

Функция вопроса в телевизионном интервью

Бежаков Вячеслав Станиславович

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В статье исследуется роль вопросов в телевизионных интервью, их структура и влияние на эффективность коммуникации между интервьюером и интервьюируемым. Рассматриваются различные типы вопросов (открытые, закрытые, уточняющие, провокационные и др.), их функции и применение в зависимости от контекста интервью. Особое внимание уделяется анализу техник ведения интервью на примере известных телеведущих, таких как Владимир Познер. В статье предоставлены практические рекомендации для журналистов и интервьюеров, направленные на повышение качества телевизионных интервью и улучшение коммуникативных навыков.

Ключевые слова: телевизионное интервью, типы вопросов, коммуникативные техники, Владимир Познер, журналистика, эффективность интервью, подготовка вопросов, восприятие аудитории.

The function of a question in a television interview

Bezhakov Vyacheslav Stanislavovich

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

The article examines the role of questions in television interviews, their structure and impact on the effectiveness of communication between the interviewer and the interviewee. Various types of questions (open, closed, clarifying, provocative, etc.) are considered, their functions and applications depending on the context of the interview. Special attention is paid to the analysis of interview techniques using the example of famous TV presenters such as Vladimir Pozner. The article provides practical recommendations for journalists and interviewers aimed at improving the quality of television interviews and improving communication skills.

Keywords: television interview, types of questions, communication techniques, Vladimir Pozner, journalism, interview effectiveness, question preparation, audience perception.

В технологическую эру массовых коммуникаций, телевизионное интервью является одним из наиболее эффективных средств передачи информации и формирования общественного мнения. Однако, успешность телевизионного интервью в значительной степени зависит от правильно

поставленных вопросов. Вопросы, задаваемые интервьюером, играют важную роль в формировании диалога между участниками интервью и воздействуют на конечный результат и впечатление, которое оно производит на зрителей.

Актуальность исследования данной темы имеет значительную теоретическую и практическую ценность. С теоретической точки зрения, исследование позволит разработать фундаментальные основы и принципы формирования вопросов в телевизионных интервью, что может быть использовано для совершенствования методик подготовки интервьюеров. С практической стороны, результаты исследования способствуют повышению качества телевизионных интервью, улучшению коммуникации между интервьюером и респондентом, а также созданию более содержательного контента для аудитории.

Интервью является прогрессирующим жанром, интерес которого для массовой аудитории неумолимо растёт день ото дня. Особенности жанра интервью позволяют передавать то, что видел и слышал опрашиваемый человек, а вопросы играют важную роль в этом процессе.

Исследование вопросов в телевизионных интервью как ключевого элемента коммуникации активно развивается в современной науке. В работах Н.В. Кодолы [1] и Г.В. Кузнецова [3] рассматриваются теоретические аспекты построения вопросов, их классификация, функции и роль в раскрытии личности интервьюируемого (респондента). С.А. Муратов [2] и Л.А. Васильева [5] акцентируют внимание на коммуникативных техниках, подчёркивая, что успешное интервью зависит от формулировки вопросов и от умения интервьюера слушать и адаптироваться к ответам.

В данной работе рассматриваются как вопросы эволюционируют в зависимости от контекста и целей интервью, а также их влияние на восприятие аудитории. Особое внимание уделяется анализу техник ведения интервью на примере Владимира Познера.

Целью данной статьи является исследование теоретических основ построения вопросов в телевизионном интервью, классифицировать группы вопросов в телевизионных интервью, а также выявление техник, с помощью которых можно развивать коммуникационные навыки.

В рамках исследования предполагается: рассмотреть основные компоненты рекламного сообщения; выявить ключевые функции вербальных и невербальных элементов; проанализировать влияние типа СМИ на структуру и взаимодействие компонентов рекламы.

Для анализа использовались интервью Владимира Познера, проведённые в рамках его авторской программы. Были выделены ключевые типы вопросов (открытые, закрытые, уточняющие и т.д.), а также проанализированы их функции в контексте телевизионного интервью. Материал отбирался на основе популярности и рейтингов передач, а также их доступности в открытых источниках [9].

Основной задачей интервью является обсуждение злободневной темы, которая способна вызвать резонанс слушателей и телезрителей. Особенностью телевизионного интервью является то, что звук дополняется видео, таким

образом, зритель, не только может пассивно участвовать в обсуждении вопросов интервью, но и визуально наблюдать за телеведущим и его гостем.

