

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ В ТЕЛЕИНТЕРВЬЮ

Василюк. А. Л.

Белорусский государственный университет

В данной работе рассматриваются невербальные средства коммуникации в телеинтервью. Тема работы является актуальной, поскольку в наше время невербальные средства помогают сложить целостную картину полученной информации о человеке. Подобную информацию мы получаем через жесты, мимику и интонацию, поскольку именно они способны выразить и корректно интерпретировать душевное состояние, темперамент, социальный статус и самооценку человека.

Невербальные коммуникации интересуют людей по всему миру. Например, австралийский писатель Аллан Пиз стал известным благодаря своей книге «Язык телодвижений». Немецкий психолог Хорст Рюкле написал книгу «Ваше тайное оружие в общении».

Коммуникация может быть :

- 1) вербальная**, обмен информацией происходит с помощью слов и звуков. Это наиболее эффективная форма общения, которая приводит к быстрому обмену информацией и обратной связи.
- 2) невербальная**, передача информации и общение происходят бессловесно, с помощью различных знаков и жестов. Обратная связь наблюдается только после того, как реципиент полностью понимает полученное сообщение. Невербальная коммуникация, дополняет вербальную, что позволяет правильно интерпретировать и понимать полученную информации.
- 3) паравербальная коммуникация**, сопровождение звуковыми сигналами устной речи, чтобы привнести в нее дополнительные значения. Поэтому произнесенное слово никогда не является нейтральным. То, как мы говорим, иногда важнее самого содержания сообщения [2, С. 279].

Люди используют невербальную коммуникацию ежедневно как осознанно, так и бессознательно. Видеозапись интервью позволяет его перематывать, анализировать, таким образом, открывая для себя новую информацию о сказанном и говорящем.

В современной науке слово «интервью» имеет много толкований. В широком смысле, интервью является формой сбора определенной информации журналистов в ходе беседы при помощи формы «вопрос-ответ». Исследователь С. Н. Ильченко в учебном пособии «Интервью в журналистском творчестве» дает определение интервью как акту коммуникации, основанном на диалоге журналиста и респондента при последовательном чередовании вопросов и ответов с целью получения необходимой информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес[1, С. 3].

В переводе с английского языка «интервью» – «беседа» (диалоговая форма передачи актуальной социально-значимой информации). Журналист ведет беседу с интересными, общественно-активными лицами и передает ее по каналам СМИ. Главным в этом диалоге становится человек, с которым беседует журналист. Все факты, комментарии передаются от лица, которого интервьюируют. Для читателя главными становятся слова авторитетного человека, этим интервью и ценно для аудитории.

Существует большое количество классификации публичных интервью в зависимости от:

- Формы публикации в СМИ (газетное, журнальное, радио- и телеинтервью)
- Количества участников интервью (диалог и полилог)
- Характера организации интервью (опрос, анкета, пресс-конференция)
- Типа материала (информационный, личностный)
- Тематики беседы (политика, происшествия и т.д.) [3, С. 18].

Интервью в различных коммуникативных культурах имеет как общие черты, так и отличия. Одной из общих черт является известность

интервьюируемого и его компетентность в определенной теме. Также речь гостей, как правило, более клиширована, чем речь журналистов.

Для российской речевой культуры характерно развитие устного речевого общения в рамках телеинтервью по нескольким тематическим линиям одновременно. Что касается целевой направленности, для российских интервью характерна сенсационность и разоблачение. Большая часть американских телеинтервью является монотематическими диалогами, для них характерны панегирик и рекламная составляющая.

Характерной чертой российского телеинтервью является журналистский комментарий сказанного гостем студии, также высказывание собственного суждения. Стратегия американских журналистов заключается в высказывании своей точки зрения на проблему до того, как ее начнет комментировать гость студии.

В организационно-структурном построении американских телеинтервью прослеживается выверенный стандарт, а в нестандартном построении российского интервью замечен уход журналистов от шаблонов, они стремятся показать свою творческую индивидуальность.

Для американских журналистов характерна деловитость, демонстрация хорошего настроения, неконфликтность, открытая улыбка, отсутствие стремления к развернутости высказываний, многословности. Российские журналисты серьезны, иногда ироничны, конфликтны, многословны.

Стилистические характеристики реплик указывают на повышенное употребление американскими гостями студии общенаучной и книжной лексики. В репликах российских коммуникантов процент употребления разговорных оборотов выше, чем в американских интервью.

Особенности телеинтервью в российской и американской культурах позволяют наблюдать и правильно интерпретировать невербальные жесты. Невербальные сигналы могут подчеркивать устное сообщение. Например, когда мы повышаем или понижаем голос, уменьшаем темп речи, можем

сознательно акцентировать внимание на более важной информации. Также они могут регулировать взаимоотношение между людьми. С помощью зрительного контакта или жестов, можно контролировать и воздействовать на собеседника. Они передают информацию о эмоциональном состоянии человека, его темпераменте, самооценке, социальном статусе, могут заменять произносимые слова. Когда мы не знаем, что сказать, мы можем это выразить с помощью жестов.

Можем сделать вывод, что невербальные компоненты играют важную роль в жизни каждого человека. Более того, они правдивее вербальных выражений, так как очень сложно научиться контролировать свои жесты и мимику.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве: Учебное пособие. — СПб.: СПбГУ, 2003.
2. Кнапп М.Л., Невербальные коммуникации. – М, 1978. – 308 с.
3. Стрельникова М.А. Национальные особенности речевого жанра телеинтервью в российской и американской коммуникативных культурах. – Воронеж, 2005.