

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**



Тема: «Интервью в новостной журналистике (на примере сетевого издания «Луч»)

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы изучения методов сбора журналистской информации	6
1.1. Методы сбора журналистской информации	6
1.2. Место и роль интервью при подготовке новостных материалов в сетевом издании	13
Глава 2. Анализ использования интервью в сетевом издании «Луч»	20
2.1 Общая характеристика сетевого издания «Луч»	20
2.2. Особенности использования интервью в сетевом издании «Луч»	24
Заключение	30
Список использованных источников	32

Введение

Интервью в новостной журналистике остаётся актуальным жанром, так как человек играет важнейшую роль в формировании событий. Аудитории интересны мнения, подробности и комментарии из уст людей, которым в силу их общественного положения можно доверять. Интервью может информировать общественность о значимом событии или серьёзном начинании, а также устанавливать авторитетное мнение по тем или иным существенным вопросам. Более того, интервью играет важную роль в формировании общественного мнения. Оно располагает возможностями эмоционального воздействия на потребителей, поскольку даёт представление о личности собеседника и обстановке, в которой проходит разговор. Так как интервью играет важную роль в новостной журналистике, важно изучать особенности использования интервью. При этом не последнюю роль в этом занимает искусственный интеллект (ИИ), который также может использоваться в журналистике для работы с интервью. Нейросети помогают автоматизировать рутинные задачи, анализировать большие объёмы данных, формировать персонализированные вопросы и даже моделировать возможные ответы собеседника. Хотя ИИ не заменяет журналистов полностью - нейросети выступают в роли инструмента, дополняющего, но не заменяющего человеческий интеллект и профессиональную экспертизу[10]. Однако, на сегодняшний день, в журналистике, использование ИИ пока еще не получило широкого распространения. Более, того, развитие мессенджеров или появление новых, например, «МАХ» также создают хороший фундамент для проведения интервью, а их применение позволяет в короткие сроки на более качественном уровне осуществлять данный процесс. Но тема внедрения ИИ, а также мессенджеров в процесс осуществления интервью в новостной журналистике, пока является достаточно слабо изученной.

В связи с изложенной актуальностью, целью курсовой работы является: выявить особенности использования интервью в сетевом издании «Луч». Для

достижения указанной цели, необходимо решить следующие задачи: изучить теоретические основы методов сбора журналистской информации; дать общую характеристику сетевому изданию «Луч»; сформулировать особенности использования интервью в сетевом издании «Луч»; сделать обобщающие выводы по теме исследования.

Объектом исследования являются: методы сбора журналистской информации. Предмет исследования: деятельность по использованию интервью в новостной журналистике.

Структурно курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников. Во введении обосновывается актуальность работы, цель, задачи, объект и предмет исследования. В первой теоретической главе описаны: методы сбора журналистской информации, место и роль интервью при подготовке новостных материалов в сетевом издании. Во второй практической главе дана общая характеристика сетевого издания «Луч», изучены особенности использования интервью в сетевом издании «Луч», а также предложены мероприятия по проведению и улучшению использования интервью в сетевом издании «Луч». В заключении даны краткие выводы проведенного исследования.

При написании курсовой работы применялись методы: сравнение, анализ, описание, индукция, дедукция, синтез, обобщение, абстрагирование и другие.

Информационной базой исследования послужили учебные пособия, статьи, монографии по изучаемой теме исследования, данные статистической отчетности сетевого издания «Луч» и прочая информация.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные рекомендации могут быть применены на практике в деятельности журналистов сетевого издания «Луч».

Глава 1. Теоретические основы изучения методов сбора журналистской информации

1.1. Методы сбора журналистской информации

Журналистика - это деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации с помощью средств массовой информации (СМИ). Термин произошёл от французского слова *journal*, что означает «дневник», «журнал»[8]. Основная цель журналистики - информирование массовой аудитории. Журналисту необходимо оперативно собрать, обработать, грамотно, доступно и объективно изложить актуальную, социально значимую информацию. Основными аспектами деятельности являются: сбор информации - журналист использует достоверные источники: официальные сообщения компаний, госорганов, открытые данные бирж, отчётность; проверка информации на достоверность и актуальность - журналист использует разные инструменты: официальные запросы, поиск подтверждения в открытых источниках, экспертную оценку; создание материала - журналист работает с текстом, в результате появляется информационная заметка, статья, очерк в газете или журнале, телевизионная передача. Наиболее популярными методами сбора журналистской информации являются: наблюдение, эксперимент, интервью и беседа, анкетирование и опрос, работа с базами данных и ресурсами в Интернете, таблица 1[11].

Рассмотрим подробнее. Наблюдение в журналистике - это метод, основанный на личном восприятии действительности. Он даёт возможность получить непосредственное знание о реальном объекте. Применяя его, журналист получает те данные, которые можно определить как «факты живого наблюдения». Наблюдение, в отличие от других профессиональных журналистских методов сбора информации, даёт возможность получить непосредственное знание о реальном объекте, поскольку оно основано на личном, чувственном его восприятии. От обыденного, бытового созерцания событий, ко-

торое часто носит непреднамеренный, случайный характер, журналистское наблюдение отличается своей целенаправленностью.

Таблица 1- Методы сбора журналистской информации[11]

№ п/п	Методы сбора	Описание
1	Наблюдение	Делится на невключённое (простое) и включённое. В первом случае журналист наблюдает за событием со стороны, во втором - он становится действующим лицом.
2	Эксперимент	Журналист искусственно создаёт ситуацию, в которой он контролирует поведение объекта наблюдения. Требуется более долгой и тщательной подготовки, чем иные методы.
3	Интервью и беседа	Осознанное речевое взаимодействие, направленное на достижение конкретных журналистских задач. Такой диалог позволяет получить факты, мнения, объяснения, прогнозы и особенности самой личности.
4	Анализ документов	Это изучение явлений и процессов действительности за счёт документальных источников. Документом называется любой носитель информации: печатный или рукописный текст (книги, газеты, письма), материалы интернет-сайтов, аудио-, видеоплётка, фотография, рисунок, постановление, счёт и пр.
5	Анкетирование и опрос	Разновидность социологических методов сбора информации. Главным условием корректности является следование стандартным требованиям и репрезентативности исследования
6	Работа с базами данных и ресурсами в Интернете	Интернет - один из наиболее открытых и доступных источников информации, которая может быть использована для мониторинга новостей, написания аналитических материалов и проведения журналистских расследований.

Объектом журналистского наблюдения могут быть и относительно простые, и исключительно сложные процессы, события или ситуации, конкретные люди, чьи действия значимы для общества.

Метод наблюдения активно используется в журналистской практике, так как, во-первых, журналист, включаясь в некое событие, имеет возможность проследить динамику его развития. Во-вторых, непосредственное наблюдение за поведением людей позволяет увидеть неприметные на первый взгляд детали, характерные личностные черты. Информация, почерпнутая из такого рода наблюдений, всегда отличается живостью и достоверностью. В-третьих, журналист, будучи очевидцем события, сам фиксирует наиболее значимые его моменты и в своих оценках независим от чьего-либо мнения.

