**Тема 7. Інтерв’ю**

Тема підготовки до інтерв’ю — номер один за кількістю суперечливих, часом кардинально протилежних рекомендацій від зірок жанру. Я читав у книжках і чув на майстер-класах, що інтерв’ю — це таїнство або проста процедура, питальник необхідний або тільки шкодить, починати розмову з найважливішого слід або в жодному разі не можна. Була навіть порада не готуватися взагалі, аби створити ефект випадкової зустрічі. Легендарний американський ведучий Ларрі Кінґ у книжці How to Talk to Anyone, Anytime, Anywhere розкриває головний секрет: аби спонтанно проводити геніальні інтерв’ю, треба бути Ларрі Кінґом. Ще б пак. Але, якщо винести за дужки дар розмовляти з людьми (він або є, або нема), досвід і репутацію (їх набувають із роками праці), секрет вдалого інтерв’ю здебільшого полягає саме у підготовці.

**Що таке інтерв’ю**

Англійське слово interview означає процес — розмову журналіста з героєм. У західній текстовій журналістиці інтерв’ю найчастіше проводять для того, щоб добути інформацію, яку потім можуть використати в якому завгодно форматі. Натомість у пострадянській журналістиці як розмовляли, так і публікують, зберігаючи формат «запитання-відповідь». Тому, отримавши від редактора завдання взяти інтерв’ю, варто відразу з’ясувати, яким має бути матеріал.

Від формату майбутнього тексту багато залежить: інтерв’ю в прямому ефірі з обмеженим хронометражем вимагає значно ретельнішої підготовки та режисури. Тут важливо правильно розпочати й завершити розмову, ставити місткі й лаконічні запитання, давати глядачам/слухачам необхідний бекґраунд, не дозволяти респондентові відходити від теми, тримати напругу. Натомість, сидячи з героєм на лавочці в парку й маючи вільний вечір, ви можете дозволити собі говорити про що завгодно, а потім узяти з розмови лише найважливіше. Або навіть не обмежуватись однією зустріччю; так, один із найглибших матеріалів циклу «Чесно кажучи» — інтерв’ю з Сергієм Рахманіним — вийшов із другої спроби.

Про інтерв’ю як продукт уже йшлося в текстах про узгодження та редагування прямої мови. Але, аби було що узгоджувати й редагувати, спершу з людиною треба поспілкуватись. Мистецтво інтерв’ю полягає в тому, щоб сфокусуватися, поставити правильні запитання і спонукати респондента сказати те, чого він іще не говорив, а аудиторія ще не знає.

**Як промацати героя**

Мій колега Володимир Павлів розповідав сумну-веселу історію про телефонний дзвінок від журналістки з проханням про коментар. Отримавши згоду, вона знічено запитала: «А ви, власне, хто? Бо мені сказали взяти у вас коментар, але я нічого про вас не знаю».

Вважаймо описану ситуацію полюсом віддаленості від героя. А полюс наближеності — це коли ви маєте говорити з близькою людиною, як от сталося в батька й сина Прохаськів. При цьому не забуваючи, що аудиторія не в курсі вашого пережитого разом досвіду та, скоріш за все — якщо ви, звісно не Прохаськи, — мало переймається вашими почуттями. Тож часом, щоб не перетворити інтерв’ю на приятельський міжсобойчик, слід навмисно дистанціюватись від героя.

Стара наука про журналістику виділяла три основні типи інтерв’ю: подієве (інформаційне), проблемне та портретне. Мета першого — з’ясувати факти, які знає людина; другого — описати та проаналізувати проблему у розмові з компетентною людиною; третього — розкрити особистість героя. Сучасна практика стерла межі цієї класифікації, проте суть залишилася. Тому готуючись до розмови з респондентом, ви повинні зрозуміти, хто він такий, і визначитись, чим (і в якості кого) він цікавий вашій аудиторії та що ви хочете від нього почути.

