

# MÕNINGAID TELEVISIOONIINTERVJUU PROBLEEME

H. Tiisväli,  
aspirant.

## 1. Üldist.

Televisiooniajakirjandus, mis tekkis umbes paarkümmend aastat tagasi, omas tekkeperioodil eelkäijate - pressi ja raadioga võrreldes vaid ühe nähtava eelise - pildi. Elav sõna oli kuulajale tuttav juba raadiost. Televisiooni võib sel perioodil õigusega nimetada pildiraadioks. Oldi arvamisel, et iga sõna, mis eetrisse läheb, peab olema "kaetud". Nii jõudsid vaatajateni lõputud fotomontaažid, millega illustreeriti nii uudiseid kui sõnavõtjate esinemisi. Eesti Televisiooni praktikast on teada informatsioonisaated, kus tavalise pikkusega sõnumit kaeti kuni 120 fotoga. Tol ajal ei olnud liikuvaid ülekandejaamu, kogu tehnika oli jäik ja paindumatu. Puudus salvestamise võimalus. Üldse tuletas see kõik meelde raadio algupäevi. Teatav liigselt ettevaatlik suhtumine ajakirjanduses avaldatavatesse materjalidesse andis põhjuse hoidumiseks sellistest žanritest nagu grupivestlused, diskussioonid, intervjuud. Praktiliselt puudubid televisiooniajakirjandusel sel ajal oma spetsiifilised žanrid. Alles mõni aeg hiljem leiti, et vaatajale võib "pilti" pakkuda ka esineja mõtlev nägu ning et televisiooni kõige tähtsamaks objektiks pole keegi muu kui inimene. Sündis uus figuur - televisiooniajakirjanik.

Tänu tehnika kiirele arengule mindi peagi välja studio nelja seina vahelt. Reporterid, kes esialgu püüdsid ikka enam-vähem ise hakkama saada, leidsid, et võimatu on teada ning tunda kõiki ja kõike. Uha sagedamini hakati informatsiooni hankima vahetult spetsialistidelt ja asjatundjatelt otse eetris, vaataja silme all. Televisioonajakirjandus sai uue kvaliteedi ja oma näo. Täienesid informatsiooniažanrid, kujunes välja publitsistika ja terve grupp spetsiifilisi vestlusžanre (arutelu, diskussioon, intervjuu), millele on praegu rajatud kogu televisiooniažurnalistika.

Üheks käesoleval ajal kõige sagedamini kasutatavaks žanriks televisioonajakirjanduses on i n t e r v j u u. ETV programmi lähem vaatlemine näitab, et enamik ajakirjanduse blokki moodustavatest saadetest on üles ehitatud intervjuude või intervjuudele, mida ajakirjanik siduva lülina tervikuks ühendab. Intervjuusid kasutatakse niihästi informatsioonisaadetes kui ka publitsistikas. Lähemal vaatlusel näeme, et programm on täis lühikesi ja pikki intervjuusid. Nähtus on iseloomulik kogu maailma televisioonile ning on seepärast viimaste aastate jooksul põhjustanud teoreetikute peatähelepanu koondumise just sellele žanrile. Tähelepanu keskpunktis on intervjueri ja isiksus ja intervjuerimise meetodika.

Eriti ohtralt kasutatakse intervjuusid televisiooniajakirjanduse poliitilise programmi teostamisel. Inglise silmapaistvamaid praktikuid - intervjuerijaid Robin Day kirjutab: "Intervjuu on saanud tähelepanuväärseks ühis-

kondlikuks jõuks, žurnalistika uueks haruks, uudiste allikaks ajalehtede esikülgedel ja üldiseks kõneteemaks vaatajate hulgas."<sup>1</sup> Teda täiendab ta kolleeg Bryan Magie: "Televisioonintervjuu kujutab endast televisioonižurnalistika põhilist vormi kõige kontsentreeritumal kujul: selleks, et saada kaasvestlejalt vajalikku vastust, on vaja tungida sügavale küsimuse olemusse. Intervjuu vorm võimaldab kõnelda asjast huvitavalt ja samal ajal mitmest aspektist."<sup>2</sup>

1969. aasta sügisel korraldati Tallinnas üleliiduline televisioonireporterite seminar, mis tervenisti oli pühendatud intervjuu probleemidele. Intervjuude järjest kasvav osa televisiooniprogrammides on tõsiselt mõtlema pannud selle üle, kuidas valmistada ette kaadrit, milliseid noudmisi tuleb esitada isikule, kes asub sellele tööle ning millised teoreetilisi teadmisi on talle võimalik anda edukaks tööks ettevalmistamisel.

Töö eetris, eriti aga intervjuusituatsioonis on raske ja pingutav. Et sellega võib kuidagi hakkama saada, seda näitab praktikas eksisteeriv suur keskmise- ja halvatasemeliste reporterite hulk. Tõelisi "eetritähti" on aga vä-

---

<sup>1</sup> Робин Дей, Интервьюирование, сб. Телевизионное интервью за рубежом, Москва, 1969, стр. 42.

<sup>2</sup> Брайен Мейджи, Телевизионный интервьюер, сб. Телевизионное интервью за рубежом, Москва, 1969, стр. 1.

he. B.Magie kirjeldab situatsiooni, kus üks inglise televisioonikompaniidest kuulutas välja konkursi vakantsele intervjueri jaoks. Tuli sadu avaldusi - neist valiti välja kaks. Mehed töötasid kompanii juures kaks aastat. Siis aga lahkusid, kuigi olid intelligentset inimesed. Intervjuu pole aga ainult intuitsiooni produkt. Nii nagu mäng muusika-instrumentil vajab hoolimata talendist harjutamist, nõuab intervjuerimise meisterlikkuse saavutamine aega. Viimastel aastatel on intervjuerimine muutunud täieõiguslikuks elukutseks oma raskete võtete, oma professionaalse eetika ja kõrgete statuutidega.<sup>1</sup>

Peaprobleemiks on saanud see, et koos televisiooni küpsimisega, auditooriumi pideva kasvamisega, muutub televisiooniintervjuu üha sagedamini tavalisest ajakirjanduslikust reaktsioonist ühiskondlikule sündmusele sündmuseks endaks. Meenutagem siinkohal valitsusjuhtide antud intervjuusid, kosmonautide pressikonverentse jne.

