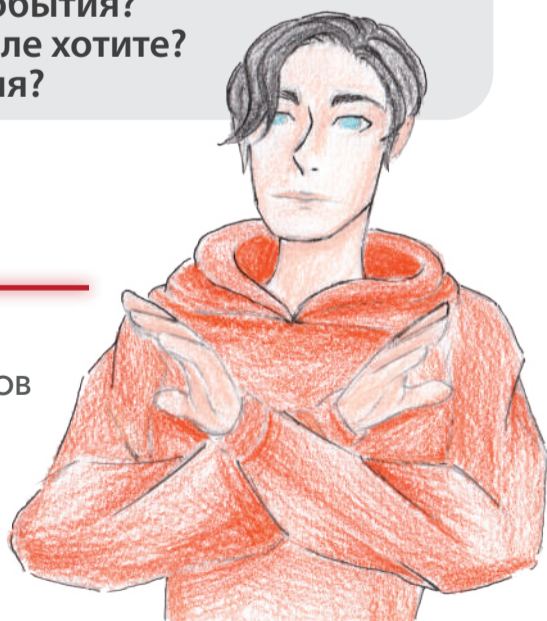
Вариант 3. Есть «вечные» тренды: образование, еда, образ жизни, компьютерные игры...

Вариант 4. Нашли оппонента, мнение которого идет вразрез с мнением вашего спикера

не задавайте «ДЕЖУРНЫЕ» ВОПРОСЫ

Вопросы о цели

Что вы хотите сделать?
Какова цель этого события?
Чего вы на самом деле хотите?
Какие у вас ожидания?



ПРОФИОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»

lgo.ru
/project/nashpress

t.me
/nashpress_russia

vk.com
/nashpress

РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

Вопросы о препятствиях

Что вам мешает?
С какими проблемами вы столкнулись?
Почему вы не смогли этого сделать?

Вопросы о начале действия

Как пришла эта идея?
Чья это была идея?
Когда вы ожидаете получить первый результат?
Когда проблема будет решена?

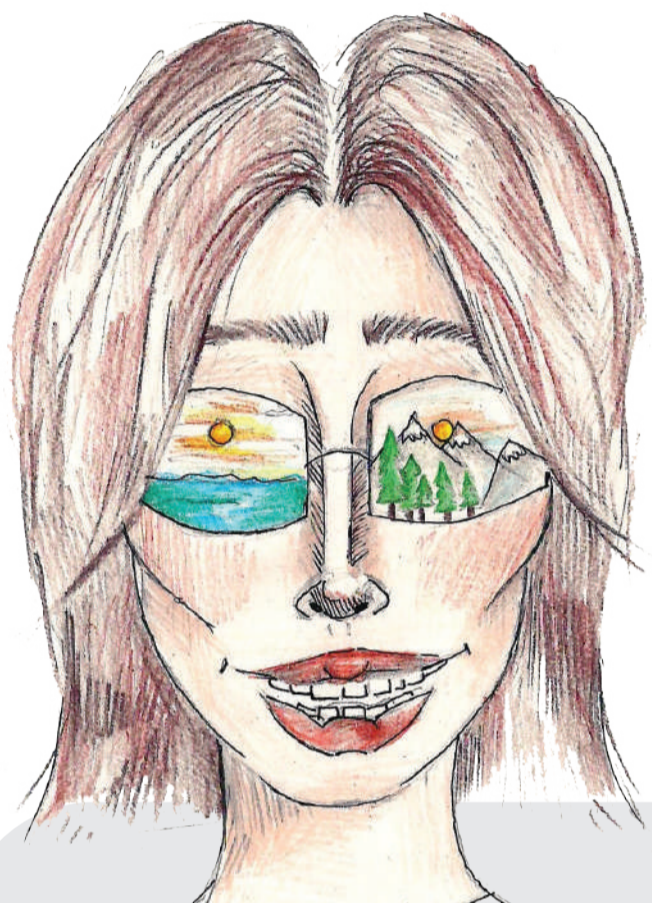
Обтекаемые вопросы

Что вы собираетесь делать по этому поводу? Что вы думаете по этому поводу? Как вы относитесь к этому факту?

как говорить с экспертом

КТО ТАКИЕ ЭКСПЕРТЫ?

главные требования — **компетентность** и **незаинтересованность**



От латинского «*expertus*» (опытный) — носитель специальных знаний. Имеет обширный опыт в конкретной области и пользуется репутацией специалиста, хорошо понимающего в предмете. Экспертам доверяют

Человек, выступающий в роли эксперта, должен разбираться в предмете обсуждения и быть безразличным по отношению к конкретной ситуации, которая явилась поводом для интервью

КАК ГОВОРИТЬ С ЭКСПЕРТОМ?