Почати варто з перегляду сторінок вашого героя в соціальних мережах. Це дозволяє побачити, якою ця людина являє себе світові і що прагне про себе розповісти. Це гірше працює з непублічними людьми, які мало пишуть у соцмережах, і з зірками, за яких пишуть піарники. Та зазвичай з фейсбук-профілю вдається скласти уявлення про зовнішність людини, її вік, місце народження та освіту, про те, як вона пише і чим цікавиться. Наприклад, зазирнувши на фейсбук Вахтанга Кіпіані, можна дізнатися, що він любить птахів; у Вікіпедії ви цього не прочитаєте.

Вікіпедія — корисне джерело знань про героя, але тамтешня інформація може виявитись неякісною, неправдивою чи застарілою, тому її обов’язково слід перевірити. Адже стаття у Вікіпедії — це те, що про героя вважають за необхідне розповісти інші, ще й анонімні люди. А деякі з них навмисно спотворюють інформацію.

Проґуґлити ім’я і прізвище героя та перечитати якомога більше про нього — наступний крок. Тільки переконайтеся, що йдеться саме про ту людину, яка вам потрібна, а не про тезка.

Якщо ваш герой — публічна особа і дає інтерв’ю, їх слід прочитати якнайбільше, бажано всі, які наґуґлите. Крім бекґраунду героя, це дозволяє з’ясувати, на які теми він може й любить цікаво говорити, а також про що його вже питали ваші колеги.

Ставити героєві запитання, на які він уже відповідав іншим виданням, у принципі, не заборонено. Так можна, наприклад, зловити людину на непослідовності або подивитись, як змінюються її погляди. Але цікавіше, відштовхуючись від уже відомої відповіді, ставити інше запитання. Тільки пильнуйте, щоб кожне ваше запитання не починалось із «в одному зі своїх інтерв’ю ви казали…».

Якщо ж не прочитаєте розмови, які проводили до з героєм до вас, і вирішите покладатися на власну інтуїцію, ризикуєте вродити одне з тих шаблонних інтерв’ю, які так блискуче спародіювала «Платформа». Або почути від співрозмовника роздратоване «о, як мені набридло відповідати на це запитання!».

Аудіо- та відеоінтерв’ю, якщо вони є, дають уявлення про темп мовлення і ступінь балакучості. Якщо герой схильний висловлюватись лапідарно, вам потрібен буде довгий питальник, якщо багатослівно, слід обмежитись найважливішими запитаннями або жорстко модерувати розмову.

Іноді знайти цікавий фокус розмови або сформулювати влучні запитання допомагають люди, які знають героя особисто. І, врешті, не зайвим буде уточнити в редактора, про що, на його думку, варто говорити з цією людиною — про геополітику чи про погоду.

Якщо ви не встигли підготуватись, або ж ваш герой не є публічною людиною і ґуґл про нього нічого не розповідає, не гріх поставити на початку розмови бекґраундні запитання. Вони не ввійдуть до матеріалу, але допоможуть вам зорієнтуватись у ситуації та уникнути помилок в основній частині розмови. До прикладу, діалог «Маріє, скільки вам років? — Двадцять. — Звідки ви? — З Донецька. — Де навчаєтесь? — У медінституті» перетвориться на фразу «двадцятирічна донеччанка Марія навчається у медінституті».

**Навіщо потрібен питальник**

Питальник — це аркуш із орієнтовним переліком запитань, які ви збираєтеся поставити.

Є майстри інтерв’ю, які принципово не використовують питальник, бо вважають, що він заважає налаштуватись на хвилю співрозмовника і спитати справді важливе. Є такі, кому достатньо мати тематичний план розмови або вигадати ключові слова. Але журналістові, який не почувається асом інтерв’ю, шпаргалка не завадить. Хоча б як засіб від паніки під час розмови.

Ще питальник корисний тим, що, складаючи його, можна чіткіше сформулювати запитання та продумати логіку розмови. А значить, не стрибати від однієї теми до іншої. А ще поділити запитання на обов’язкові та запасні — ті, які ви поставите, якщо співрозмовник не скаже достатньо цікавого чи буде занадто лаконічним. До того ж, для респондента питальник — свідчення того, що журналіст підготувався до розмови.