Televiisiooni intervjuu pole lihtsalt sündmuse peegeldamine, ta on osa sündmusest endast. Just sellest ongi tingitud see eriline tähelepanu, mis viimasel ajal ümbritseb intervjuerijat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Б.Мейджи, op. cit., стр. 3.

<sup>2</sup> Р.Дей, Телевизионное интервью, Сб. "Радиовещание и телевидение за рубежом", нр. 5, 1966.

Iga ajakirjanik on huvitatud oma töö heast resultaadist. Igaühe püüdeks on saavutada see eesmärk isikupärasel, kordumatul viisil. Ajakirjaniku töö on loominguiline protsess ja autori individuaalsuse säilitamine on elementaarne nõue. Näib, nagu ei tohiks seda loominguvabadust piirata ettekirjutatud reeglitega. Ent ometi kehtivad ka loominguprotsessis teatud seaduspärasused, millest kõrvalekaldumine mõjutab resultaati. Nii on intervjukeerimiskunsti üheks tähtsamaks osaks oskus suhelda väga erinevatesse sotsiaalsetesse gruppidesse kuuluvate inimestega, arvestada nõudeid, mida esitab auditoorium jne. Õige pikka aega oldi arvamusel, et mida suurem on auditooriumile suunatud informatsiooni naturaalsus, seda suurem on vastuvõtt. Paljude uurimiste tulemusena aga on selgunud, et see pole nii. Efektivsem (kogu auditooriumi ulatuses) on selline informatsioon, mis on suunatud konkreetsele auditooriumi grupile. Intervjueri peab teadma, millises situatsioonis ta viibib ning milliseid tegureid peab ta iga hetk arvestama. B.Magie ütleb õigesti, et kuigi televisiooniintervjuu toimub dialoogi vormis kahe inimese vahel, ei räägi nad tegelikult teineteisega, vaid auditooriumiga.<sup>1</sup> Intervjueri peab tundma küsimuste liike ning teadma, milliseid ühel või teisel juhul kasutada, milliseid nõudeid esitada endale, vastajale, auditooriumile.

Meie parimad reporterid - intervjueriid töötavad

---

<sup>1</sup> Б.Магье, op. cit., стр. 4.

isikliku kogemuse pagasil, mis on omandatud aastatepikkuse tööga raadios ja televisioonis. Nende kogemuste eest on tulnud neil maksta raskete pingutustega, lõputute otsimiste ja leidmistega. Ja olgugi et parimaid tagajärgi annab vaid praktiline kogemus täis õnnestumisi ja ebaõnnestumisi, peaks olema võimalik head kaadrit ette valmistada kergema vaevaga, kui seda nõuab paarikümneaastane tööstaaž ning varustada nad teoreetiliste eelteadmistega tulevaseks tööks.

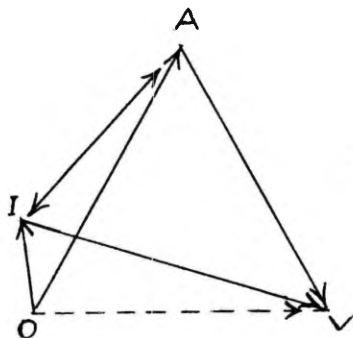
## 2. Mis on televisiooniintervjuu?

Tegelikult on tegemist vana klassikalise ajakirjandusliku vormiga, mille moodustab dialoog küsimus-vastus vormis. TV-intervjuu on vaid selle vana žanri uus kvaliteet, mille põhiline erinevus seisneb järgnevas.

Kui hea ajakirjanik-ajalehemees asub intervjueerimisel peale teema ääremaadelt, nihutades vastajat ikks lähemale kriitilistele küsimustele, siis televisiooniajakirjanik, kelle käsutuses on vaid mõned minutid, peab asuma kohe põhi- teema juurde, arvestades seda, et praktiliselt puudub tal redigeerimise võimalus ning kõik, mis toimub tema ja vastaja vahel jõuab samal hetkel vaatajani ning et ta on ainus, kes sel hetkel vastutab niihästi auditooriumi kui ka oma ülemuste ees. Ajalehemehele on intervjueerimise etapp ise meetodiks, mille kaudu ta hangib materjali. Hiljem on tal võimalus otsustada, kas esitada materjal lugejale intervjuuna või mõnes teises vormis. Televisioonis pole midagi taolist võimalik teha.

Peab teadma, et intervjuu koosneb ainult küsimustest ja vastustest. Igasugused küsija-poolsed kommentaarid või arvamuse avaldused võivad muuta intervjuu käiku nii, et see muutub mõttetuks. Televisiooniintervjuu ülesandeks ei ole aga küsiteldava arvamuse muutmine ja suunamine, vaid auditooriumi informeerimine.

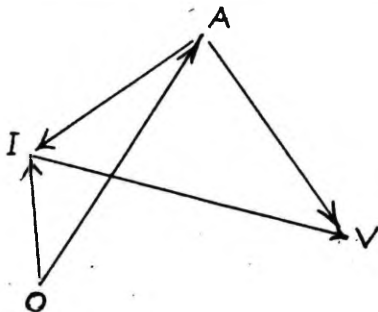
Intervjuu kuulub TV-ajakirjanduse žanriskaala kolmandasse alajaotusse nn. vestlusžanrite rühma. Sellesse rühma kuuluvad veel arutelu ja diskussioon. Nende kolme žanri põhilist erinevust selgitavad järgnevad skeemid, mis näitavad erinevate seoste tekkimist nende kolme žanri puhul. Aluseks skeemile võtame ajakirjandusliku kolmnurga: objekt (O) - autor (A) - auditoorium (V=vaatajad).



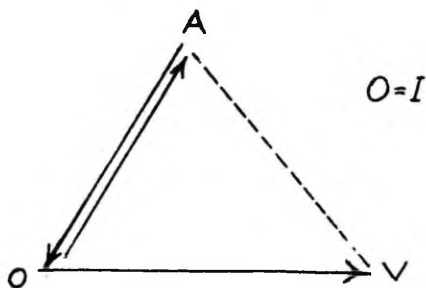
1. Objekt mõjutab autorit teatud põhjusel endast informeerima. (O → A).
2. Autor, tundes end asuvat objektist liiga kaugel, pöördub kompetentse isiku (I) poole, kes asub objektile lähemal. (O → I).
3. I mõjub omakorda A-le kui informatsiooniallikas. (I → A).

