

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

*Л.В. Антилогова*

**ВЫПОЛНЕНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«КУЛЬТУРА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ  
ЖУРНАЛИСТА»**

**Методические указания**

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Оренбург  
2019

УДК 316.28 (076.5)  
ББК 60.524.224.51я7  
А 69

Рецензент – кандидат филологических наук, доцент И.А. Дымова

**Анпилогова, Л.В.**

**А 69** Выполнение контрольной работы по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста»: методические указания / Л.В. Анпилогова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург : ОГУ, 2019.

Методические указания «Выполнение контрольной работы по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста», написанные к.п.н., доцентом Л.В. Анпилоговой, содержат задания для двух контрольных работ по шести темам курса, рекомендации по их выполнению, рекомендуемую литературу, список использованных источников приложения.

Представленные методические указания адресованы обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика очной формы обучения.

УДК 316.28 (076.5)  
ББК 60.524.224.51я7

© Анпилогова Л.В., 2019  
© ОГУ, 2019

## Содержание

Введение .....	4
1 Задания для контрольных работ .....	8
2 Методика выполнения контрольных работ .....	11
2.1 Методические рекомендации по выполнению контрольной работы № 1 ....	11
2.1.1 Методические указания по выполнению задания по теме «Проблемы общения в истории общественного сознания».....	11
2.1.2 Методические указания по выполнению задания по теме «Сущность понятия профессионального общения журналиста» .....	14
2.1.3 Методические указания по выполнению задания по теме «Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения специалиста» .....	17
2.2 Методические рекомендации по выполнению контрольной работы № 2 ....	19
2.2.1 Методические указания по выполнению задания по теме «Текст как «превращенная форма общения».....	19
2.2.2 Методические указания по выполнению задания по теме «Культура речи журналиста в процессе профессионального общения».....	26
2.2.3 Методические указания по выполнению задания по теме «Жанр – важная категория общения в журналистике» .....	29
3 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины .....	31
3.1 Основная литература.....	31
3.2 Дополнительная литература.....	32
3.3 Периодические издания .....	32
Список использованных источников .....	34
Приложение А.....	36
Приложение Б .....	42
Приложение В.....	46

## Введение

Методические указания «Выполнение контрольной работы по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста» адресованы обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Контрольная работа по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста» используется как такая часть образовательного процесса, благодаря которой возможно измерение уровня знаний, навыков и умений обучающегося. Она является одним из основных видов самостоятельной работы, т.е. такой организационной формы обучения, благодаря которой обеспечивается управление учебной деятельностью студентов по усвоению знаний и умений в области образовательной деятельности. Контрольная работа входит в блок самостоятельной работы студентов, на которую в полном объеме отводится 73,75 часа.

Задания для контрольной работы представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Б.1.В.ДВ.3.2 Культура профессионального общения журналиста» и относятся к Блоку Б - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «уметь».

Набор предлагаемых преподавателем заданий по контрольной работе должен:

- предоставить студенту возможность индивидуального подхода к решению поставленных задач и самостоятельного определения объема работы, необходимого для достижения учебной цели;
- носить активный и креативный характер;
- стимулировать поиск самостоятельных творческих решений в процессе выполнения поставленных задач.

В предлагаемых методических указаниях представлены две контрольные работы по шести темам курса, представляющие собой блок заданий, которые

рассматриваются в рамках учебного процесса в соответствии со следующими разделами (темами) дисциплины в таблице 1.

Таблица 1 - Соответствие разделов (тем) дисциплины и количества предлагаемых заданий для контрольных работ

№ п/п	Контролируемые разделы учебной дисциплины	Количество заданий для контрольной работы
Контрольная работа № 1		
1	Проблемы общения в истории общественного сознания.	1
2	Сущность понятия профессионального общения журналиста.	1
3	Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения журналиста.	1
Контрольная работа № 2		
4	Текст как «превращенная форма общения».	1
5	Культура речи журналиста в процессе профессионального общения.	1
6	Жанр – важная категория общения в журналистике.	1
7	Итоговое занятие	-
	Итого:	6

Данная контрольная работа проводится каждым студентом обязательно в письменной форме во внеаудиторное время.