Але питальник — це саме шпаргалка, до якої можна зазирнути, якщо щось забули, хоча краще не зазирати, а тримати все в голові. Читати запитання з аркуша — дуже погана ідея.

Початок і кінець — перше запитання, що задає тон або заявляє тему розмови, й останнє, що її «закругляє», — є вкрай відповідальними для аудіо- та відеоінтерв’ю, які виходять у прямому ефірі або публікуються повністю. Текстову версію, натомість, можна монтувати як завгодно, аби лишень у процесі монтажу не була втрачена логіка.

Часом герой не може чи не хоче зустрічатись із журналістом, розмовляти телефоном чи скайпом, а натомість пропонує написати відповіді на запитання. Погоджуватись варто лише за умови, що схилити респондента до живої розмови не вдалося зовсім-зовсім, а поговорити з ним справді необхідно. Досвід показує, що матеріал, отриманий у такий спосіб, набагато частіше виявляється безпорадним або неповноцінним. Писане інтерв’ю легко розпізнати, й читачі нарікають, що в ньому «немає душі». Головний недолік писаного інтерв’ю — неможливість поставити уточнювальні запитання в ході розмови. Аби виправити це бодай частково, питальник слід робити деталізованим, із питаннями на зразок «Чи обвалиться гривня цього року? Якщо так, то з якої причини і до якого рівня, якщо ні, то як довго і внаслідок чого вона буде стабільною?»

**Які запитання варто й не варто ставити**

Коли ви не обмежені в часі, говорити можна про що завгодно. Репортажисти, наприклад, можуть годинами слухати розповіді своїх героїв про тарифи, погоду, врожай і сиву давнину. Проте більш типовою є ситуація, коли ви маєте змогу поставити від п’яти до п’ятнадцяти запитань. Це значить, що розмова повинна мати тематичний фокус, максимум — два-три. Але не десять. Прагнення запхнути в інтерв’ю якомога більше тем перетворюють його на анкету, кожне наступне запитання якої спантеличує респондента: чому щойно було про футбол, а тепер про переливання крові?

Чи потрібно, формулюючи запитання, передбачати ймовірну відповідь героя? Звісно, потрібно. Це допомагає уточнити формулювання, передбачити подальший розвиток розмови. Проте міркування на зразок «він не скаже правди», «буде все заперечувати», «він все одно не захоче про це говорити» і так далі не повинні стримувати вас від того, аби ставити важливі запитання. Не скаже — то й не треба. А раптом усе-таки скаже?

Запитання бувають відкритими й закритими. На закрите відповідають «так» чи «ні», на відкрите — розгорнуто. Відкриті запитання продуктивніші, хоча іноді лише за допомогою закритих можна змусити співрозмовника сказати щось конкретне.

Закриті запитання погані тим, що часто нав’язують респондентові відповідь, сформульовану інтерв’юером. Наприклад: формулювання «тривала криза в українській економіці — наслідок російської агресії, чи головна причина в корумпованій владі?» змушує вашого співрозмовника говорити саме про ці причини, хоча на запитання «якими є головні причини кризи?» він міг би дати зовсім іншу відповідь.

Найпоширеніша помилка інтерв’юерів — занадто загальні запитання. Наприклад: «Що для вас футбол? Що потрібно робити молодому футболістові, щоб стати добрим гравцем? Який стадіон в Україні найкомфортніший?»

Ці запитання можна поставити будь-якому футболісту, тренеру чи футбольному функціонеру. Респондент не відчуватиме, що вони адресовані йому особисто і буде вимушений узагальнювати й теоретизувати, до чого людина є готовою далеко не завжди. Скоріш за все, ви отримаєте відповіді, але вони, як і запитання, будуть не досить продуманими та змістовними. Краще відмовтеся від занадто загальних, філософських запитань, а інші персоналізуйте: «що, на вашу думку…», «як ви поводитесь у такій ситуації…», «де вам особисто було найкомфортніше…».