Очень хорошо подготовиться к интервью (собрать досье на собеседника, набросать базовые вопросы)

Всегда уточнять сложные понятия, чтобы разъяснить их массовой аудитории

Спрашивать только о том, в чем человек разбирается

Выбрать 2–3 тематических блока и не отходить от них

Не давать уходить сильно в глубину или в сторону

Освоить продюсерский подход: находить скрытые конфликты в обычных темах, строить «дорожную карту» разговора, анализировать позиции спикеров и формулировать короткие, провокационные вопросы

ПРОФИОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»



lgo.ru
/project/nashpress

t.me
/nashpress_russia

vk.com
/nashpress

РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

чек-лист по подготовке

- 1** Решаем задачу: для чего нам это интервью?

Подчеркнуть нужное:

 - Хотим «открыть» широкой публике интересного человека, о котором еще не все знают.
 - Узнать какие-то неизвестные факты об эксперте или новости из его жизни.
 - Показать личность эксперта с необычной стороны.
 - Выяснить его мнение по какой-то проблеме — какой
- 2** Название

О чем мы будем говорить с экспертом? Сформулируйте главную тему в виде гипотетического заголовка материала (три варианта).

Подсказка. В идеале: одно интервью — одна тема, а вокруг «гарнир» из близких подтем. Тему надо максимально сузить
- 3** Определяем предварительный главный вопрос

Вокруг какого вопроса будем стоять интервью?

Подсказка. «Поговорим о кино» — плохо. «Поговорим о том, что смотреть современным подросткам» — лучше. «Что такое язык кино и как научиться его понимать» — еще лучше. «Профессия — учитель» — плохо. «Как вы стали учителем» — совсем плохо. «Педагогический взгляд на проблему перегрузок и недогрузок школьников» — неплохо
- 4** Собираем информацию об эксперте
 - Смотрим в поисковиках, читаем в прессе.
 - Мониторим его соцсети, а именно: читаем и посты, и комментарии.
 - Обращаем внимание на мелочи, за которые можно зацепиться.
 - Формулируем для себя главную интригу: чем удивителен мне этот человек, почему его мнение необходимо людям, какую грань моей проблемы он может открыть зрителям
- 5** Готовим вопросы
 - Основные, дополнительные, запасные.
 - Выстраиваем логику и последовательность: где задать «главный» вопрос, какими вопросами к нему подвести, что спросить (сказать) напоследок.
 - Записываем все вопросы. Проверяем, получается ли по ним «сюжет», который соответствует теме интервью
- 6** Придумываем, чем удивить героя
 - По сценарию диалога наметить место, когда «удивлять» зрителя
- 7** Дополнительные моменты

ПРОФИОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»



lgo.ru
/project/nashpress



t.me
/nashpress_russia



vk.com
/nashpress



РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ



ШТАМПЫ

которые следует безжалостно
истреблять из речи на экране

1

ЗДРАВСТВУЙТЕ, ЗДРАВСТВУЙТЕ

«Здравствуйте —
здравствуйте», «спасибо,
до свиданья — пожалуйста,
до свиданья» представьтесь,
пожалуйста».

Ясно, что,
не поздоровавшись,
беседу не начинают —
но зачем это в ролике?

2

СКАЖИТЕ НАСЧЕТ ЭТОГО

«Что вы об этом думаете»,
«как вы относитесь к»,
«важно ли знать
(математику, этикет, кино,
иностранный язык, что-то
другое)», «что вы пожелаете
нашим зрителям»
и модные блиц-расстрелы
типа «ваш любимый цвет»,
«богатство или здоровье»

Дребедень ни о чем —
долой из ролика

3

КАК ВЫ СТАЛИ КОСМОНАВТОМ

«Как вы
относитесь к спорту»
(вопрос спортсмену), «как
вы стали...», «о чем была
ваша первая роль» (вопрос
актеру), «как вы начали
писать книги» (вопрос
писателю), «почему вы
стали учителем»,
«как вы к этому пришли» .

Это вопросы-бесполезности

4

ДАВАЙТЕ УЗНАЕМ

«Сегодня мы находимся...»,
«рядом со мной сейчас...»,
«сегодня я хочу вам
рассказать», «давайте
узнаем», «и сегодня мы
выясним», «и вот что у нас
получилось».

Навязчивые фразы, которые
кочуют из ролика
в ролик и натирают
на языке мозоль

5

НУ

«Итак», «что ж»,
«на самом деле»,
«имеет место быть», «ну»
(что еще?).

Мелкие паразиты,
засоряющие язык

6

КАЖДЫЙ КОГДА-ТО

«Все мы знаем...»,
«многие сейчас...»,
«в современном мире ...»,
«в последнее время ...»,
«в наши дни...», «все мы ...»,
«в нашей жизни много...»,
«каждый когда-то...»,
«многие интересуются».

Неоправданные обобщения

7

В РАМКАХ

«В рамках»,
«мероприятие»,
«данный», «каждый»,
«обучающийся», «является»,
«реализуется».