Включаясь в наблюдение, журналисту стоит помнить о возможных объективных и субъективных сложностях. Журналист чаще всего имеет дело с какими-то частными и неповторимыми ситуациями, которые не всегда можно заново «проиграть». Проблема состоит в необратимости тех или иных явлений социальной жизни. Говоря о субъективных трудностях, нужно обратить внимание на то, что журналист сталкивается с человеческими эмоциями, с порой сложными и даже конфликтными межличностными отношениями. В данном случае на качество первичной информации могут повлиять и субъективные оценки людей, их ценностные ориентации, устоявшиеся представления и стереотипы, интересы и т. д. Люди могут изменить тактику своего поведения, если узнают, что за ними наблюдают.

Существует несколько видов журналистского наблюдения: открытое и скрытое, прямое и косвенное, кратковременное и длительное, включённое и невключённое, таблица 2.

Таблица 2- Виды журналистского наблюдения[18]

№ п/п	Виды	Описание
1	Открытое и скрытое	При открытом наблюдении журналист заявляет о своей цели и редакционном задании. Скрытое наблюдение может применяться, например, при изучении конфликтной ситуации в каком-то коллективе или при проведении журналистского расследования.
2	Прямое и косвенное	В зависимости от условий изучения предмета, на который направлено внимание журналиста, наблюдение может быть прямым и косвенным.
3	Кратковременное и длительное	Кратковременные наблюдения используются при подготовке оперативных публикаций, длительное наблюдение применяется, когда нужно изучить предмет подробно, основательно
4	Включённое и невключённое	Включённое наблюдение предполагает участие журналиста в самой ситуации. Он идёт на это сознательно, меняя, например, профессию или «внедряясь» в некую социальную группу, чтобы изнутри распознать объект.

Основными преимуществами метода наблюдения в журналистике являются: а) возможность проследить динамику развития события: репортаж с места события отличается высокой степенью оперативности и атмосферой сопричастности тому, что происходит на глазах репортёра; б) возможность увидеть неприметные на первый взгляд детали и характерные личностные

черты: информация, почерпнутая из таких наблюдений, всегда отличается живостью и достоверностью; в) возможность фиксировать наиболее значимые моменты события: журналист, будучи очевидцем, сам фиксирует события и в своих оценках независим от чьего-либо мнения.

Эксперимент важная часть создания полноценного материала. Можно дать ему следующее определение. «Метод «эксперимент» - это искусственная, специально организованная самим журналистом предметно-практическая ситуация, набор действий, выполняемых для проверки истинности или ложности гипотезы или научного исследования причинно-следственных связей между феноменами. Исследователь старается изменить внешние условия так, чтобы повлиять на изучаемый объект. При этом внешнее воздействие на объект считается причиной, а изменение состояния или поведения объекта - следствием». Основными целями экспериментов в журналистике являются: более глубокое проникновение в жизнь; выявление истинных поведенческих реакций людей; проверка гипотез по поводу того или иного объекта социальной действительности.

Интервью в журналистике - это жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам. При этом, существует несколько видов интервью: информационное, оперативное, интервью расследование, интервью-портрет (персональное интервью), беседа (диалог), таблица 3.

Основными категориями интервьюируемых являются: государственные и политические деятели, знаменитости и обыкновенные люди. Государственные и политические деятели, специалисты, которые обладают специфическими, эксклюзивными знаниями в какой-либо конкретной области. Цель интервью с ними – узнать то, в чем компетентен этот человек. Знаменитости – их интервьюируют, чтобы подробности их жизни и деятельности стали достоянием массовой публики. Обыкновенные люди – их опрашивают на улице, на работе. Цель – выяснить общественное мнение о каком-либо событии, явлении, проблеме или человеке.

Таблица 3- Виды интервью в журналистике[9]

№ п/п	Виды интервью	Описание
1	Информационное интервью	Самый часто используемый вид, нацеленный на сбор материала для новостей. Основой информационного интервью являются ключевые для журналиста вопросы: Кто? Что? Где? Когда? Почему? Их вполне достаточно для сбора фактов.
2	Оперативное интервью	Разновидность информационного, но в ещё более сжатом варианте. Ставит перед собой цель собрать разные мнения по какому-либо конкретному, узкому вопросу. Этот вид называется блиц-опросом или опросом на улице.
3	Интервью расследование	Проводится для глубинного, более подробного изучения проблемы или события. Требует тщательной подготовки и большого количества времени для общения. Важны: 1) первый контакт; 2) умение слушать; 3) грамотное владение невербальными формами общения.
4	Интервью-портрет (персональное интервью)	Сфокусировано на одном герое. Им может стать любой человек, проявивший себя в общественной жизни и поэтому привлекающий взгляды широкой публики. Предметы, детали, смыслы, формирующие индивидуальность героя, должны быть безусловно переданы зрителю.
5	Беседа (диалог)	Разновидность интервью, когда журналист не просто посредник между героем и зрителем, а становится с собеседником на равных. Творческая репутация и большой профессиональный опыт - обязательные условия для такого интервью.

Интервью может быть организовано с помощью следующих форм: пресс-конференция, выход (подход) к прессе, брифинг, круглый стол, интервью по телефону, интернет-интервью. Рассмотрим кратко.

1)Пресс-конференция. Журналистов приглашают на встречу с человеком или несколькими спикерами, которые являются источниками информации, в назначенное время и в определенном месте. Целью пресс-конференции обычно является определенный информационный повод, сведения о котором надо распространить, разъяснить или опровергнуть.

2)Выход (подход) к прессе. Это малая форма пресс-конференции, только проводится с целью информирования журналистов об итогах только что прошедшего события (переговоры, заседание, суд и т.д.). Отличается от пресс-конференции тем, что: а) заранее не планируется; б) информация выдается сжатой и сдержанной; в) время проведения ограничено

3) Брифинг. Это регулярное коллективное интервью о деятельности конкретных органов власти или бизнеса, чаще всего с постоянными ньюсмейкерами.

4) Круглый стол. Это сложный, многоуровневый формат коллективного интервью, где журналист выполняет еще и роль модератора. Такой формат интервью посвящен или важнейшему событию, или актуальнейшей проблеме. Должен быть тщательно подготовлен и проработан.

5) Интервью по телефону. Это оперативный вид беседы с ньюсмейкером в условиях дефицита времени или больших расстояний.

6) Интернет-интервью. Это также оперативный вид беседы, но с помощью электронной почты, форума, чата и др.

Анализ документов как метод сбора информации в журналистике - это изучение явлений и процессов действительности за счёт документальных источников. Это длительная и серьёзная работа, требующая максимальной вовлеченности журналиста и даже помощи эксперта. Журналист изучает документы из редакционных архивов, прессы, новостных лент информационных агентств, изучает документы пресс-служб и служб по связям с общественностью и анализирует[1].