Від запитань у форматі «прокоментуйте, будь ласка» чи «яка ваша думка про це» слід відмовитись раз і назавжди. Це запрошення сказати що-небудь дотичне до теми, результатом якого й буде «що-небудь». Якщо у вас немає конкретного запитання і хочеться почути рефлексію, краще питати «що ви відчуваєте?», «як ви відреагували?» або просити спрогнозувати розвиток подій.

Чи мають запитання бути різкими, незручними, агресивними? Є чимало адептів радикального підходу, які ставляться до інтерв’ю як до допиту. На телебаченні та радіо є термін hard talk — стиль розмови в ефірі, коли інтерв’юер розпинає респондента. Багатьох молодих журналістів цей стиль захоплює передусім як спосіб самоствердження — можливість сказати політикану, корупціонеру або просто несимпатичній людині правду в очі, притиснути до стінки, а деколи й образити. Поширена й інша надмірність — так звана «тепла ванна», коли журналіст зачарований героєм і ставить йому лише приємні запитання. Закохуватись у героя категорично не рекомендую.

Ви не впадете в ці крайності, якщо пам’ятатимете, що говорите з респондентом не від свого імені, а від імені аудиторії. Як її посланець ви маєте ставити ті запитання, що цікавлять читачів/глядачів/слухачів, не дозволяючи власним симпатіям чи антипатіям впливати на розмову.

**ЯК ОФОРМИТИ РОЗМОВУ В ТЕКСТ**

Чому інтерв’ю — це не тільки матеріал у форматі «запитання-відповідь».

Ця сценка, яку я спостерігав кілька років тому, дуже показова. Так склалося, що словом «інтерв’ю» в українських медійних реаліях найчастіше називають матеріал у формі запитань і відповідей. Ця нелогічна традиція, як на мене, шкодить журналістам і редакторам: обмежує їх у творчій свободі та скеровує шляхом найменшого опору. Інтерв’ю — не жанр, а метод збирання фактів і коментарів. А серед багатьох способів оформлення зібраного матеріалу запитання-відповідь — далеко не завжди найкращий вибір.

**Що замість Q&A**

Інформаційний текст. Якщо єдиною метою інтерв’ю було отримати факти, наприклад, про наміри міської влади відремонтувати водогін, викладати результат прямою мовою немає сенсу. Видобуваємо факти, цитуємо те, що потребує цитування (наприклад, якщо директор водоканалу на запитання, коли розпочнеться ремонт, сказав «коли Бог дасть добру погоду без дощу і рішення виконкому», це гріх не процитувати), добуваємо всю іншу необхідну інформацію й формуємо новину.

З більшістю мікроінтерв’ю («коментарів» у журналістському просторіччі) так і стається — їх переробляють на факти й цитати для новин, аналітичних чи оглядових текстів. Але часом, поговоривши з директором водоканалу годину: автор думає, що, коли вже розмова велика, то варта «інтерв’ю», тобто великого тексту. Так народжуються непотрібні матеріали, в яких читач мусить шукати цінні зерна, хоча мав би просто переглянути дві-три новини.

Сторі. Це улюблений формат MediaLab. Автор сам починає, розповідає й завершує історію, добираючи для неї саме ті цитати, які вважає найцікавішими та найважливішими. Пряма й непряма мова героя доповнюється бекґраундом, а також коментарями інших людей. Наприклад, як у цій портретній історії, яка могла би бути довжелезним Q&A з купою доповнень та уточнень у квадратних лапках — і читалася б гірше. Цей формат логічний для профайлів — портретних матеріалів на зразок цього, покликаних знайомити читачів із героєм.

Головне протипоказання для формату сторі — багато цікавої, яскравої прямої мови, яку шкода скорочувати чи переробляти на непряму. Тому для публікації розмови з головредом «theБабеля» Глібом Гусєвим або канадським розслідувачем Віктором Малареком ми обрали формат Q&A.

«Репортаж з інтерв’ю». Блискучий приклад для мене — «розслідування», як його позиціонує сам автор, про те, чи неандертальці і кроманьйонці могли кохати одні одних. Найбільше в цьому тексті вражає висновок-«мораль», до якого автор підводить так послідовно і так несподівано (почитайте!). Але також те, як він використовує топос музею, малює картинку словами й змушує сприймати перебіг розмови з науковцем як щось важливе.