4. A mõjutab I-d küsimuste süsteemiga, mille tulemusena I annab V-le informatsiooni O kohta. ( $A \rightarrow I$  ja  $I \rightarrow V$ ).
5. Side O ja V vahel võib varem olla või ka mitte olla. Pärast kontakti  $I \rightarrow V$  on see teatud mõttes olemas.
6. A pöörduv V poole I tutvustaja ja materjali väljapakkujana ( $A \rightarrow V$ ).
7. A omab kaudset sidet V-ga kui ettekujutust auditooriumi vajadusest informatsiooni järele O-st ( $O \rightarrow V$ ).

Põhiline informatsiooni liikumise skeem on seega:

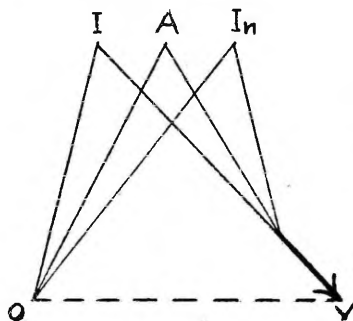


Nn. isikuintervjuus on objektiks, mille kohta informatsiooni antakse, intervjuueeritav ise. Seega:





I I . A R U T E L U puhul kujunevad kolmnurgas aga järgmised seosed:



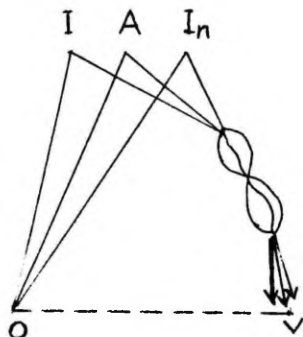
Arutlusest võtavad osa antud situatsioonis võrdsetel positsioonidel olevad isikud, kelle seas on tavaliselt A vestluse juhina.

1. Objekt on mõjutanud A-d, I-d,  $I_n$ -i.

2. Omavahel vestlevad I, A ja  $I_n$  täiendavad üksteise seisukohti, mille tulemusena nende ühine arvamus tervikuna jõuab V-ni.

Arutelu esineb tavaliselt koos diskussiooni elementidega, Eesti TV praktikast võiks "puhta" arutelu näitena mainida saadet "Teadlaste tribüün".

III. Harva esineb televisiooniajakirjanduses puhast diskussiooni žanri. Ja seda üsnagi spetsiifilistel põhjustel, millest tähtsaim on aeg. Lühikese saateaja jooksul ei ole võimalik vaidlejail probleemisse süveneda nii, et mõttekäik avalduks kontsentreeritult ja piisava argumentatsiooniga. Psühholoogide kinnitust järgi suudab vaataja tähelepanelikult jälgida probleemsadet televisoriekraanilt vaid 40 minuti vältel. Seepärast esinevad diskussiooni elemendid tavaliselt arutelu kaaskomponentidena. Diskussiooni puhul tekkivad seosed oleksid järgmised:



1. Objekt on mõjutanud A-d, I-d ja  $I_n$ -i erinevalt.

2. Diskussiooni käigus põrkuvad A, I ja  $I_n$  arvamused O-st mitmes punktis kokku.

Lõpptulemusena mõjutab igaühe arvamus O-st V-d erinevalt, kusjuures üks arvamustest avaldab V-le tavaliselt tugevamat mõju.

Nagu märgata võib, on kõige keerulisem seoste süsteem intervjuu puhul. Edaspidises käsitluses püüamegi neid seoseid üksikult analüüsida.

### 3. Miks tehakse intervjuusid?

Intervjuusid võib jagada kolme suurde gruppi:

- faktiintervjuud;
- arvamusedintervjuud;
- isikuintervjuud.

Eesmärke võib aga olla neil kõige mitmesugusemaid:

- saada informatsiooni;
- kontrollida fakti;
- valgustada mõne vaidlusaluse probleemi üht külge;
- mõjutada auditooriumi prestiižika vastaja arvamusele kaasa mõtlema;
- avada intervjuueeritava karakterit;
- rõhutada mingi teema tähtsust;
- lahutada meelt jne.

Intervjuu autor - ajakirjanik - peab lõplikult otsustama intervjuužanri kasutamise vajaduse üle. B.Magie soovitab põhjalikult peatuda küsimusel "mispärast"? On vaja täpselt teada, miks vesteldakse just selle inimesega, sel teemal ja sel ajal, ning kui see intervjuu õnnestuks täielikult - mida ta siis annab.<sup>1</sup>

Eesti Televisioonis intervjuerijatele tehtud ankeet näitas, et faktiintervjuu tegemise põhjuseks oli tavaliselt ajakirjaniku enda kaugus objektist, kusjuures ta ei pidanud ennast küllalt kompetentseks auditooriumi operatiivseks ja asjalikuks informeerimiseks antud küsimuses. Arvamusintervjuudeks tekkis vajadus asjasse selgust tuua mõne prestiižika isiku arvamus abil, teatud suhtumise kujundamise eesmärgil. Isikuintervjuude puhul aga peeti vormi ennast kõige ammendavamaks isiku tutvustamise võimaluseks.

#### 4. Ettevalmistus intervjuuks.

Jõudnud veendumusele intervjuu kui vormi kasutamise vajalikkuses, asub ajakirjanik selleks ettevalmistusi tegeema. Põhiliselt koosneb ettevalmistusperiood neljast etapist:

- materjaliga tutvumine;

---

<sup>1</sup> Б.Мейджи, оп. cit., стр. 4.

- sondaaž auditooriumi informeerituse ja huvitatuse teadasaamiseks;
- vastaja tundmaõppimine;
- küsimuste koostamine.

Tuleb seega lähtuda kolmest olulisest aspektist:

- mida tahab teada vaataja;
- mida tahab ütelda intervjueeritav;
- mida tahab ütelda ajakirjanik ise.