Документ является носителем социальной информации, созданной человеком для использования в обществе. Журналисту приходится иметь дело с письменными документами различных типов. Различают естественно-функционирующие документы, например, приказы, деловые письма, и специальные документы, созданные для конкретных ситуаций. Документы могут быть целевого и общего назначения. Первые обслуживают отдельные сферы жизни, например, культуру, образование. К документам общего назначения относят паспорт, свидетельство о рождении, о браке и т.д. Личные и общественные документы различаются тем, что одни принадлежат конкретному лицу, например, письма, дневники, а другие распространяются среди всех людей. Документы также могут быть первичными (подлинники) и вторичными (копии).

Нужно ещё сказать об официальных документах на особых бланках, с печатью и неофициальных, созданных лично человеком и обслуживающих частную жизнь. Важнейшим видом документа, широко используемого в журналистике, является письмо. Оно печатается полностью или приводится в обзоре писем, становится темой выступления или командировки. Документы могут использоваться журналистом как источники информации, как факт, приведённый в подтверждение мысли, как часть журналистского материала, а также как отдельное произведение. Работа с документом - неотъемлемая часть творческого процесса.

Анкетирование и опрос в журналистике используются для получения информации об аудитории средств массовой информации и выявления различных точек зрения на изучаемую проблему. Анкетирование - это письменный опрос с помощью анкеты. Данные, полученные путём анкетирования, позволяют получить обоснованный ответ на те или иные вопросы. Однако в силу определённой громоздкости и трудоёмкости этот метод применяется в журналистике относительно редко по сравнению с иными методами получения информации. Опрос - это метод получения информации, когда журналист пытается выяснить у многих людей их мнения по одному и тому же вопросу (вопросам). Имея перед собой совокупность ответов, он может составить полную картину мнений, увидеть их разброс или получить набор программ, планов действий в связи с обсуждаемым явлением.

В журналистике опрос делят на две разновидности: а) интервьюирование - очный опрос при помощи непосредственного общения с респондентом (включая и телефонное); б) анкетирование и интервьюирование используют в сочетании с другими, более объективными методами: анализом документов, наблюдением.

Работа с базами данных и ресурсами в Интернете важна для журналистики, так как Интернет - источник разнообразной информации, которая может быть использована для мониторинга новостей, написания аналитических материалов и проведения журналистских расследований. Основными аспек-

тами работы с базами данных и ресурсами в Интернете в журналистике являются: а) поиск и извлечение данных из различных источников, таких как официальные статистические данные, отчёты, исследования, интервью, социальные сети и другие; б) анализ данных, выявление трендов, связей, закономерностей; в) интерпретация данных, проведение сравнения результатов с другими исследованиями или данными, выводы на основе полученной информации; г) создание материала на основе результатов анализа данных, использование инструментов визуализации данных для представления информации в доступной и понятной форме.

Некоторые ресурсы и службы Интернета, которые могут быть полезны для журналиста: поисковые системы, социальные сети, каталоги, электронные базы данных и архивы СМИ, электронные библиотеки, электронные списки рассылки, группы новостей, сайты информационных агентств, ленты новостей и другие. Для работы в сфере сетевых СМИ журналисту необходимо владеть компьютерными технологиями и интернет-технологиями, а также уметь находить в Интернете нужную информацию. Цифровые инструменты помогают журналистам искать и анализировать информацию, упрощать работу с данными и создавать мультимедийный контент.

Итак, выше были рассмотрены основные методы сбора журналистской информации. Для того, чтобы изучить роль интервью при подготовке новостных материалов в сетевом издании, перейдем к следующему параграфу курсовой работы.

1.2. Место и роль интервью при подготовке новостных материалов в сетевом издании

Интервью играет важную роль при подготовке новостных материалов в сетевом издании, так как позволяет получить актуальную информацию от компетентного человека. При этом, важно соблюдение следующих условий: глубокое понимание темы, быть абсолютно вовлеченным и сосредоточенным

в процессе общения, уметь формулировать краткие и точные и открытые вопросы. В процессе проведения интервью, возвращение к ранее затронутым темам также играет ключевую роль в получении глубокого и всестороннего понимания предмета разговора. Эффективность интервью часто определяется не только качеством задаваемых вопросов, но и атмосферой, в которой это общение происходит, важна также и схема интервью. Рассмотрим подробнее.

1) Подготовка и знание темы интервью. Глубокое понимание темы – ключ к успешному интервью. Первым и главным правилом для интервьюера является тщательная предварительная подготовка. Это не просто грамотная организация вопросов, но и полное погружение в контекст проблемы и личность собеседника. Знакомство с биографией, последними публикациями, интервью, крупными достижениями и даже сплетнями вокруг персоны могут открыть новые горизонты для дискуссии и помочь установить доверительный диалог.

Кроме исследования публичной информации, важно обращать внимание на мелочи, которые могут выявить характер и предпочтения собеседника, его взгляды на жизнь и убеждения. Понимание этих аспектов позволяет подобрать вопросы, способные раскрыть интервьюируемого с новых сторон, выявить неожиданные факты или мнения.

Также необходимо следить за актуальностью информации. Сфера интересов человека, его профессиональные достижения или взгляды могут измениться, поэтому необходимо относиться к подготовке к интервью как к исследованию, требующему внимания к деталям и актуальности данных. Опираясь на последние новости и события в жизни собеседника, можно формировать вопросы, которые будут максимально релевантны и интересны широкой аудитории.

2) Активное слушание. Быть абсолютно вовлеченным и сосредоточенным в процессе общения – крайне важно в проведении успешного интервью. Внешний мир должен отступить на второй план, а все внимание журналиста должно быть направлено на собеседника. В такие моменты интервьюируе-

мый должен ощущать себя центром мира, человеком, чьи идеи, мысли и чувства имеют для журналиста высшую ценность.

Проявление активного слушания создает атмосферу уважения и внимания, повышая доверие и открытость между участниками разговора. Именно такой подход позволяет избегать ситуаций, когда возникает необходимость задавать вопросы повторно из-за непонимания сказанного собеседником. Более того, внимательное слушание часто способствует выявлению неожиданных аспектов рассказа, которые могут обогатить интервью уникальными деталями и наблюдениями.

Для успешного ведения диалога журналист должен не только слушать то, что говорится, но и улавливать невербальные сигналы, такие как мимика, жесты, интонации, которые могут дать дополнительную информацию о чувствах и настроениях человека. Это требует полного присутствия и внимания к деталям, которые могут быть пропущены, из-за невнимательности. Внимательное отношение к человеку будет способствовать не только информативности данного разговора, но и тому, что заказать интервью с ним в следующий раз будет значительно легче.

3) Краткие и точные вопросы. Ключевой аспект успешного интервью заключается в умении формулировать краткие и точные вопросы. Это позволяет собеседнику давать максимально полные и развернутые ответы, не теряясь в неясной или излишней информации. Четко сформулированные вопросы – сама суть искусства интервью, дающая возможность интервьюируемому полностью раскрыть свои мысли и идеи в ограниченное время.