Контрольная работа по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста» проводится с целью:

- систематизации и закрепления теоретических знаний, полученных на лекционных и семинарских занятиях;
- развития познавательных способностей студентов;
- проявления ответственности и организованности;
- формирования практических умений и навыков в работе с научной литературой;

- развития навыков самостоятельной работы;
- получения навыков практической деятельности работы с публицистическими текстами;
- формирования и укрепления навыков овладения системой основных понятий коммуникативного процесса в профессиональной деятельности журналиста;
- выработки аргументированного, логически последовательного, грамотного изложения материала;
- развития умения применять теоретические знания на практике для анализа, оценки правильного выбора определенного варианта решения задания;
- выработки навыков исследовательской работы.

Предлагаемая контрольная работа отвечает требованиям формирования следующих профессиональных компетенций:

- ОК-6 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- ОПК-1 способностью осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности;

ОПК-12 способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы;

- ПК-3 способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

Контрольная работа студентов оценивается преподавателем дисциплины. Данный вид работы предназначен для студентов очной формы обучения. Результаты контроля обучающихся анализируются на практических занятиях, проводимых по учебному плану.

Для выполнения контрольной работы студентам необходимо использовать следующие учебные пособия и методические указания автора:

1 Культура профессионального общения журналиста: учебное пособие; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, И.А. Магеррамов, Т.Н. Тюлюлюкина. – Бузулук: «Бузулукская типография», 2012. – 545 с.

2 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.

3 Риторика: учебное пособие для студентов специальностей социального, гуманитарного и экономического направлений; авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. – 632 с.

4 Современный русский язык: Введение. Лексика. Фразеология. Лексикография; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, Ю.Т. Долин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2008. – 447 с.

5 Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Выпуск учебных средств массовой информации»: методические указания / Л.В. Анпилова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019. – 44 с.

## **1 Задания для контрольных работ**

Студентам по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста» предлагается выполнить две контрольные работы, представленные в форме заданий в соответствии с изучаемыми разделами (темами) (см. таблицу 1).

### **Контрольная работа № 1:**

**Задание 1 по теме «Проблемы общения в истории общественного сознания»**

Поразмышляйте, почему в истории общественного сознания наблюдаются столь неоднозначные подходы к рассмотрению сущности понятия общения?

**Задание 2 по теме «Сущность понятия профессионального общения журналиста»**

Напишите интервью на любую интересующую вас тему.

**Задание 3 по теме «Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения специалиста»**

Проанализируйте интервью, взятое из газеты или журнала, с точки зрения диалогического общения, учитывая сущность понятия диалога и правила его успешного ведения.

### **Контрольная работа № 2:**

**Задание 1 по теме «Текст как «превращенная форма общения»**

Дайте полную характеристику газетному тексту по следующему плану:

- особенности журналистского произведения как текста;



- структура текста;
- стиль текста;
- типы текста (описание, повествование, рассуждение).

## **Задание 2 по теме «Культура речи журналиста в процессе профессионального общения»**

Проанализируйте лексический состав речи ведущего (ведущей) одной из телевизионных программ по следующему плану:

1 С точки зрения сферы употребления:

- общеупотребительная лексика;
- лексика, ограниченная в употреблении (специальная (термины, профессионализмы), жаргонизмы, диалектизмы);

2 С точки зрения функционально-стилевого расслоения и экспрессивно-стилистической окраски:

- лексика разговорных стилей (разговорно-бытового, разговорно-литературного);
- лексика книжных стилей (научного, публицистического, официально-делового, языка художественной литературы).

3 С точки зрения происхождения:

- исконно русская лексика;
- заимствованные слова.

4 С точки зрения ее активного и пассивного запаса:

- устаревшие слова;
- новые слова (неологизмы).

5 Семасиологическая характеристика современной лексической системы:

- синонимы;
- антонимы;
- многозначные слова и др.