Следует отметить, что для того чтобы интервью получилось интересным, используются выразительные средства и смысловая составляющая.

К основным выразительным средствам, используемым при телевизионном интервью, относятся речь ведущих и ее особенности, а также образность. Образность является собирательным понятием и включает в себя внешность ведущего, его мимику, жесты, которые выражают индивидуальность ведущего и позволяют его отличать от своих коллег.

Важнейший компонент интервью – вопросы. Однако, успешное общение включает в себя еще и умение слушать, а также пользоваться всеми возможностями подачи себя посредством невербальных жестов. Поэтому, рассматривая отдельно вопросно-ответную составляющую, надо всегда помнить о ее интеграции в более широкий круг факторов, влияющих на процесс общения в целом.

Интервью для журналиста – это, с одной стороны, способ получения информации путем непосредственного общения с человеком, владеющим этой информацией; а с другой – публицистический жанр в форме беседы, диалога, в котором журналист на экране с помощью системы вопросов помогает интервьюируемому (источнику информации) как можно полнее, логически последовательно раскрыть заданную тему в процессе телевизионной передачи.

Специалисты выделяют несколько типов вопросов, используемых в интервью: контактные, адресные, программные и экранные.

Сначала собеседникам надо войти в контакт, представиться друг другу. Специалист по медиа, выступающий в роли интервьюера, постарается сразу же создать непринужденную атмосферу общения, расположить гостя.

Адресные (по-другому называются анкетными) вопросы позволяют журналисту вытаскивать биографическое знание о собеседнике, узнавать о нём то, что пригодится в телепередаче.

Программные вопросы – это уже разговор по теме экранного интервью. Однако следует избегать похожих вопросов, намеченных для экранной части беседы. Иначе интервьюируемый, что называется, выговорится и в результате во время эфира ни ему, ни зрителям не будет интересно. В идеале интервью на экране должно выглядеть как непринужденный разговор двух людей, один из которых более информирован по обсуждаемой теме. Но просто поговорить эти люди могли бы и не в студийном павильоне, без камер и осветительной аппаратуры.

В процессе проведения интервью-анкеты используется краткий сценарный план, который включает основной вопрос для интервьюируемого, указание места проведения интервью и описание будущих собеседников.

Протокольное интервью представляет собой процесс постановки журналистом вопросов, часто предварительно согласованных, которые не имеют логической связи. В таких интервью не принято переспрашивать или

уточнять информацию. Официальное лицо дает официальные ответы.

При использовании фактов в вопросе следует придерживаться нескольких правил: факты должны быть связаны с темой, быть достоверными, служить пониманию аудитории; выборка фактов должна быть системной; факты должны обращаться к разуму и чувствам.

В ходе интервью применяются различные типы вопросов, каждый из которых имеет свои особенности и применяется по определенным причинам.

Первый тип вопросов – открытые вопросы, позволяющие получить детальные и развернутые ответы от респондента. Они особенно полезны при сборе качественных данных, так как дают возможность человеку свободно выразить свои мысли и чувства.

Примером таких вопросов может быть: «Расскажите о своем опыте работы в данной области?» Открытые вопросы могут использоваться для выяснения мотиваций, опыта или углубления в конкретные аспекты исследования.

Второй тип – закрытые вопросы, которые имеют строгий набор предварительно определенных вариантов ответов. Они особенно полезны при сборе количественных данных, так как позволяют быстро и удобно обработать полученные результаты. Закрытые вопросы позволяют получить конкретные ответы (да/нет, выбор из предложенных вариантов) на заданные вопросы для измерения тенденций и упрощения анализа данных, а также статистического анализа или сравнения между группами (пример: «вы посещали программу Андрея Малахова в молодости? (да/нет)»).

Третий тип вопросов – абстрактные, которые направлены на выявления и суждений человека. Они помогают понять, как человек мыслит и как он рассуждает на определенную тему.

Такие вопросы особенно полезны при исследованиях, связанных с социальными науками, философией или психологией.

Четвертый тип вопросов – конкретные, ориентированные на получение информации о конкретных фактах или событиях. Они могут быть полезны для проверки гипотез, уточнения деталей или получения точных данных. Такие вопросы могут использоваться в медицинских исследованиях, журналистике или криминалистике.