Hea intervjuu võtmeks on hea ettevalmistus. Kui teil on vaja teha intervjuud Sansibari kohta, siis peate te teadma kõike vajalikku selle maa asukoha, võimu, kliima jne. kohta.<sup>1</sup>

Ometi ei pea intervjueriija oma mälu koormama spetsiaalsete teadmistega. Intervjuu ei ole reporteri mõistustlike võimete proov ega tema töökuse näitaja. Intervjuu ülesanne on aidata mitmel miljonil vaatajal mõista probleemi.<sup>2</sup>

Materjali tundmine aga on vajalik vastaja õigeks valikuks, küsimuste koostamiseks kui ka intervjueeritava poolt antava informatsiooni kontrollimiseks ja jälgimiseks.

Igal juhul ei tohi ettevalmistusperioodi lõpuks olla ühtegi ajakirjaniku poolt ülestõstetavat küsimust, mille-

<sup>1</sup> Б.Мейджи, op.cit., стр. 5.

<sup>2</sup> Р.Дей, Интервьюирование, op.cit., стр. 52.

le ta ei suudaks ise anda ammendavat vastust või ette näha vastaja võimalikke vastuseid.<sup>1</sup>

Kuid rii raadios kui televisioonis ei ole harvad olukorrad, kus ajakirjanik saab ülesande intervjuuks vahetult enne saadet (näit. äsja saabunud ootamatu külaliselega). Ettevalmistusperiood kahaneb sellisel juhul miinimumini ning see veedetakse tavaliselt koos intervjueeritavaga. Kõigepealt on vaja selgitada elementaarsemad andmed vastaja isiku kohta: kes ta on, milleks ta tuli, mida ta tahab ütelda jne. Küsimuste esitamisel tuleb lähtuda ainult teadaolevast materjalist. Sellistele intervjuudele ei saa muidugi esitada eriti suuri nõudeid materjali sügavuse suhtes, kuid ajakirjanik võib siin meeldiva esinemisega intervjueeritava tutvustamisel oluliselt kujundada auditooriumi suhtumist sellesse isikusse.

Televisiooniintervjuu ettevalmistamise kõige raskemaid etappe on küsimuste koostamine. Just küsimustest sõltub intervjuu väga suurel määral. Tuleb arvestada ka seda, et vastamisel tekib tagasiside esitatud küsimusega, s.t. küsimuste üle otsustatakse vastuste järgi. Seepärast peab küsija maksimaalselt pingutama, et luua vastajale tingimused kõige selgema ning otsesema vastuse andmiseks.

Enamik TV intervjuusid on lühikesed. Nad annavad kiire ülevaate (ettekujutuse) inimesest ja tema vaadetest.

---

<sup>1</sup> Б.Мейджи, op. cit, стр. 7.

Intervjueerija peab piirama oma küsimuste ulatust ja formuleerima küsimusi nii, et saada täpseid vastuseid. Samal ajal peab ta nende küsimuste varal jõudma tõeni. Intervjueerimise kunst seisab lühikeste küsimuste formuleerimises, mis peavad selgitama - m i s ? - k e s ? - k u s ? - k u i d a s ? - m i l l a l ? - m i k s ?

Küsimuse formuleerimisel ei tohi jääda lootma juhusele ega inspiratsioonile. Küsimus tuleb läbi mõelda mitmest aspektist, koostada mitmed variandid ja need võimaluse korral läbi arutada (näiteks toimetajaga). Intervjueerija küsimus nagu kõik muugi televisioonis, loob illusiooni loomulikkusest ning näib toepärasena, faktiliselt on aga kogemuse kõrgeltsünteesitud produkt, mis sisaldab endas hulga kaalutlusi, mida vaataja ei aima.

Küsimuse ettevalmistamisel sarnaneb intervjueerija määlemängijaga, kes mõtleb algul kõikvõimalikest käikudest ja siis igast käigust eraldi - kõigist oponendi vastuste alternatiividest ja neile vastavatest võimalikest reaktsioonidest.

Ettevalmistamist nõuavad ka täiendavad küsimused. Neidki peab olema piisavalt, sest vastaja võib ootamatult muuta taktikat ning "käest ära libiseda".

Üldistades praktikute poolt avaldatud mõtteid küsimuse koostamise ja esitamise kohta, võib täheldada järgmisi olulisi momente:

o Küsimus peab olema lühike ja selge. Venitatud küsimus ei kõida auditooriumi tähelepanu.

o Küsimus peab olema konkreetne, nii et vastuseks võiks olla vaid see, mida intervjueriija tahtis ja mitte midagi muud. Kui vastaja võis küsimusest valesti aru saada, tähendab - ka vaataja võis valesti aru saada.

o Segane küsimus viib intervjuu kursist kõrvale. Ta aitab ka intervjueeritaval vastusest kõrvale põigata.

o Küsimus ei tohi olla kahe- (või mitme) mõtteline ega sisaldada kahemõttelisi sõnu.

o Intervjueriija peab vastajat suunama ainult küsimustega, mitte mingite vihjetega (mida aga paraku sageli tehakse ja mis lõpeb tavaliselt teemast kõrvalekaldumisega).

o Ei tohi esitada korraga kaht küsimust. See tekitab segadust vastuse kuulamisel (milline vastus on määratud millisele küsimusele). Samuti annab see võimaluse vastata ainult ühele küsimusele.

o Tuleks vältida suunavaid küsimusi, mis vajavad ainult vastust "jaa" või "ei" (nn. kas-küsimused). Kuid sellised küsimused on vajalikud, kui on vaja vastust täpsustada või summeerida eelnenut üleminekuks uuele teemale, millest on vaja välja arendada uus küsimuste ahel (näit. "Kas te teetate valitsuse otsust?" - "Jah." "Miks?" jne.); kas-küsimusi võib kasutada ka siis, kui on tarvis mingit kindlat otsust (keeldumist või nõusolekut). Vältida tuleks selliseid küsimusi aga sellepärast, et tavaliselt kiputakse vastamisel nende puhul pikemalt selgitama kui vaja.

o Küsimuse koostamisel tuleb jälgida, kas hoolimata küsimuste konkreetsest vormist pole siiski võimalik vastata üldise fraasiga.

o Etteantud vastusega küsimused tuleb esitada koos kõi-  
kide alternatiividega.

o Intervjueeriija ei tohi küsimustes avada oma seisukohta.  
Vastaja on selle suhtes äärmiselt tundlik. Vähiangi omapoolse  
suhtumise avaldus võib mõjutada vastust.

o Kui käsitletav teema on laia auditooriumi jaoks ras-  
ke, peab intervjueeriija kogu intervjuu käigus vähehaaval  
auditooriumi ette valmistama põhiprobleemi mõistmiseks.

o Küsiija ei tohi unustada, et ta esindab oma küsimuste-  
ga vaatajaskonda.