Точность вопросов важна для того, чтобы направить рассказ в нужное русло и получить именно ту информацию, которая представляет интерес. Точный вопрос помогает избежать двусмысленности и недопонимания, делая ответы более конкретными и информативными.

Подготовка таких вопросов требует внимательного анализа целей интервью и предварительной работы над темами и направлениями беседы. Искусство задавать краткие и точные вопросы – это результат глубокого пони-

мания темы диалога и умения слышать и анализировать ответы собеседника. Это позволяет не только раскрыть потенциал диалога максимально полно, но и укрепить связь с интервьюируемым, подчеркивая уважение к его времени и мнению.

4)Открытые вопросы. Открытые вопросы не только обеспечивают более углубленную беседу, но и предоставляют интервьюеру огромное количество новой информации. Задавая наводящие на размышления вопросы, интервьюер может углубиться в мысли, опыт и инсайты своего респондента, что приведет к более полному, информативному и интересному для слушателей интервью.

Открытый характер этих вопросов позволяет респонденту свободно выражать свои мысли, предоставляя ценные детали и точки зрения, которые в противном случае могли бы остаться невысказанными. Он дает возможность интервьюируемому самому определять русло и характер беседы на записи интервью.

Такой подход не только обогащает беседу, но и способствует установлению более значимой связи между интервьюером и респондентом, что приводит к более продуктивному и увлекательному интервью. Используя открытые вопросы, интервьюеры могут раскрыть весь потенциал беседы, что приведет к более информативному и полезному обмену идеями.

5)Возвращение к теме. В процессе проведения интервью, возвращение к ранее затронутым темам играет ключевую роль в получении глубокого и всестороннего понимания предмета разговора. В случае, когда журналист стремится углубиться в дискуссию по теме, уже рассмотренной в ходе беседы, важно четко указать на это собеседнику. Это поможет избежать путаницы и гарантирует, что контекст вопроса будет ясен, позволяя ответить на него максимально полно и точно.

Осознанное указание на переход обратно к предыдущей теме дает возможность для более детального изучения вопроса. Важно выделить момент, когда журналист хочет вернуться к обсуждению. Для этого, могут быть ис-

пользованы фразы: «Давайте подробнее остановимся на...». Это не только облегчит собеседнику задачу подготовиться к ответу, но и покажет заинтересованность журналиста и внимание к деталям рассказа.

Такое внимание к деталям в процессе интервью не только увеличит качество и объем получаемой информации, но и создаст атмосферу уважения и внимания к мнению собеседника. Это, в свою очередь, способствует более открытому и доверительному диалогу, что немаловажно для полноценного и всестороннего освещения обсуждаемых тем.

б)Создание атмосферы. Эффективность интервью часто определяется не только качеством задаваемых вопросов, но и атмосферой, в которой это общение происходит. Создание уютной, дружественной среды для диалога играет важную роль в эмоциональной и психологической подготовке как интервьюера, так и собеседника.

Одним из ключевых аспектов является установление доверительного контакта. Для этого можно начать с неформальной беседы до начала основного интервью, позволяющей собеседнику адаптироваться к предстоящему общению. Также, важно демонстрировать искренний интерес к мнению и чувствам интервьюируемого, задавая открытые и вдумчивые вопросы.

Общий тон разговора должен вдохновлять на открытость и честность, помогая собеседнику почувствовать, что его мнение ценится и воспринимается без осуждения. Умение слушать и дать время на размышления перед ответом также способствуют созданию доверительной обстановки.

Важна также и визуальная составляющая пространства, где проводится интервью. Элементы декора, освещение и даже компоновка мебели могут существенно влиять на настроение собеседника. Поэтому важно выбрать место, где человек почувствует себя уютно.

7)Корректировка подхода. Выбор подхода к проведению интервью - это ключ к более глубокому пониманию и взаимопониманию между интервьюером и интервьюируемым. Существует несколько факторов, на которые

стоит обратить внимание при подготовке и проведении диалога, чтобы сделать его максимально продуктивным и комфортным для обеих сторон.

Во-первых, крайне важно учитывать гендерные различия. Непонимание или игнорирование этих аспектов может привести к недопониманию или даже конфликтным ситуациям. Пол собеседника может влиять на его восприятие задаваемых вопросов и форму ответов.

Второй аспект - возраст. Поколенческие различия могут существенно влиять на общение. То, что естественно и понятно для представителя одного поколения, может быть воспринято совершенно по-другому другим. Поэтому крайне важно подбирать вопросы и тон общения, соответствующий возрасту собеседника.

Профессиональный статус и личные достижения также играют большую роль в подборе стиля беседы. Уважение к достижениям и позиции собеседника может способствовать более открытому и продуктивному диалогу. Это подразумевает выбор вопросов, подчеркивающих профессионализм и успехи интервьюируемого, а также применение соответствующего уровня терминологии.

8)Схема интервью. Интервью должно раскрываться в трех основных блоках вопросов: прошлое, настоящее и будущее, каждый из которых требует особенного внимания и подготовки. Первый шаг- прошлое: важность прошлого, как фундаментального компонента интервью, подчеркивает значение опыта и пути, которым предприниматель или эксперт пришел к настоящему моменту своей карьеры. Второй шаг –настоящее: обсуждение текущих достижений и проблем, позволяющее слушателям и зрителям увидеть реальность жизни и работы гостя. Третий шаг- будущее: этот шаг затрагивает планы и амбиции на будущее, демонстрируя направление движения гостя и его планы на предстоящие годы[16].

Итак, в современном мире, где медиа и блогинг занимают важное место в коммуникациях, интервью является жизненно важным инструментом для освещения мнений, идей и достижений различных личностей. Основыва-

ясь на выше изложенных принципах, можно добиться не просто успешного интервью, но и глубокого доверительного общения, которое раскроет уникальный опыт, видение и человечность собеседника. Именно такой подход позволяет максимально использовать потенциал интервью как мощного инструмента коммуникации, создавать значимый контент, который увлекает, информирует и вдохновляет аудиторию. Для того, чтобы проанализировать использование интервью в сетевом издании «Луч», перейдем к следующей главе курсовой работы.

Глава 2. Анализ использования интервью в сетевом издании «Луч»

2.1 Общая характеристика сетевого издания «Луч»

Сетевое издание «Луч» - это медиа для жителей атомных городов. 24 мая 2024 года сетевое издание «Медиа Луч» получило свидетельство о регистрации средства массовой информации от Роскомнадзора. Учредителем является - Ассоциация «Центр содействия развитию международной журналистики в области популяризации достижений в отечественной культуре, науке и технологиях, в том числе информационных «Русско-балтийский медиа-центр». Издание специализируется на информационно-аналитической тематике, в том числе публикует статьи о культуре и общественной жизни, научно-популярные материалы. В «Луче» говорят об идентичности атомных городов, а также возможностях для жителей, инициативах и героях. Вся информация, публикуемая в издании, проверяется. Адрес редакции: 107078, г. Москва, ул. Новая Басманная, д. 14, стр. 4. И. о. главного редактора - Гордеева Дарья Игоревна. Сетевое издание «Луч» публикует свои материалы на собственном сайте, в яндекс «Дзен», в мессенджере «Телеграмм». Также у компании имеются аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассниках», рисунок 1[5].