Использование различных типов вопросов в ходе интервью позволяет получить более полную и объективную картину. Комбинирование между ними помогает достичь баланса между качественными и количественными данными, а также углубляться в точечные аспекты исследования.

Задавая разнообразные типы вопросов во время интервью, можно расширить спектр информации, полученной от интервьюируемого. Разные типы вопросов направлены на получение разных видов информации, которые могут быть полезны при анализе и систематизации сведений, а также в научном или другом исследовании.

Например, открытые вопросы позволяют респондентам свободнее выражать свои мысли и чувства, предоставляя исследователю множество деталей и контекста. С другой стороны, закрытые вопросы позволяют

получить конкретные ответы на заданные вопросы и упростить анализ данных.

Кроме того, проведение интервью с использованием различных типов вопросов позволяет получить разные уровни информации. Например, вопросы, требующие конкретных ответов (иначе фактические), могут быть полезны для получения основной информации и проверки фактов. С другой стороны, вопросы, требующие долгих размышлений (рефлексивные), могут помочь узнать мнение и внутренние переживания интервьюируемого.

Проанализировав рынок СМИ, можно выявить правила построения грамотных, с точки зрения журналистики, вопросов интервью: максимальная сжатость – ключевое требование к формулировке вопроса, которая должна быть простой и лаконичной, без лишних слов и объяснений.

2. Однозначность и ясность – ещё одно важное требование, чтобы вопрос был чётким и понятным для респондента без необходимости в дополнительных объяснениях.

3. Определенные понятия – сформулированный вопрос должен ясно определять термины и понятия или предварительно их разъяснять.

4. Конкретность – вопрос должен быть конкретным, содержать в себе уточнения или доформулировки.

5. Отсутствие претенциозности – вопрос должен быть сформулирован без претензий на очевидность ответа и без подчеркивания превосходства интервьюера.

Успех интервью в значительной степени зависит от качества общения, от качества контакта между интервьюером и интервьюируемым, от уровня взаимопонимания и от готовности респондента помочь интервьюеру [5]. Вопросы в профессионально успешном интервью не просто служат для получения информации, но также выражают концептуальное значение и помогают перейти от возможно истинного знания к действительно истинному знанию [7].

Важной недоработкой представительных единиц в медиа является попытка внедрения в интервью «пустых» вопросов, не влекущих за собой никакого контекста и смысла. Абсолютной истиной является суждение, что вместо вопроса «Вы хотите развиваться в этом направлении?», профессиональнее задать вопрос «Почему именно эта специальность была выбрана вами?». Этот подход поможет респонденту почувствовать себя важным и выразить свои мотивы и цели.

Ярким представителем журналистики на телевидении, является телеведущий и интервьюер, Владимир Познер. Прежде всего он знаменит своим стилем подачи.

У него за плечами богатый опыт, он образован, взвешен, имеет широкий взгляд на жизнь, потому что является человеком мировой культуры. Он может говорить и говорит с влиятельным гостем на равных, потому что сам по себе уже является известным и уважаемым человеком в любом обществе и прежде всего в профессиональной сфере.

Одним из примеров качественных интервью-диалогов на телевидении

является выпуск программы «Познер», выпущенный в память об Эдуарде Лимонове, и отснятый за два года до его смерти.

Эдуард Лимонов беседует с ведущим о том, как он жил в эмиграции и почему в 1991 вернулся в Россию, о демократии и свободе личности, о Сталине, Наполеоне и причине распада Союза Советских Социалистических Республик [9].

Интервью начинается с ряда вводных, открытых вопросов: «Вы смотрели, как вас представляет википедия? Русский писатель, публицист, поэт, политический деятель. Если останется одно из них, как кто бы вы хотели запомниться?». Довольно располагающие вопрос, не способствующий монотонным рассуждениям респондента.

Гость нередко перебивает журналиста, но второй, в свою очередь, не отходит от вопроса, соблюдая логику и целостность рассуждений, и следуя всем стандартам профессиональной этики.

Владимир даёт высказаться Лимонову таким образом, чтобы в рамках тайминга передачи выжать планируемый «максимум».

Виды вопросов, которые используются в данном интервью:

Исследовательские вопросы (провокационные): Познер перечисляет весь маршрут, по которому двигался Лимонов за пределами страны и интересуется вопросами сотрудничества с КГБ, почему выбор для миграции в пользу США, и считает ли он сегодня Россию демократической страной.