Канцеляризмы в речи, делающие речь
деревяннно-стеклянной

ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЕ
СОРЕВНОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕДИАТВОРЧЕСТВУ
«МЕДИАТОН»



Igo.ru
/proect/nashpress



t.me
/nashpress_russia



vk.com
/nashpress



РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А. Н. КОСЫГИНА



НАШПРЕСС
НОВОСТНОЕ АГЕНТСТВО
ШКОЛЬНОЙ ПРЕССЫ

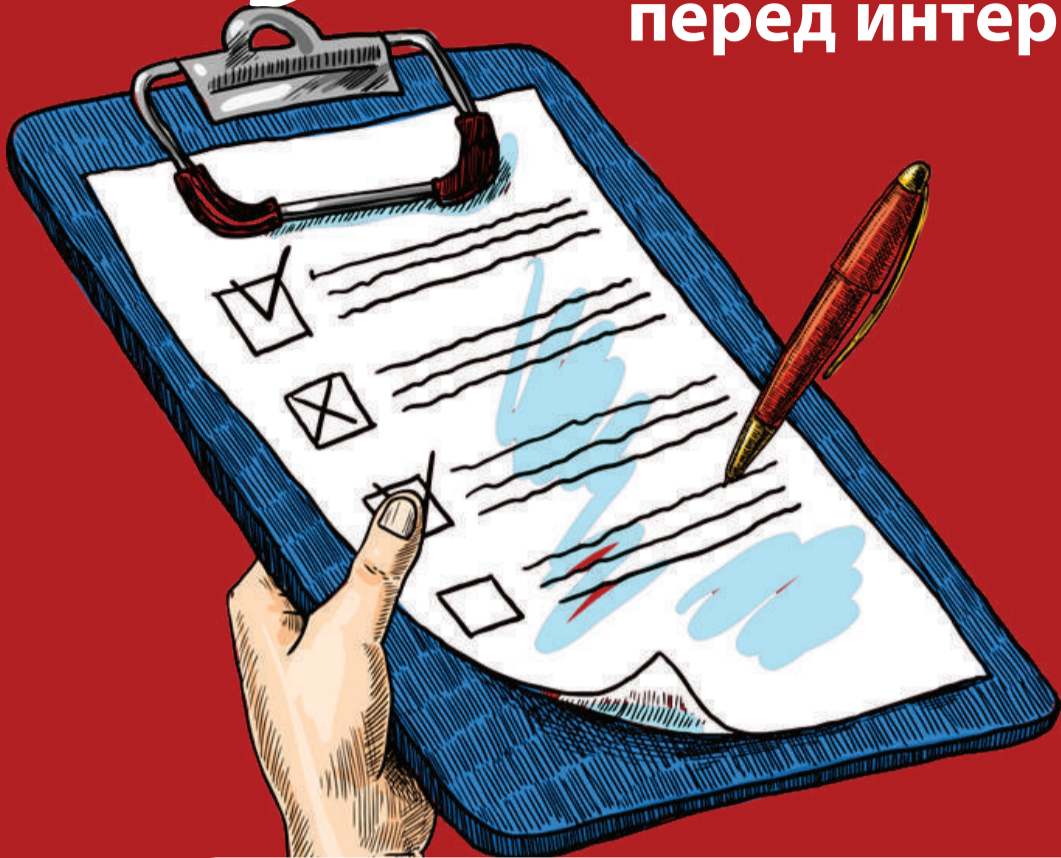


ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ



Репортерская самопроверка перед интервью

Чек-лист



МедиаВселенная
Фото: Евгений Воронин,
школа 1539, Москва



1. Выбрана тема
2. Подготовлены базовые вопросы
3. Заготовлен сценарий (ключевая идея, структура интервью, речь корреспондента)
4. Собрано «досье» на спикера. Составлен профайл спикера.
5. Подобраны локации (сделана фотопроба)
6. Предусмотрены дубли
7. Рассчитан хронометраж
8. Записаны примерные титры (имя, фамилия, род занятий, должность респондента)
9. Имеется черновик синопсиса

☐☐☐☐☐☐☐☐☐

** Если эти вопросы проработать заранее,
можно сосредоточиться на творческих моментах*

Съемка&Монтаж

техническая самопроверка



Чек-лист

*



1. Готов список оборудования для съемки (штативы, стедикамы и др.)
2. Готов список оборудования для записи звука (петлички, гарнитур, микрофоны)
3. Имеется список реквизита
4. Решено, как и с помощью чего будете копировать контент на монтажную станцию
5. Проверена работоспособность всего съемочного оборудования
6. Проверена работоспособность звукозаписывающего оборудования
7. Набраны в текстовом редакторе запланированные титры
8. На флеш-накопитель записаны исходные видео- и аудиофайлы

** Если эти вопросы проработать заранее,
можно сосредоточиться на творческих моментах*