Стоит отметить, что в данном издании предусмотрено три группы материалов: информационная, аналитическая, художественно- публицистическая, таблица 4.

Таблица 4 -«Жанровая палитра сетевого издания «Луч»

№ п/п	Группа материалов	%
1	Информационная	51,0
2	Аналитическая	47,0
3	Художественно-публицистическая	2,0

Информационная составляющая включает в себя: заметки, интервью, репортаж и т.д.. Аналитическая составляющая-это корреспонденция, статья, обзор и т.д.; художественно-публицистическая группа материалов подразделяется на зарисовку, анекдот, карикатуру и т.д. При этом, наибольший

удельный вес в жанровой палитре приходится на информационную составляющую- 51,0%, чуть меньше занимает аналитический жанр-47,0% и небольшая доля приходится на художественно-публицистический жанр-2,0%.

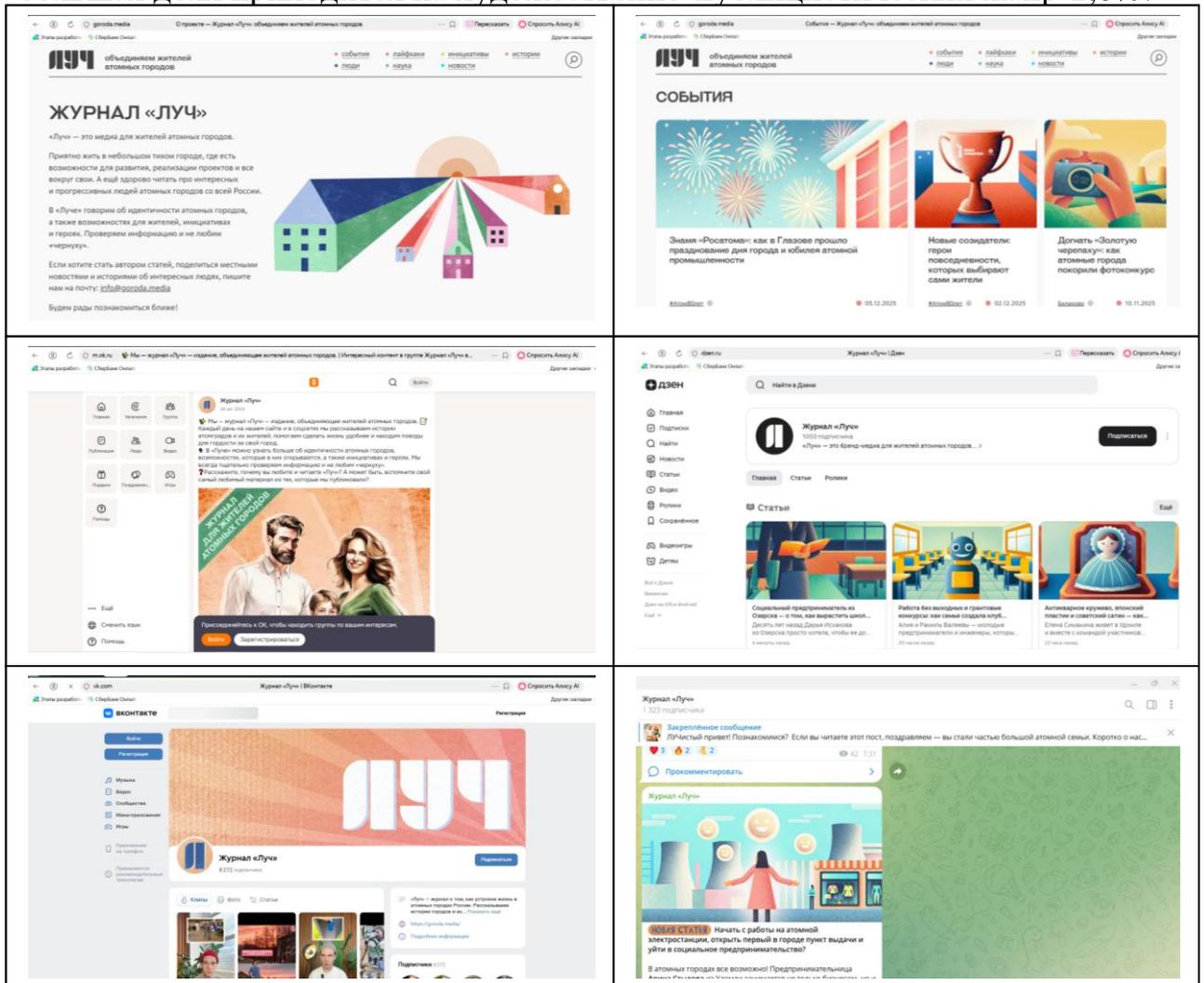


Рисунок 1- Информационные ресурсы сетевого издания «Луч»[5][6][7]

Рассмотрим подробнее информационные жанры на страницах сетевого издания «Луч». Заметка это краткое сообщение о событии или факте. Главная функция - дать ответы на вопросы: что произошло, где, когда. В заметке нет детального анализа события, главное - проинформировать массового адресата о событии, которое произошло или только произойдёт в будущем.

Признаками заметки являются: небольшой объём (около 2 000 знаков); материал подаётся в виде ответов на вопросы, но не на вопросы, почему это произошло или какие будут последствия.

Отчёт - это жанр, который представляет собой официальное сообщение о мероприятии или событии. Отчёт обычно содержит следующие элементы:

название мероприятия (указывает, о каком событии идёт речь); дату и место проведения (предоставляют контекст для события); участников (перечисляют основных действующих лиц); основные события (описывают, что произошло); итоги (подводят результаты мероприятия). Отчёты используются для информирования читателей о важных событиях и мероприятиях. Они позволяют журналистам предоставить официальную информацию о происходящем.

Репортаж -это жанр, оперативно сообщаемый для печати, радио, телевидения о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является корреспондент. Для этого жанра характерно беспристрастное (без оценок) освещение событий. Интервью -представляет собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам. Информационная корреспонденция - это жанр, который содержит сообщения о факте или группе фактов, связанных друг с другом временем и местом событий. Это расширенная заметка, где традиционные компоненты триады «что-где-когда» обогащаются сведениями о героях событий, подробностях, деталях, некоторыми данными из серии «до и после». Цель информационной корреспонденции - сообщить нечто о «предметном» событии, используя при этом не столько «живое» наблюдение, сколько «свёрнутый» пересказ происходившего. Публикация такого жанра может включать в себя не только фактологическое описание предмета, но и некоторые элементы оценки, предписания, прогноза и пр.