A.L.Sventsitskijaotab oma töös "Intervjuu kui sotsiaal-  
ne uurimismeetod" küsimuste tüübid kahes alajaotuses järg-  
mistesse gruppidesse:<sup>1</sup>

I.

1. Lahtised küsimused (etteandmata vastusega küsi-  
sed või piisavalt etteantud alternatiividega küsi-  
mused).
2. Kinnised küsimused (mis võimaldavad vastata ainult  
"ei" või "jah" (nn. kas-küsimused).

II.

1. Isikulised küsimused (mis puudutavad otseselt in-  
tervjueeritavat, tema isiklikku arvamust, seis-  
ukohta).
2. Mitteisikulised küsimused (mis taotleavad üldiselt  
objektiivset, nagu intervjueeritava hinnangust  
sõltumatu fakti teadasaamist).

---

<sup>1</sup> А.Л.Свенцицкий, Интервью как метод социального исследования, ЛГУ, 1966.



Intervjuu edukas läbiviimine sõltub suurel määral sellest, kuidas intervjueriija ühes või teises olukorras oskab kasutada nimetatud küsimuste tüüpe. Mingil seletataval või mitteseletataval põhjusel võib vastaja intervjuu käigus ootamatult muuta vastamise taktikat, hakata kapriisitsema, halvemal juhul koguni intervjueriijat ründama või andma provotseerivaid vastuseid. Õige küsimustüübi kasutamine aitab sel puhul sageli vastajat õigele teele tagasi tuua ning sundida vastama nii nagu vaja. Olgugi, et sellised juhtumid on harvad, kuid seda, et neid võib esineda, peab teadma.

Küsimuste järjestuse kohta on televisiooniintervjuu puhul raske kindlaid reegleid anda. Kuid mõningaid olulisi faktoreid tuleb arvestada.

Intervjuu on televisioonis alati määratletud ajalise kestvuse parameetriga, - kindla ajalise pikkusega. Intervjueriija peab igal juhul selle teatud aja jooksul suutma intervjueriitavalt kätte saada vajaliku hulga informatsiooni. Kõige ratsionaalsemaks meetodiks selle saavutamisel on ümberpööratud püramiidi kompositsiooniskeemi kasutamine, s.t. küsimuste esitamisel tuleb lähtuda tähtsusjärjestuslikust printsibist. Vastuste venimise puhul ette nähtust pikemaks on sellisel juhul võimalik intervjuu lõpust vähemtähtsad küsimused ära jätta.

Ühes informatsioonisaates andis intervjuu tehnika-ala spetsialist, kes äsja oli saabunud Prantsusmaalt rahvusvaheliselt tehnikasaavutuste näituselt. Tahtes nähtavasti

anda vastajale võimalust end võõras kohas (intervjuu toimus stuudios) pisut koguda, alustas intervjuueeriija küsimustega sellest, kuidas läks sõit, milline oli Prantsusmaal iim ja kas Pariis oli ikka selline, nagu vastaja varem endale ette kujutas. Intervjuueeritav vastas pikalt ja põhjalikult, eriti ilma kohta. Alles neljanda küsimuse esitas intervjuueeriija näituse kohta. Ilmselt juba tunnetades "ajahäda", esitas ta selle kõige üldisemas vormis - "Mis teile näituselt kõige enam meelde jäi?" Intervjuueeritav, mitte tajudes seda, et on vaja jutuotsad kokku tõmmata, vastas muhedalt naeratades, et seal oli välja pandud üks väga tore õunakoorimise masin ning kirjeldas siis pikalt ja segamatult, kuidas see tore masin töötab. Et hoiduda kõige halvemast, mida saatelõigu kronometraaži rikkumine võib kaasa tuua - nimelt katkestamisest režissööri poolt, kes esinejad ja nende jutu lihtsalt eestriist maha mikseerib ja saadet järgnevate lõikudega jätkab, ei jäänud intervjuueeritaval üle muud, kui tänada intervjuueeritavat ning lõpetada vana kuulunud fraasiga intervjuuks antud aja lõppemise kohta. Intervjuu selline käik kõneleb kõigepealt muidugi äärmiselt halvast ettevalmistusest, läbimõtlematusest kuid ka vales-ti valitud kompositsiooniprintsiibist. Vaevalt see intervjuu pakkus huvi nii asjaosalistele endile, veel vähem vastajale, kes ootas informatsiooni rahvusvahelise tehnikasaavutuste näituse kohta, kuulis aga hoopis ilmast ja muust tühjast-tähjast. Ebaoluliste küsimustega alustamine faktiintervjuude puhul ei ole enamikel juhtudel põh-

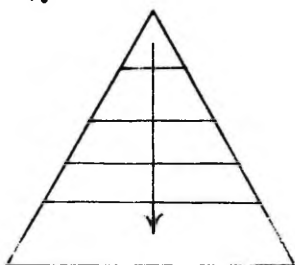
jendatav. Faktiintervjuusid annavad tavaliselt kompetentsed isikud, kes sageli on ka ise väga huvitatud selle informatsiooni levitamisest. Sellised inimesed ei vaja tavaliselt niisugust miljöösseviimist. Oht aja tarbetuks kulumiseks on aga seda suurem, et need inimesed on tavaliselt harjunud andma põhjalikke vastuseid ja nad püüavad seda teha ka ebaoluliste küsimuste puhul. Üldse aga tekitab vaatlusperiood, mille kestel käesoleva töö autor jälgis pidevalt Eesti Televisiooni, Kesktelevisiooni ja Soome Televisiooni intervjuerijate tööd eetris, et üldise seaduspärasusena vastavad intervjueritavad esimestele küsimustele pikemalt ja põhjalikumalt, olenemata küsimuse tähtsusest.