Уточняющие вопросы: Познер прерывает рассуждения, когда респондент предаётся рассуждениям («почему уехал из Америки?» – Вслед за книгой, «какой?» ... – Первой, «книгой на русском языке?» – да).

Интерпретирующие вопросы: «То есть вас пригласили в Париж?»

Структурирующие вопросы: «Прежде чем ответить на этот вопрос, считаете ли вы для России демократию необходимой?». Кстати, именно после этого интервью, Познер тактично умирят респондента и объявляет рекламу, ссылаясь на «жёсткие рассуждения» (речь про то, что власть перестала быть эффективной. Герой радикален, отрицает позицию журналиста, не даёт вставить слова) и др.

Зеркальные вопросы «Мои знакомые говорят, что демократия не соответствует духу русского человека. Вы согласны с этим взглядом?».

Если подытожить, вопросы интересные, Познер не боится спорить с Лимоновым, демонстрируя превосходство своего знания, добавляя посреди диалога «подождите, я закончу», «вы ошибаетесь», а затем и «я с вами ни в коем случае не спорю». Многие темы автор решает не поднимать. После просмотра становится совершенно очевидным, почему записанная программа ушла в архив.

Да, вопросы в интервью ясные и краткие, они не допускают односложных ответов и весьма конкретны. Интервью вышло больше в «Лимоновском» стиле, нежели в «Познеровском». Ироничное и серьезное, посмертное и при этом очень живое. Наблюдательности гостя можно лишь позавидовать, и отметить яркости его личности, к которой можно относиться как угодно, но остаться от него без неизгладимого впечатления невозможно.

Телевизионное интервью имеет принципиальное отличие от того же жанра в других видах СМИ, ведь в нём нельзя отредактировать текст или переставить местами фрагменты диалога, как это делается в прессе. Всякое вмешательство (если речь о записанном интервью), которое может произвести тележурналист, – вырезать какой-то неудачный фрагмент.

Ключевым навыком интервьюера является способность выступать в роли «зеркала», то есть, не демонстрируя себя прямым методом, раскрывать личность и взгляды интервьюируемого. Это невероятно сложно, так как все люди имеют сложную психологическую организацию, кто-то более закрыт, кто-то говорит удобные вещи, кто-то отвечает сухими предложениями, кто-то мизантроп или пренебрежителен к журналистике со всеми её представительными лицами.

Зачастую именитые в обществе люди со временем начинают собирать персональный набор клише, которые выдают при любом нужном случае, почти никак их не видоизменяя. От того настоящие специалисты стремятся взять эксклюзивное, первое в своём роде интервью по интересующим зрителя вопросам, либо же интересуются вопросами с перспективой на будущее.

Есть темы, которые респондент не хотел бы выносить на дискурс, а журналист, наоборот, раскрыть. Таким образом, интервьюер – человек, который вступает в сложную коммуникацию, которая к тому же должна нравиться широкой публике.

В чем разница журналистов на ТВ от тех представителей медиа, которые ведут деятельность в интернете (Надежда Стрелец, Ида Галич и др.)? Первые ограничены форматом передачи и требованиями канала, не смотря на острые формулировки вопросов, но без личных выпадов, умело поддерживает ритм разговора, по ходу перестраивает сценарий (домашнюю заготовку), даёт гостю высказаться, не обрывая его монолог на кульминационном моменте. В случае с Познером, он предпочитает навязывать гостям свою тематику, непроизвольно навязывая своё моральное и интеллектуальное превосходство, нередко цитируя философов и погружаясь в собственные рассуждения. В этом нет как таковой проблемы, так как итоговый продукт его работы нравится аудитории, целевую аудиторию таких программ зачастую не заботят вопросы «профессиональных требований», а его выступление в роли представительного лица российской журналистики более чем устраивает зрителя и позволяет пронести сквозь всю программу стабильный рейтинг, с от и до с +/- равными показателями.

Из больших плюсов Познера – он готовится к разговорам, изучает биографии гостей, избегают манипулятивных техник, не расставляют логических вопросов-ловушек, не задают риторических вопросов, целью которых является демонстрация собственного видения ситуации, относятся с уважением к интервьюируемому.

Сравнивая с практикой ведения интервью, например, Соловьева, можно понять, что Познер не просто – хороший интервьюер, а человек, работающий в «элегическом жанре», речь идёт об интервью.