Наибольший удельный вес в информационных жанрах приходится на заметку -34,0% и информационную корреспонденцию- 27,0%. Небольшую долю занимают отчеты и репортажи, их доля в общем количестве информационных жанрах составляет 6,0% и 11,0%. На долю интервью приходится 22,0% от общего количества публикуемой информации, таблица 5.

На страницах сетевого издания «Луч» публикуются следующие виды заметок: новостная (событийная), расширенная, заметка-анонс, текстовка к снимку, блиц-портрет, заметка-комментарий). Новостная заметка- это ёмкое,

информативное сообщение о каком-то событии или вопросе. Цель заметки - познакомить читателя с произошедшим максимально быстро и точно, а именно ответить на главные вопросы журналистики: кто, что, где, когда, как и почему. Расширенная заметка-это информационное сообщение, которое содержит большое количество деталей события, даёт факт с подробностями, мнениями компетентных лиц. Расширенная заметка сочетает в себе информирование о случившемся и анализ происходящего - выявление причин и прогнозирование последствий события.

Таблица 5- «Информационные жанры на страницах сетевого издания «Луч»

№ п/п	Жанр	%
1	Заметка	34,0
2	Отчет	6,0
3	Репортаж	11,0
4	Интервью	22,0
5	Информационная корреспонденция	27,0

Заметка-анонс- это заметка о предстоящем событии, содержащая ответы на базовые вопросы и некоторые подробности. Основная цель анонса - дать краткую, но объективную информацию о времени и главных сторонах запланированного события, о наиболее важных его предпосылках и этапах

Текстовка к снимку - это короткая (одно-два предложения) подпись к фотографии, поясняющая её содержание. Она дополняет или поясняет фотоизображение, особенно если снимок информационный (пресс-фотография).

Блиц-портрет- это публикация, содержащая краткие сведения о человеке. Чаще всего блиц-портрет не является отдельным жанром, а сопровождает большой материал, выдаваясь отдельной отмеченной врезкой. Например, краткая информация о том, где родился человек, чем занимался и т. д. Публикация в жанре блиц-портрет даёт аудитории первичное представление о личности человека в «чистом виде» - в качестве главного новостного факта. При этом не анализируется личность, не даётся оценка. Комментарий - это оперативный отклик на событие, содержащий оценку и прогноз. В нём не приводятся новых фактов, но даётся разъяснение и оценка уже известных.

При этом, наибольшую долю среди заметок на страницах сетевого издания «Луч» занимают новостные(39,0%) и расширенные (28,0%). Практически в три раза меньшая доля приходится на заметки блиц-портрета (11,0%) и комментариев (12,0%), а самая меньшая доля - это текстовка к снимку(3,0%) и заметка анонс (7,0%), таблица 6.

Таблица 6-«Виды заметок на страницах сетевого издания «Луч»

№ п/п	Разновидности заметок	%
1	Новостная	39,0
2	Расширенная	28,0
3	Заметка анонс	7,0
4	Текстовка к снимку	3,0
5	Блиц- портрет	11,0
6	Заметка-комментарий	12,0

Итак, в сетевом издании «Луч» предусмотрено три группы материалов: информационная, аналитическая, художественно- публицистическая. При этом, наибольший удельный вес в жанровой палитре приходится на информационную составляющую- 51,0%. Наибольший удельный вес в информационных жанрах приходится на заметку -34,0% и информационную корреспонденцию- 27,0%. Наибольшую долю среди заметок на страницах сетевого издания «Луч» занимают новостные(39,0%) и расширенные (28,0%). Несмотря на то, что интервью занимает не самую большую долю в информационных жанрах и составляет 22,0%, тем не менее этот жанр имеет место быть в данном издании. Для того, чтобы рассмотреть особенности использования интервью в сетевом издании «Луч», перейдем к следующему параграфу курсовой работы.

2.2. Особенности использования интервью в сетевом издании «Луч»

При проведении интервью в сетевом издании «Луч» осуществляется тщательная предварительная подготовка, формулируются краткие и точные вопросы, используются открытые вопросы, создается благоприятная атмосфера, таблица 7.

Таблица 7- Особенности проведения интервью в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Особенности проведения	Описание
1	Тщательная предварительная подготовка	Интервьюер изучает контекст проблемы и личность собеседника: биографию, последние публикации, интервью.
2	Формулирование кратких и точных вопросов	Это позволяет собеседнику давать максимально полные и развёрнутые ответы, не теряясь в неясной или излишней информации.
3	Использование открытых вопросов	Эти вопросы обеспечивают более углублённую беседу и предоставляют интервьюеру много новой информации.
4	Создание атмосферы	Устанавливается доверительный контакт с собеседником, демонстрируется искренний интерес к его мнению и чувствам.

Во время проведения интервью журналистами сетевого издания «Луч» соблюдаются ряд этических норм: честность, конфиденциальность, соблюдение личных границ собеседника, вежливость, уважение к собеседнику, тактичность, таблица 8.

Таблица 8- Этический кодекс интервьюера в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Основные пункты
1	Опрос должен проводиться в условиях «психологического комфорта для респондента».
2	Интервью должно записываться только после того, как респондент извещен о целях и способах беседы и согласен на дальнейшее использование материалов интервью при реализации данного проекта
3	Респондент вправе выбрать сам имеющиеся способы записи, аудио или видеозапись. Запись текста вручную нежелательна.
4	Использование технических средств записи без получения согласия респондента не допускается.
5	Интервьюер обязан защищать опрашиваемого от возможных социальных травм, вести беседу с уважением к его человеческому достоинству, не создавать стрессовых ситуаций. Необходимо проявлять интерес к рассказу на протяжении всей встречи.
6	Письменная расшифровка материалов (транскрибирование) должна соответствовать устному рассказу. Недопустимо добавление в источник собственных высказываний и мыслей. Возможно использование специальных программ для транскрибирования.
7	Отправляясь на встречу с информантом необходимо обратить внимание на свой внешний вид, он должен быть опрятным.
8	Ведите себя максимально уважительно и почтительно. Обращайтесь к собеседнику по имени и отчеству.
9	Будьте вежливы, в случае отказа от беседы не настаивайте.
10	Адекватно реагируйте на шутки и трагические истории. Интервьюер должен уметь не только вызвать респондента на искренность, но и не нарушать его душевный комфорт и покой.
11	Интервьюер должен контролировать ситуацию, позволяя респонденту справиться со своими эмоциями без последствий для здоровья
12	Будьте сдержаны в проявлениях собственных реакций на ответы и поведение респондента, не вступайте в дискуссию с ним по поводу его мнения, не задавайте вопросы-подсказки и не навязывайте своего мнения; давайте возможность и время подумать – не проявляйте нетерпения во время пауз респондента.

В сетевом издании «Луч» проводятся следующие виды интервью: информационное, аналитическое, портретное, проблемное, беседа. При этом, больше всего проводятся информационного (37,0%) и аналитического интервью (22,0%). В два раза меньше проводятся проблемных интервью (18,0%) и бесед (14,0%). Наименьшую долю занимают портретное интервью (9,0%), таблица 9.