Якщо розмова відбувається в цікавому й характерному місці, а зовнішність і поведінка співрозмовника варті словесного опису, а не лише слова «сміється» в дужках, репортаж — хороший варіант. З українських видань його використовує, наприклад, «Новое время».

Протипоказання для цього формату: банальне місце, звичайна розмова, нічого особливого не відбувається. За «каже вона, сьорбаючи своє фрапучіно» хороший редактор зобов’язаний насварити.

Монолог. Це ж логічно: якщо запитання менш цінні за відповіді, можна викинути запитання й залишити тільки відповіді. Ідеальний варіант — якщо вони складаються в цілісну розповідь на одну тему. Зазвичай без монтажу та редагування не обійтися. Такі історії-монологи часто трапляються, наприклад, на The Village.

Далеко не з кожної розмови виходить сфокусована завершена розповідь, тож іноді монолог треба робити тематично структурованим — розділ про чебуреки, розділ про дитинство, розділ про польоти на гідроплані, як отут. Так зроблені наші матеріали про «По той бік новин» і про Дейвіда Саттера.

Протипоказання для формату монологу — жвавий обмін репліками та уточнювальними запитаннями між інтерв’юером і героєм, як у нашому матеріалі про Аркадія Бабченка або розмові з Франческою Боррі. Іноді ці нюанси бесіди важливі, й зберегти їх у цілісному викладі прямої мови неможливо — або для цього доводиться доконструйовувати цю пряму мову, вводячи в неї те, чого спікер не казав. Уявімо, що розмова з героєм була така:

— Ви боїтеся старості?

— А що це таке?

— Старості. Що ви станете старим.

— Ніколи про це не думаю.

У цьому діалозі важливий психологічний нюанс — те, як герой «не зрозумів» запитання. Тому ми дещо втратимо, якщо зведемо цей епізод до «я ніколи не думаю про старість». Але в монолозі це може виглядати як: «Чи боюся я старості? А що це таке? Я ніколи про це не думаю».

Подрібнений монолог. Якщо розмова не ділиться на умовні 3-4-5 розділів, не біда. Її можна подрібнити на маленькі розділи-абзаци, виділивши перше речення кожного як своєрідний заголовок — як отут. Кожен абзац сприймається як закінчене висловлювання, тому відсутність логічного зв’язку між частинками та перетікання однієї думки в іншу для таких матеріалів не є проблемою. Так зроблені наші матеріали про роботу Едуарда Андрющенка з архівами КДБ та про Марка Діллена.

Найрадикальніший варіант цього формату — добірка цитат, вирваних із контексту (але від того не менш цікавих читачам), яку публікують у журналі Esquire в рубриці What I’ve Learned. Кожна думка тут зазвичай вкладається в одне-два-три речення; те, що входить у матеріал — найцінніше з розмов, які можуть тривати багато годин. Такий матеріал не мусить бути цілісним, адже він відображає розмаїті грані образу героя. Щоправда, це спрацює лише з відомими персонажами, добре знайомими або цікавими читачам. «Класична музика для мене — дуже гарний спосіб зібратися з думками», — каже винахідник інтернету Вінт Серф, і це, певно, цікаво. Та навряд чи це саме було б цікаво дізнатись про директора міськводоканалу.

Ваш варіант. Експериментувати з формою можна і треба, якщо ви відчуваєте, що класичні формати викладу прямої мови вам не цілком пасують. Наприклад, чергувати великі шматки авторського тексту чи прямої мови. Або робити пояснювальні врізи до розділів, як у нашому матеріалі про Олексу Шалайського. У західних виданнях я зустрічав розлогі виклади інтерв’ю непрямою мовою, коментарі-постскриптуми від автора до окремих реплік героя, редакційний постскриптум до цілого тексту. Все, що може зробити матеріал повнішим, точнішим і зрозумілішим для читача.