Говоря о подаче, Познер обращается к постсоветской интеллигенции, и

лишь будучи состоявшимися личностями, аудитория понимает, что от него ждать, каковы его взгляды и убеждения, какие нравственные рамки он себе выстроил.

Познер акцентирует внимание на тематике разговора, ведь позиционирует себя как «профессионал». Несмотря на заявления самого Познера, его авторская программа представляет собой не классическое интервью, а скорее столкновение с гостем в рамках телевизионного эфира. Этим оно отчасти и привлекательно, поскольку конфликт для подавляющего большинства зрителей есть нечто гораздо более интересное, нежели разговор по душам.

Владимир Познер, в силу опыта, старается не пересекать грань нейтралитета. Тут же стоит отметить, что самые неудавшиеся эфиры обычно снимаются с людьми, к которым он изначально относится благожелательно. В такие моменты Владимир Владимирович максимально дистанцируется от зрителя, устремляясь в обсуждения, в которых заинтересован разве что он сам. Это не хорошо и не плохо, таков формат его передачи.

Он не даёт просто так уйти от ответа. Познер мастер риторики, умеет вести диалог, действует в рамках этики.

Нужно быть логичным, вопрос должен вытекать из вопроса, а не просто откуда-то взялся, непонятный, то есть надо продумывать, что вы делаете. Означает ли это, что нужно составить некий список вопросов? В этом нет большого вреда, все-таки организация того, о чем вы собираетесь говорить, это, в конце концов, вещь хорошая, но это не записано в камне, как говорится.

Если интервьюер задает вопрос, ожидая определенного ответа, но получает неожиданный и открывающий новые горизонты, важно быстро адаптироваться и продолжить разговор, не опираясь на заранее подготовленные вопросы. Нужно воспользоваться моментом, когда собеседник раскрывается, и исследовать новые темы, которые он предлагает.

Кроме того, важно обладать харизмой. Это слово стало популярным, хотя в русском языке звучит несколько неестественно. Харизма подразумевает обаяние, умение привлекать внимание как зрителей, так и собеседника. Даже если интервьюер не испытывает симпатии к гостю, важно уметь расположить его к себе. Это не всегда легко, но крайне желательно для успешного интервью.

Телевизионное интервью требует особых навыков, ведь оно отличается от письменного или радиоинтервью. На телевидении важны не только слова, но и мимика, жесты, паузы. Зритель не может попросить повторить момент, поэтому всё должно быть четко и ясно с первого раза. Интервьюер должен уметь использовать все эти элементы для создания эффектного диалога. Подготовка к нему также играет важную роль. Необходимо изучить предыдущие выступления гостя, его манеру общения, взгляды и интересы. Это помогает найти точки соприкосновения и зацепки для интересного разговора. Конечно, подготовка может быть трудоемкой, и иногда лучше делегировать часть работы помощникам, но без нее интервью рискует стать поверхностным и непрофессиональным. Без тщательной подготовки интервью теряет свою

целостность и глубину, превращаясь в нечто неструктурированное и малоинтересное для аудитории. Поэтому важно уделять внимание деталям и заранее продумывать возможные сценарии развития беседы.

Опираясь на труды В. Аграновского [7], можно вычленить некоторые советы, касающиеся реализации вопросов интервью:

1. Вопросы, задаваемые респонденту, должны быть краткими, точными и конкретными.

2. В ходе беседы журналист должен внимательно выслушивать респондента поставленному вопросу перед переходом к следующему вопросу или уточнению некоторых ранее затронутых, но недостаточно обсуждённых моментов.

3. Важно выяснить точку зрения интервьюируемого, но не нужно принуждать его принять наше мнение.

По классификации Г.В. Кузнецова [3] выделяются следующие этапы в подготовке вопроса:

1. Необходимо хорошо знать предмет будущего интервью (например, личность собеседника).

2. Вопросы должны быть сформулированы так, чтобы респондент не мог уклониться от ответа.

3. Первый вопрос должен заинтересовать респондента и втянуть его в беседу.

4. Следующие вопросы должны быть сформулированы, исходя из возможных ответов респондента.