Таблица 9- Виды интервью в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Виды	Описание
1	Информационное интервью	37,0
2	Аналитическое интервью	22,0
3	Портретное интервью	9,0
4	Проблемное интервью	18,0
5	Беседа (диалог)	14,0

Больше всего интервью берут у обыкновенных людей (59,0%), доля знаменитостей в категориях интервьюируемых составляет 28,0% и меньше всего приходится журналистам сетевого издания «Луч» брать интервью у государственных и политических деятелей (13,0%), таблица 10.

Таблица 10- Категории интервьюируемых в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Категории	%
1	Государственные и политические деятели	13,0
2	Знаменитости	28,0
3	Обыкновенные люди	59,0

При организации интервью в сетевом издании «Луч» применяются в основном Интервью по телефону (32,0%) и Интернет-интервью (44,0%). Интернет-интервью проводится с помощью электронной почты. 17,0% приходится на брифинг. По другим формам организации интервью наблюдается незначительный удельный вес: пресс-конференция -4,0%, выход (подход) к прессе-1,0%, круглый стол-2,0%, таблица 11.

Стоит отметить, что несмотря на то, что в сетевом издании «Луч» больше всего проводятся именно Интернет-интервью, однако для этого используется в основном только электронная почта. Не применяются: интернет-чаты и онлайн-видео.

Таблица 11– Формы организации интервью в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Формы организации	%
1	Пресс-конференция	4
2	Выход (подход) к прессе	1
3	Брифинг	17,0
4	Круглый стол	2
5	Интервью по телефону	32,0
6	Интернет-интервью	44,0

Отсутствует автоматизация рутинных задач. В связи с этим, целесообразно предложить ряд мероприятий, которые будут способствовать организации интервью в сетевом издании «Луч», таблица 12.

Таблица 12- Мероприятия, которые будут способствовать организации интервью в сетевом издании «Луч»

№ п/п	Мероприятия	Описание
1	Внедрение онлайн–платформ	Необходимо осуществлять интервью с помощью различных онлайн платформ, например: Zoom, Microsoft Teams, Skype, Яндекс Мост» и др.
2	Организация интернет-чатов	Проведение опросов, интервью, бесед в национальном мессенджере «Мах»
3	Автоматизация рутинных задач	Внедрение искусственного интеллекта для работы с интервью

Итак, предлагается осуществлять интервью с помощью различных онлайн платформ, например: Zoom, Microsoft Teams, Skype, Яндекс Мост» и др. Zoom- это универсальный инструмент с демонстрацией экрана, виртуальными фонами и записью встреч. Microsoft Teams- чаще всего используется в компаниях, где уже работает экосистема Microsoft 365. Google Meet- простой и понятный сервис, особенно удобен, если пользователь работает через Gmail и Google Календарь. Skype- когда-то это был стандарт видеозвонков, сейчас используется реже, но по-прежнему встречается. «Яндекс Мост»- отечественная платформа для видеозвонков, проста в использовании, работает прямо в браузере без лишних настроек.

Для улучшения коммуникации и проведения интервью также целесообразно применение мессенджеров: Телеграмм и «Мах». Проведение опросов, интервью, бесед в национальном мессенджере «Мах», рисунок 2.

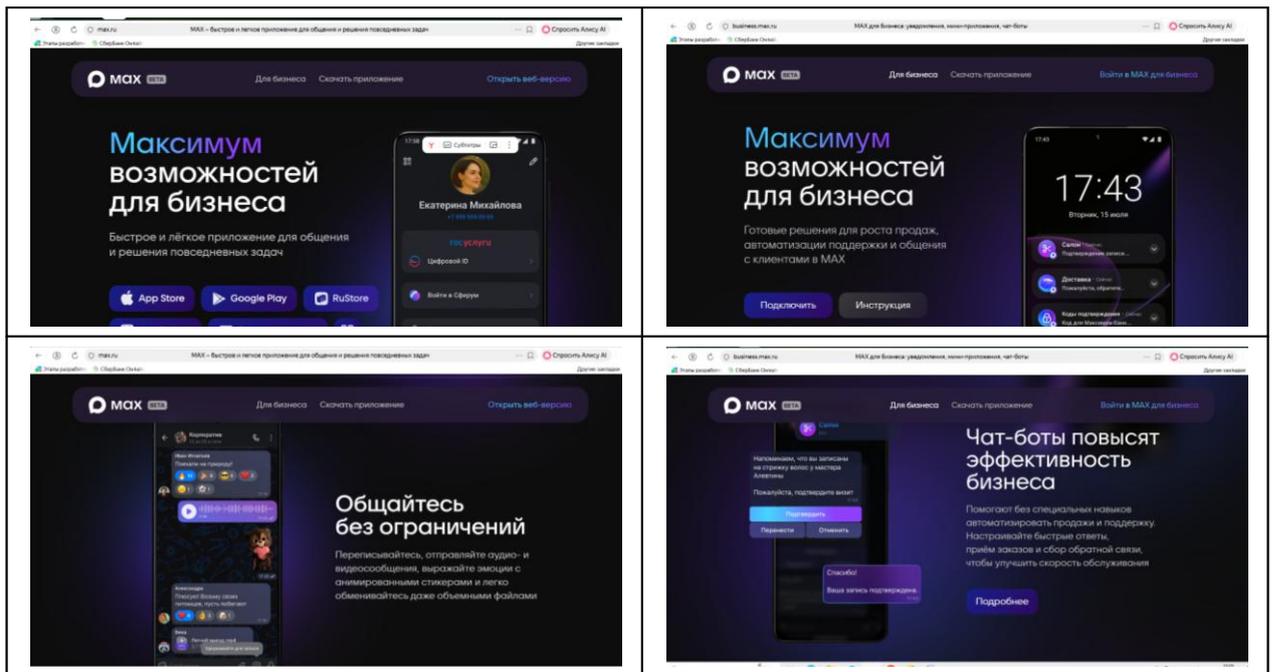


Рисунок 2- Мессенджер «Мах». Официальный сайт[14]

Мессенджер Мах появился в марте 2025 года, при этом власти признали его как национальный мессенджер только в июне. С тех пор аудитория площадки превысила 30 млн. человек, только за месяц здесь заблокировали 67 000 подозрительных аккаунтов, а еще здесь появились свои каналы. В настоящее время мессенджер имеет множество функций, его также можно использовать для проведения интервью. В нём доступны звонки и видеосвязь, что позволяет устраивать онлайн-собеседования. Опросы в групповых чатах, любых мессенджеров, давно стали быстрым и эффективным средством для отслеживания мнения пользователей (участников этого чата) на интересующие вопросы. Это помогает принять коллегиальное решение, выбрать правильный ракурс работы в чате[14].

Искусственный интеллект (ИИ) также может использоваться в журналистике для работы с интервью. Нейросети помогают автоматизировать рутинные задачи, анализировать большие объёмы данных, формировать персонализированные вопросы и даже моделировать возможные ответы собеседника. Однако ИИ не заменяет журналистов полностью - нейросети выступают в роли инструмента, дополняющего, но не заменяющего человеческий интеллект и профессиональную экспертизу.