Pikemate intervjuude puhul, eriti isikuintervjuude puhul on mõeldav kasutada ka vastupidist printsipi - püramiidsele kompositsiooniskeemile rajatut. Sellistele intervjuudele on omased küsimuste ahelsüsteemid. See tähendab, et intervjuus on mitu erinevat teemat või arendatakse üht ja sama teemat erinevatel tasemetel või tasapindadel. Mingil määral võib siin paralleele tõmmata kohtuintervjuude metoodikaga, kus teatud probleemi selgitamiseks või fakti teada-  
saamiseks kasutatakse üleminekut vähemtähtsalt tähtsamale. Eesti Televisioonis pikemat aega kestnud saatesari "Autogrammi annab..." kasutas just selliseid võtteid. Et ka see metoodika end õigel ajal ja õiges kohas õigustab, seda näitavad mitmed isikuintervjuudele üles ehitatud dokumentaalfilmid, mille autoriteks on televisiooniajakirjanikud, näi-

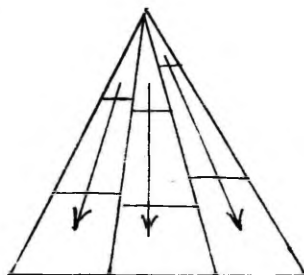
teks "Šinov ja teised" - autor M.Zelikin (Harkovi TV), "Vai-  
mude tund", "Piloodid pidžaamades" ja "Naeratav mees" (SDV TV).

Selliste intervjuude kompositsiooniskeemi võiks kujuta-  
da nii:

1.



2.



Kokkuleppel vastajaga võib tinglikult otsustada, et tea-  
tud küsimuste puhul ta meenutab neid või teisi fakte. Mingil  
tingimusel ei tohi aga vastajale sõnu "suhu toppida". Võltsing  
ei lähe televisiooniintervjuu puhul tavaliselt läbi. Intervju-  
eeritav tavaliselt unustab selle, mida ta pidi ütleva ning  
suudab meenutada vaid mõningaid ebaolulisi momente. Ja isegi,  
kui tal on kõik meeles, reedab toon ebatõe. Vaataja tunnetab,  
kuidas vestluses midagi muutus ja hakkab kahtlustama kogu  
saadud informatsiooni. On vaja, et vastaja oleks võimalikult  
loomulik ja mõtleks sellest, mida ta tahab ütelda.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Б.Мейджи, op. cit., стр. 15.

## 5. Intervjuu läbiviimine.

Toimumise koht järgi võib intervjuusid televisioonis jagada kahte suurde gruppi:

- stuudiointervjuud
- stuudiovälised intervjuud.

Omakorda jagunevad mõlemad grupid vastavalt tehnilisele teostusele "otse" eetrisse minevateks ja salvestatud (videole või filmile) intervjuudeks.

Televisiooniintervjuu kõige raskem, aga ka kõige väljendusrikkam ja mõjuvam vorm on otse eetrisse minev intervjuu. Selle kõige iseloomulikumaks jooneks on, et tal puudub kordamise ja redigeerimise võimalus. Kontrolli intervjuueeri ja töö üle saab teostada ainult äärmiste vahenditega - saate katkestamisega. Intervjuueeri on ainulaadses ja komplitseeritud olukorras, kus iga öeldud sõna jõuab vaatajani. Niipea, kui ta alustab intervjuud, peab ta hakkama vastu võtma ka iseseisvaid otsustusi.<sup>1</sup>

Kogu intervjuueeri tegevus on allutatud äärmiselt komplitseeritud tähelepanule. Esmajoonel peab ta jälgima kaht olulist komponenti - need on teema ja atmosfäär, milles intervjuu kulgeb.<sup>2</sup> Intervjuueeri peab hoolega jälgima vastust, olema iga hetk valmis esitama uut või eel-

---

<sup>1</sup> Р.Дей, Телевизионное интервью, стр. 34.

<sup>2</sup> Р.Дей, Интервьюирование, стр. 51.

mist vastust täiendavat küsimust. Kuid samal ajal peab ta jälgima ajamärke, mis teatavad saate lõppemisest, ning kiiresti otsustama järgnevate küsimuste mahu, esitamise järjekorra või ärajätmise üle.

Isegi arvestades kõikide oletatavate ootamatustega, mida võib intervjuus ette tulla, võib ta vaid loota, et ei kaota tasakaalu kiirel reageerimisel. Raskustest aitavad üle saada kogemused, kuid intervjuerijale usaldatud ülesanne tuleb siiski täita erakordselt rasketes tingimustes, mis mitmekordistuvad teema keerulisusega, krõnometraažiga, vajadusega reageerida vastaja sõnadele, mis võivad olla ebaselged, on vaja arvestada poliitikute seisukohti ja samuti hiiglasuure auditoriumi olemasolu, mis pole niivõrd kohutav oma mõõtmete kui selle poolest, et seal on palju kriitiliselt meelestatud inimesi.<sup>1</sup>

V.Pant peab intervjuerija tähtsamateks omadusteks reageerimiskiirust ja oskust siduda omavahel erinevaid teemasid ja fakte. Maksimaalselt 15<sup>m</sup> jooksul peab intervjuerija suutma tõmmata silla mistahes vastaja poolt välja pakutud fakti ning intervjuerijale edasiminekuks vajaliku fakti vahel.

Intervjuu toon ja atmosfäär pole vähem tähtsad kui sisu. Intervjuerija peab jälgima ka seda, kuivõrd on tema

---

<sup>1</sup> Р.Дей, Телевизионное интервью, стр. 35.

suutnud kõita vastaja tähelepanu. Ta peab vastajat mitte ainult suunama, vaid ka suutma rebida tema tähelepanu eemale kaameratest, operaatoritest, prožektoritest, mikrofonidest ja kaablitest, millest stuudios puudu pole; intervjuerijat on vaja toetada või - kui vaja - ka ärritada, selleks et ta unustaks kunstliku ümbruse.