На сегодняшний день широко распространена ошибка интервьюеров, связанная с подготовкой и формулировкой вопросов. Опираясь на анализ тех интервью, что сейчас активно захватывают интерес у массовой аудитории, можно увидеть, что некоторые интервьюеры, задавая одни и те же стандартные вопросы (по типу «Что вам нравится?», «Что не нравится?», «Над чем сейчас работаете?», «Расскажите что-нибудь про..», «Что больше всего запомнилось?», «Что вы цените в искусстве?» и т.п.), полагают, что такой набор, выученный ими раз и навсегда, позволяет обращаться к любому человеку.

В своей работе, Н.В. Кодола [1] отмечает, что коммуникативная точность, уместность и целесообразность высказываний, доступность речи являются одним из условий, составляющих успешное интервью. Сформулировать вопросы интервью необходимо так, чтобы они были максимально просты, точны и понятны собеседнику.

Анализируя популярные интервью, которые привлекают внимание массовой аудитории, можно заметить ошибку интервьюеров, заключающуюся в стандартных вопросах типа «Что вам нравится?» «Что не нравится?» или «Расскажите что-нибудь про..» и т.п.

Интервьюеры полагают, что такой набор вопросов, подготовленный раз и навсегда, подходит для всех ситуаций. Тем не менее, коммуникативная точность, уместность и доступность речи являются одними из важнейших элементов успешного интервью. Формулирование вопросов для интервью

необходимо делать максимально простыми, точными и понятными для собеседника.

На сегодняшний день наблюдается широко распространенная ошибка интервьюеров, связанная с подготовкой и формулировкой вопросов. Многие интервьюеры полагают, что использование одних и тех же стандартных вопросов позволяет обращаться к любому человеку. Однако, чтобы достичь успеха, необходимо обращать внимание на коммуникативную точность, уместность и доступность высказываний. Вопросы интервью должны быть максимально простыми, точными и понятными для собеседника.

Интервьюеру важно уметь переформулировать вопросы и разъяснить их, если респонденту что-то непонятно. Использование профессионального или разговорного сленга не всегда необходимо, чтобы найти общий язык с респондентом, и не следует задавать сразу несколько вопросов подряд. Если вопрос состоит из нескольких частей, то каждую часть следует задавать только после завершения ответа собеседника. Важно, чтобы вопросы были уместными и соответствовали поставленным целям.

Используя научные труды Н.В. Кодолы [1], можно выявить основные требования к вопросам интервью. Интервьюер должен учитывать уровень знаний интервьюируемого, а термины, используемые в вопросах, должны быть понятными для респондента. Также важно грамотно формулировать вопросы, чтобы избежать неудачных ответов.

Другой исследователь, Л.А. Васильева [5], отмечает, что для успешного проведения интервью необходимо тщательно подготовить неудобные вопросы, продумать их вариации и корректную формулировку.

Психологическая подготовка интервьюера играет важную роль в создании атмосферы разговора, и интервьюеру следует помнить, что его задача – получить ответ от собеседника, а не произвести впечатление своей эрудицией.

С.А. Муратов [2] также предлагает несколько требований к формулировкам вопросов для интервью. Вопрос должен быть интересным как собеседнику, так и аудитории, ясным и кратким, а также сформулирован на языке собеседника. Вопросы, которые допускают односложные ответы, уместны только в случае, если журналист хочет получить решающее суждение, попытаться мысль или подтвердить определенное мнение.

Существует множество упражнений, которые помогают обучиться составлению вопросов для интервью. Одно из таких упражнений, называемое «Простые и сложные вопросы», заключается в задании открытых вопросов, требующих развернутого ответа, и включении в ответ любой информации о себе, не обязательно связанной с вопросом.

Важно помнить, что роли интервьюера и респондента могут меняться, чтобы каждый участник мог получить возможность применить полученные навыки задавания вопросов и уметь отвечать на них.

В этом упражнении один участник рассказывает о себе или делится своим личным опытом, а второй участник старается поддержать разговор с помощью прояснений и перефразирования. Через пять минут роли меняются.

Между этими двумя этапами игры необходимо предоставить время для обмена впечатлениями и обсуждения возникших трудностей. С развитием коммуникативных навыков и готовности к самооткровению игроки научатся задавать вопросы, которые позволяют получить более разнообразные ответы.

Для интервьюера очень важно развить способность резюмировать основное содержание речи другого человека. Поэтому, в качестве развития коммуникативной компетенции, можно использовать другое упражнение – «Ключевые слова».