Возможности ИИ: а) Автоматическая транскрибация интервью - преобразование аудиозаписей или видео в текстовый формат; нейросети могут не только преобразовывать речь в текст, но и структурировать материал по смысловым блокам; б) автоматизация резюме материала - после преобразования информации в текстовую нейросеть помогает создать краткое резюме, которое помогает извлечь ключевую информацию из объёмного материала; в) подготовка драфта интервью - журналист задаёт ИИ вопросы, на основе которых хочет строить интервью, и нейросеть генерирует скелет текста: вводные вопросы, подтемы, предложения по формулировкам; г) редактирование и стилизация - после того как основной материал готов, ИИ-ассистент помогает отшлифовать текст: проверяет грамматику, предлагает более читаемые формулировки, выравнивает стиль[15].

Следует отметить, что по данным исследований, 65,0% респондентов уже используют нейросети в работе, а 71,0% применяют их для генерации текста. Нейросети используют не только для генерации текста, но и для анализа и управления контентом, позволяя журналистам оперативно реагировать на важные новости. Ожидается, что число специалистов, использующих ИИ инструменты в своей работе, будет возрастать, позволяя журналистам сосредоточиться на творческих задачах[10]. Таким образом, внедрение ИИ, развитие интернет-чатов и применение онлайн –платформ в сетевом издании «Луч», позволит повысить качество проведения интервью и позволит сетевому изданию занять наибольшую долю рынка в новостной журналистике.

Заключение

В журналистской практике существует множество методов сбора информации. Основные методы - это наблюдение, работа с документами, интервьюирование, опрос, анкетирование.

Метод наблюдения основан на личном наблюдении журналиста и базируется на его интеллектуальном багаже и способности к самостоятельному исследованию определенных сфер жизни. Объектом журналистского наблюдения могут быть политические, экономические, культурные, нравственные явления и события. Метод работы с документами – один из наиболее распространенных в журналистской деятельности и требует от журналиста таких качеств, как внимательность, упорство (при добывании документальных источников) и способность к аналитическому анализу.

Интервью – тоже очень часто употребляемый журналистами метод получения информации. Характерная черта этого метода – автор предоставляет своему собеседнику список вопросов в устной форме, ответы на которые и составят основное содержание будущего материала. Опрос – это попытка журналиста выяснить мнение многих людей по одному и тому же вопросу. Анкетирование- метод, близкий к опросу. Однако, его отличие в том, что анкетирование проводится при помощи заранее подготовленных анкет и требует от журналиста определенных социологических навыков.

Для исследования интервью в новостной журналистике было выбрано сетевое издание «Луч», в котором предусмотрено три группы материалов: информационная, аналитическая, художественно- публицистическая. При этом, наибольший удельный вес в жанровой палитре приходится на информационную составляющую- 51,0%. Наибольший удельный вес в информационных жанрах приходится на заметку -34,0% и информационную корреспонденцию- 27,0%. Наибольшую долю среди заметок занимают новостные (39,0%) и расширенные (28,0%). Несмотря на то, что интервью занимает не самую большую долю в информационных жанрах и составляет 22,0%, тем не

менее этот жанр имеет место быть в данном издании. При проведении интервью осуществляется тщательная предварительная подготовка, формулируются краткие и точные вопросы. Несмотря на то, что в сетевом издании «Луч» больше всего проводятся именно Интернет-интервью, однако для этого используется в основном только электронная почта. Не применяются: интернет-чаты и онлайн-видео, отсутствует автоматизация рутинных задач.

В связи с этим, были предложены мероприятия, которые будут способствовать организации интервью в сетевом издании «Луч»: осуществлять интервью с помощью различных онлайн платформ (Zoom, Яндекс Мост» и др.); применение мессенджеров (Телеграмм и «Мах»); внедрение искусственного интеллекта. Нейросети помогают автоматизировать рутинные задачи, анализировать большие объёмы данных, формировать персонализированные вопросы, даже моделировать возможные ответы собеседника. Все выше перечисленное позволит повысить качество проведения интервью, а это создаст благоприятный фундамент для роста конкурентоспособности сетевого издания на рынке новостной журналистики.

Список использованных источников

1. Анализ документов - метод сбора информации в журналистике [Электронная версия][Ресурс: <https://suzungazeta.ru/analiz-dokumentov-metod-sbora-informacii-v-zhurnalistike/>]
2. Баранова, Е. А. Современная журналистика. Коммерческий аспект: учебник для вузов / Е. А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2025. - 127 с.
3. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. - 2-е изд. - Москва: Издательство Юрайт, 2025. - 445 с.
4. Жилиякова, Н. В. Корпоративные медиа : учебник для вузов / Н. В. Жилиякова. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 102 с.
5. Журнал «Луч» [Электронная версия][Ресурс: <https://goroda.media/about/>]
6. Журнал «Луч» [Электронная версия][Ресурс: <https://vk.com/goroda.media>]
7. Журнал «Луч» [Электронная версия][Ресурс: <https://m.ok.ru/group/70000003607989/topic/157374885845941>]
8. Журналист[Электронная версия][Ресурс: https://proforientir42.ru/dt_profession/zhurnalist/]
9. Интервью. Виды, способы получения интервью, компетенции интервьюера АНО «Телешкола Ирины Долгушиной», 2025[Электронная версия][Ресурс: <https://kipk.ru/images/School-media/20250319-Dolgushina-IV.pdf>]
10. Искусственный интеллект в СМИ: как современные издания используют нейросети[Электронная версия][Ресурс: <https://hi-tech.mail.ru/review/133525-iskusstvennyj-intellekt-v-smi-kak-sovremennye-izdaniya-ispolzuyut-nejroseti/>]

11. Как журналисты добывают информацию [Электронная версия][Ресурс: <https://dni.ru/academ/2016/9/16/351596.html>]
12. Кто такой журналист. Сколько зарабатывает и как им стать [Электронная версия][Ресурс: <https://www.rbc.ru/life/news/6758b6759a79472eb9bb5ebc>]
13. Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика: учебник для вузов / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. - 4-е изд., доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 262 с.
14. Мессенджер МАХ. Официальный сайт [Электронная версия][Ресурс: <https://business.max.ru/>]
15. Нейросети и их применение в журналистике [Электронная версия][Ресурс: <https://dzen.ru/a/Z0h3wOnWInezH2fh>]
16. Чесноков А. Интервью без границ: как задавать вопросы и получать искренние ответы [Электронная версия][Ресурс: <https://фотовидеостудия.рф/blog/posty/intervyu/podgotovka-i-provedenie-intervyu>]
17. Что такое журналистика и как она появилась?
<https://www.shkolazhizni.ru/culture/articles/5668/>
18. Учебное пособие по специальному курсу «ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИА». Под редакцией А. В. Толоконниковой кандидата филологических наук, доцента. Москва, 2022 г. [Электронная версия][Ресурс: https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Zhurnalistika_i_media.pdf]