Intervjuerija kohuseks on vastajalt kätte saada vaatajat huvitav informatsioon. Selleks peab ta:

- hoolitsema vestluse selguse eest (laskma selgitada seda, mis võib vaatajale jääda ebaselgeks);
- kordama küsimusi, millest vastaja püüdis mööda hii- lida või millele ta andis ebarahuldava vastuse.<sup>1</sup>

Tavaliselt alustab intervjuerija vastaja tutvustamisest. Tihti eksivad intervjuerijad juba siin, hakates pikalt-laialt kõnelema kõigest, mida nad intervjueritava kohta teavad. Sageli kiputakse intervjueritavat siinsamas iseloomustama, teda kiitma. Esiteks võib selline olukord muuta vastaja olukorra raskeks - kiidusõnadest segadusse aetud inimene kohmetub ega oska sageli vastuseid anda kõige lihtsamateleki küsimustele, ta võib end ebamugavalt tunda ning kogu intervjuu võib ebaõnnestuda. Üleskiidetud vastajasse suhtub vaatajagi nõudlikumalt. Seepärast on otstarbekam vastaja tutvustamisel mitte üle pakkuda, vaid viia järgnev intervjuu läbi nii, et vaataja ise mõistaks, kui võrd õigustatud oli just selle inimese toomine kaamerate ette. Sissejuhatus intervjuule olgu aga võimalikult

1

Р.Дей, Телевизионное интервью, стр. 33.

lühike, konkreetne ja sisaldagu vaid hädavajalikku informatsiooni.

Kontaktist vastajaga.

Intervjueeritavale peab igal juhul jääma mulje, et intervjueeriija teda mõistab ja temast aru saab - siis kõneleb ta vabamalt ja avaldab kergemini isiklikku arvamust. Just sellepärast omab erilist tähtsust see, kuidas reporter selgitab vastajale eelnevalt tema ülesannet. B.Magie arvates pole midagi raskemat kui intervjueerijale esitatud küsimus - mida te minult tahate? Vastus peab olema igal juhul õiglane, kuid ei tohi minna vastuollu saate eesmärkidega, neid kahjustada. Seepärast võib vahel vastus olla ka üldine, kogu probleemi kohta.<sup>1</sup>

Faktiintervjuu puhul, mille eesmärgiks on tavaliselt konkreetse informatsiooni saamine, eeldab intervjueeritava põhjalikku eelnevat informeerimist, et vastus oleks võimalikult konkreetne. Arvamus- ja isikuintervjuude puhul pole aga alati otstarbekas oma kaarte vastaja ees lõplikult avada, eriti kui tahetakse saada vastust mõnele komplitseeritud küsimusele, mille puhul on karta vastajapoolset kõrvalepõiklemist või vastuse kombineerimist.

Hea kontakt vastajaga saavutatakse intervjuu ajal tähelepaneliku kuulamisega. See on nii saate kvaliteedi ta-

---

<sup>1</sup> B.Медведев, оп. cit., стр. 17.



gamise kui ka viisakuse esmane nõue. Üks hullemaid kvaliteedivigu seisab selles, et reporter läheb järgmise ettevalmistatud küsimuse juurde, pööramata vähimatki tähelepanu saadud vastusele.<sup>1</sup>

Tagajärjeks on üsna tüüpilised vead, mida üsna sageli võis leida ka vaatlusperioodil analüüsitud intervjuudes Eesti TV saadetes:

- reporter esitab täiendava materjalina fakte, mis vastaja poolt on juba esitatud;
- esitab küsimuse, mis eelmise vastusega juba ammendati;
- reporter ei nõua ebapiisava informatsiooni täiendamist, mistõttu vastused jäävad poolikuiks ega rahulda kedagi;
- vastaja võib segamatult anda vale informatsiooni.

Vastaja vana trikk on - esitada küsimusi intervjuueerijale. Kuid intervjuueerija ei tohi kunagi teha seda viga, et ta vastab.<sup>2</sup>

Kontakt vastaja ja küsija vahel peab olema tunnetatav mõlemate poolt, siis mõistab seda ka vaataja. Parem on, kui nende vahel tekib sundimatu õhkkond. Teiseks äärmuseks on aga liigne intiimsus, mis väljendub näiteks üksteise sina-

---

<sup>1</sup> Р.Дей, Интервьюирование, op.cit., стр. 51.

<sup>2</sup> Б.Мейди, op.cit., стр. 38.

tamises. Vaataja ei ole huvitatud sellest, et intervjueri-  
rija ja intervjueeritav maailmameister on sinasõbrad ja  
ja teda koguni häirib lähedus, millest ta tunneb end ole-  
vat välja lülitatud. Intervjueriija ei esinda sellisel ju-  
hul enam vaatajat vaid iseennast, kusjuures tekib küsimus,  
miks peavad nad oma juttu just kaamerate ees ajama - min-  
gu koju ja rääkigu seal. Sinatamisest hoiduda pole eriti  
raske - küsimusi võib esitada ka vastavaid grammatilisi  
vorme kasutamata, kuid tundub, et sageli seda tehakse ko-  
guni meelega. Intervjueriija, kes läheb välja sellisele  
odavale enesereklaamile, seab sageli vaatajate ees ohtu  
oma prestiiži.

On selge, et kontakti looja on intervjueriija, kes üht--  
aegu peab olema diplomaat kui seltskonnainimene. V. Pant  
ütles kord, et reporteriks võib olla ainult selline ini-  
mene, kellega ühe laua taga istudes ei teki tahtmist sealt  
kohe ära minna.

Kõige olulisem kontakt, mis peab looma usalduse kahe  
vastaspoole vahel, toimub enne saadet. Pole tähtis, et  
vastaja peaks eelnevalt teadma täpselt kõiki küsimusi,  
millele tal tuleb vastata.

Kui intervjuu eesmärgiks on mingisse keerulisse situ-  
atsiooni selgust tuua, on parem, kui te kõik enne peensus-  
teni koos läbi arutate, sest teil on ühine eesmärk - val-  
gustada vaatajat. Te peate leppima kokku, millised punk-  
tid on eriti tähtsad ja millises järjekorras on neid kõi-  
ge õigem esitada.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> B. Meilman, op. cit., стр. 16.