Ведущий ставит в стороне один стул, а остальные стулья располагаются вокруг него полукругом. После чего выбирается доброволец, который будет сидеть на стуле и выполнять тем самым роль «зомби».

Ведущий отдает ему карточку, на которой выписано три утверждения. Ниже приводятся примеры таких карточек.

Пример 1

Я – не самый добрый человек на планете.

Все дети склонны улыбаться.

Все мужчины должны быть вежливыми с девушками.

Пример 2

У меня есть важное дело по работе, но я о нём забыл.

Нужно думать о людях с тяжёлым материальным положением.

Бежевый цвет – любимый у Никиты.

Пример 3

Завтра я буду весь день мыть посуду за всех в семье.

Я могу постараться выучить всю лирику Александра Сергеевича Пушкина.

Очень маленькие уши – очевидно признак очень большого ума.

Задача остальных участников заключается в том, чтобы с помощью расспросов выяснить содержание карточки. Ведущий при этом просит «зомби» отвечать как можно искреннее, но с опорой на предложения, которые написаны в карточке. При этом задача «зомби» стараясь держать написанное на карточках в тайне, насколько это возможно. Когда кто-то из участников сможет угадать одно из суждений, ведущий поднимает руку и сообщает: «Первое есть. Осталось два». Если участники долго не могут добраться до «сверхценных суждений», написанных на карточках, ведущий просит «зомби» помочь. Игра направлена на развитие креативности, умение задавать вопросы, а также разговорить собеседника.

При создании текста, стоит понимать, что каждый жанр СМИ предназначен для решения определённой информационной задачи, а также имеет свои методы работы с полученной информацией. Наиболее популярный метод сбора информации – это интервью.

Тексты современных интервью отражают значительные изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника. Насколько удачным вышло интервью, можно измерить количеством и качеством информации, полученной за время его проведения. Вопросы – не самоцель журналистского интервью. Разумеется, оно, проводится ради ответов. Однако

ответы не рождаются сами по себе, их вызывает вопрос. Успех интервью зависит от качества общения, степени контакта между интервьюером и респондентом, их взаимопонимания, готовности респондента помочь интервьюеру. Вопросы профессионально удачного интервью являются не просто инструментарием для съема информации социологического характера.

Использование интервью в профессиональных целях позволяет расширить методическую базу разных СМИ и повысить качество медиа-процессов. Эффективность интервью существенно зависит от контекста, в котором они проводятся. Текст интервью имеет особую композицию, обусловленную типом высказывания (повествование, описание, рассуждение) и его жанровыми и стилистическими особенностями.

Композиционное оформление текста интервью помогает оптимально раскрыть его содержание и смысл, которые отражены (или могут быть отражены) в заголовке. Любой текст, созданный в ходе коммуникации, должен быть приведен в литературную форму с учетом жанровых и стилистических особенностей.

Библиографический список

1. Кодола Н.В. Интервью как жанр публицистики: содержание и методика обучения: дис. канд. пед. наук: 13.00.02. М.: 2007. 120 с. URL: <https://www.libfox.ru/207800-s-muratov-dialog-televizionnoe-obshchenie-v-kadre-i-za-kadrom.html>
2. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М.: Аспект Пресс, 2007. с. 88. URL: <https://www.libfox.ru/207800-s-muratov-dialog-televizionnoe-obshchenie-v-kadre-i-za-kadrom.html>
3. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юрковский А.Я. Телевизионная журналистика. М., 2002. 118 с. URL: <https://evartist.narod.ru/text6/23.htm>
4. Белановский С.А. Глубокое интервью: учебное пособие. М.: Никколо-Медиа, 2001. 151 с. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Reyting/belanovskiy_glubokoe_int.pdf
5. Васильева, Т.В. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие / Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Г. Н. Петров; под ред. С. Ю. Агапитовой, Е. П. Почкай. СПб.: 2004. 287 с. URL: <https://lektsii.org/7-12917.html>
6. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 1999. 416 с. URL: https://lib.ru/NEWPROZA/AGRANOWSKIJ_W/agran_01.txt
7. Аграновский В. Ради единого слова. М., 1978. 168 с. URL: https://lib.ru/NEWPROZA/AGRANOWSKIJ_W/journalist.txt
8. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. 185 с. URL: <https://goo.su/y5Ly8>
9. Электронный портал «Первый канал». URL: <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-eduard-limonov-pozner-vypusk-ot-30-03-2020>