

Стилистические приемы при проведении интервью

Т.С. Васильцова, Г.А. Доброзракова

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

Обоснование. В современном мире интервью является одним из самых действенных способов сбора и последующего анализа информации. Интервью — это один из жанров журналистики, который осуществляется в форме диалога интервьюера с личностью, обладающей какой-либо общественной значимостью. Интервью, в отличие от других жанров журналистики, интересно тем, что главенство находится у собеседника журналиста, а не у самого журналиста. Однако проблема заключается в том, что журналист должен владеть разнообразием типов и форматов получения сведений для информирования общества, а также конкретными стилистическими приемами, которые влияют на поведение журналиста во время интервьюирования.

Цель — выявить стилистические приемы, используемые журналистами при проведении интервью, а также условия применения того или иного стилистического приема.

Методы. В данной работе были применены методы наблюдения и анализа.

Результаты. Выделяются три подхода к проведению интервью, а именно: жанровый, методологический и этический. При любом подходе стилистические приемы интервьюирования остаются неизменными. К таким стилистическим приемам относятся: конфронтационный стиль, элитарный стиль и партнерский режим. Каждый прием применяется для достижения определенной цели. Кроме того, при использовании разных стилистических приемов интервьюер и интервьюируемый имеют разные «роли».

При конфронтационном стиле проведения интервью журналист своим поведением показывает, что он не доверяет источнику информации. Не все вопросы, обращенные к интервьюируемому, могут быть приятны или корректны. В процессе переговоров, проводимых при помощи конфронтационного стиля, активно используются различные переговорные трюки и хитрости. Можно сказать, что конфронтационный стиль проведения интервью является соревновательным.

Второй стиль проведения интервью — элитарный. Журналист здесь использует риторику поучения. Следует отметить, что при таком подходе необходимо уделять большое внимание предварительной подготовке и тщательному продумыванию задаваемых вопросов, так как данный стиль более характерен для общения с политиками или другими влиятельными личностями. Эти люди не стремятся показать свои истинные чувства, поэтому в общении придется ориентироваться на полученную информацию, даже если она является банальной и заурядной. Важная деталь, которую необходимо учитывать при использовании элитарного стиля: интервьюируемый не всегда легко идет на контакт, из-за чего могут возникнуть проблемы в коммуникации.

Партнерский режим является наиболее комфортным для проведения беседы как с позиций интервьюера, так и с точки зрения интервьюируемого. При партнерском режиме общения сбор информации осуществляется в процессе межличностной коммуникации и равноправного взаимодействия участников диалога, а не при помощи исполнения ролей получателя и источника информации.

Выводы. Стилистические приемы при проведении интервью значительно различаются между собой. Каждый стиль по-своему уникален и применяется только в соответствующей ситуации. Стиль проведения интервью зависит не только от того, с кем оно проводится, но и от умения журналиста правильно определить цель общения.

Ключевые слова: интервью; интервьюер; стилистические приемы; методы проведения; конфронтационный стиль; элитарный стиль; партнерский режим.

Сведения об авторах:

Татьяна Сергеевна Васильцова — студентка, группа PCO-11, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: w_tatyana@mail.ru

Галина Александровна Доброзракова — научный руководитель, доктор филологических наук, доцент; профессор кафедры связей с общественностью; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: deva_roza@list.ru