On olukordi, kus vastaja teab rohkem, kui ta öelda tahab. Sel juhul ei tohi intervjuueeriija avada oma kaarte enne kui eetris. Vastasel juhul võib vastaja intervjuu läbi kukutada.<sup>1</sup>

Mida aga teha, kui on ilmne, et vastaja valetab? Mida teha siis, kui intervjuueeriija leiab äkki, et ta ise on tõstnud üles vale jutuotsa?

Igal juhul tuleb leida õige joon intervjuu lõpetamiseks. Kui esineja räägib ühest asjast pikemalt, kui oli ette nähtud, peab kiiresti otsustama, kas esitada talle ülejäänud küsimusi. Kui ta aga kordab mitu korda ühte ja sama - tuleb tabada õige hetk ning tema jutt katkestada, olemata seejuures jäme. Ning jälle tuleb otsustada, millega jätkata. Kui vastatakse korraga ka sellele küsimusele, mida te veel pole esitada jõudnudki, tuleb appi võtta lisamaterjal. Kui vastus kaldub küsimusest kõrvale, tuleb mõne aja möödudes küsimus esitada uues variandis.<sup>2</sup>

Väga sageli püüavad reporterid intervjuu lõppedes seda resümeerida. Enamikel juhtudel ei ole selleks aga mingit vajadust. Seda enam, et tavaliselt muutub intervjuu lõpp seetõttu pikaks ja lohisevaks, aga ka tarbetuks. Eriti lühikeste faktiintervjuude puhul. Intervjuu tuleb

---

<sup>1</sup> Б.Мейджи, op. cit., стр. 16.

<sup>2</sup> Б.Мейджи, op. cit., стр. 25.

üles ehitada nii, et ei tekiks vajadust kordamiseks või kui see kindlasti vajalikuks osutub, tuleb seda teha kõige ökonoomsemalt ja konkreetsemalt.

Küsimustest-vastustest üle jäänud 10" on piisav aeg intervjuu lõpetamiseks lihtsalt tänamisega. Kui aega jääb rohkem, tuleb kiiresti otsustada, kas mitte esitada veel üks lühike kinnine küsimus.

#### 6. Intervjueerimise eetikast.

Reporteri-intervjueeriija kutse esitab inimesele, kes seda tööd teeb, mitmeid rangeid nõudeid, mida summeeritult võib nimetada intervjueeriija kutse-eetikaks. Need on reeglid, mille täitmist ei tohi unustada kõige raskemateski olukordades.

1. Intervjueeriija ei tohi kunagi kaotada oma väarikust, endast välja minna, teravusi ütelda.
  2. Intervjueeriija ei tohi olla ebaõiglane ega erapooletik (vaevalt võib ta siis loota, et talle nõustatakse intervjuusid andma ka edaspidi).
- Pole õigust avaldada nõrdimust vastaja halva iseloomu, halva keele, valetamise vm. käitumise üle.
  - TV-intervjueeriija peab eelkõige täitma ajakirjaniku kohuseid: uurima fakti ja arvamust, tegema seda kindlalt positsioonilt ja täie vastutusega.
  - Intervjueeriijal tuleb sageli loobuda eelarvamustest ja esitada küsimusi, mis väljendavad mitmesuguseid vaateid, kartmata sealjuures võimalikke süüdistusi erapooletuses.

- Ei tohi endale lubada liigselt aupaklikku suhtumist eriti mõjukate inimeste ees.
- Ei ole õigust õõnestada intervjuu tõepärasust poleemilistest teemadest loobumisega ja samuti vastaja õõnestamisega.
- Peab ausalt andma vastajale aega küsimustele vastamiseks ettenähtud aja piirides.
- Pole õigust kasutada oma elukutse eeliseid, seada lõkse ja ajada inimesi segadusse.
- Intervjuud tuleb juhtida range järjekindlusega.
- Tuleb meeles pidada, et TV-intervjueeriija pole orator, inkvisiitor, psühhiaater ega süüdistaja, vaid ajakirjanik, kes kogub materjali vaataja nimel ja ülesandel.
- Vastajat võib katkestada vaid väga suure faktilise ves puhul või siis, kui ta on kasutanud terminit, mis vajab selgitust.
- Kui intervjuu teema tegijat ennast ei huvita, tuleb sellest intervjuust loobuda.

V.Pant koondab oma paarikümneaastase reporterikogemuse väide kuldreeglisse, mille täitmist ta peab vajalikuks iga intervjuu puhul (esinemisest pressikonverentsil septembris 1969):

1. Tuleb kõnelda ühist keelt ja mõtelda ühiseid mõtteid vaatajaga.
2. Intervjuud alustades peab teadma, millist tooni on vaja kasutada - ei või kõnelda ühel ja samal

toonil haiglas ja tehases, neutraalset tooni aga pole olemas.

3. Ükskõik kui tark on vastaja - intervjuu puhul juhib teda reporter. Reporteri reageerimiskiirusest oleneb kõik.

4. Intervjuu õnnestumine ja aja ökonoomne kasutamine sõltub sidumisoskusest. See tähendab, et kui vastaja ütleb mõtte A ja tahab seejärel öelda mõtte B jne., reporterile aga on vaja, et ta kohe ütleks mõtte K, tuleb leida side A ja K vahel, nii et vastaja ise kohe pärast A-d jätkaks K-st. Nii võib Jalta plaazžil kõnelda ka külmutuslaevadest, kui leida side näiteks lausejupist - "keerame termomeetri teistpidi".

5. Viies reegel ei vajavat seletust, see on h u u m o r, mida reporteril alati peab parajal määral jätkuma, ning mille abil on võimalik lahendada vägagi keerulisi situatsioone.

Käesolevas artiklis ei ole puudutatud kaugeltki kõiki televisiooniintervjuuga seotud probleeme. Nii on täiesti käsitlemata jäetud salvestatud intervjuude olemus ning teostamise spetsiifika, spordiintervjuu ja nn. tänava-intervjuu probleemid. Läbitöötamist ootab ulatuslik materjal ETV praktikute poolt teostatud tööde näol, millest peaksid selguma mitmedki üldistatavad seaduspärasused.