**Задание 3 по теме «Жанр – важная категория общения в журналистике»**

Охарактеризуйте жанровую палитру одного номера газет «Южный Урал» и «Оренбуржье». Классифицируйте опубликованные материалы по жанрам с указанием их специфических признаков. В чем принципиальное различие в использовании жанров этими газетами?

## **2 Методика выполнения контрольных работ**

При выполнении контрольных работ по дисциплине «Культура профессионального общения журналиста» следует обратить особое внимание на следующее:

1 Каждая контрольная работа сформирована по темам, что позволяет студентам выполнять задания с учетом пройденного материала.

2 Задания для контрольной работы могут быть использованы как итоговый контроль знаний студентов очной формы обучения (как отдельных студентов, так и группы в целом) после прохождения трех первых тем и в конце семестра.

### **2.1 Методические рекомендации по выполнению контрольной работы № 1**

Контрольная работа №1 включает блок заданий по трем темам:

- «Проблемы общения в истории общественного сознания»;
- «Сущность понятия профессионального общения журналиста»;
- «Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения специалиста».

#### **2.1.1 Методические указания по выполнению задания по теме «Проблемы общения в истории общественного сознания»**

При выполнении задания по теме «Проблемы общения в истории общественного сознания» необходимо ответить на вопрос: «Почему в истории обще-

ственного сознания наблюдаются столь неоднозначные подходы к рассмотрению сущности понятия общения?»

***При выполнении задания необходимо обратить внимание на следующее.***

Для ответа на поставленный вопрос студенту предлагается:

- во-первых, прочитать материал параграфа 1.1 «Философские знания о феномене общения» учебного пособия «Культура профессионального общения журналиста»; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, И.А. Маггеррамов, Т.Н. Тюлюлюкина. – Бузулук: «Бузулукская типография», 2012. – 545 с.);

- во-вторых, повторить лекционный материал по данной теме;

- в-третьих, проанализировать смысловые подходы философов к общению через понимание сущности Человека, представленные в таблице 2.

Таблица 2 - Смысловые подходы философов к общению через понимание сущности Человека

Историко-философский период	Краткая характеристика сущности человека	Понимание общения
Античная философия классического периода (сократовский период) (Сократ, Платон).	Целостное, пластичное восприятие человека.	Общение – диалог как сложное явление, производящее совершенно особую, непредсказуемую до диалога смысловую сущность, - эталонная форма взаимовоспитательных человеческих контактов.
Философия ренессанса (Дж. Манетти, М. Фичино, М. Лютер, Л. Вилла и др.).	Человек как особый микрокосмос, «модель мира».	Общение как чувственно-разумная модель, основанная на гуманистических принципах свободы, любви, доброты, равенства и т.д.
Философия Нового времени (XVII в.) (Ф. Бэкон, Дж. Локк, Б. Спиноза, Т. Гоббс и др.).	Человек признается общественным существом – субъектом познания.	Общение как средство познания других людей и окружающего мира

## Продолжение таблицы 2

<p>Философия XVIII-XIX вв. (И. Гете, И.Ф. Шиллер, Ф.В. Шеллинг, И. Кант, И.Г. Фихте, Л. Фейербах и др.).</p>	<p>Человек как высшая ценность рассматривается в соответствии с нравственными принципами свободы и др. гуманистическими ценностями.</p>	<p>Общение как «арена» для выполнения нравственного закона.</p>
<p>Философия конца XIX – начала XX вв.:</p> <p>Философия «возмутителей спокойствия» (Ф. Ницше, А. Шопенгауэр, С. Кьеркегор и др.).</p> <p>«Русский духовный ренессанс» - религиозно-космологическое направление (В.С. Соловьев, Н.А. Бердяев, В.В. Зеньковский, Н.О. Лоский и др.).</p>	<p>Человек как сильная свободная личность.</p> <p>Целостный человек утверждался как микрокосмос в единстве с Космосом и природой, но предпочтение отдавалось Богу; в человеке не видели деятеля истории.</p>	<p>Проблема общения как таковая не рассматривалась, но в качестве основы взаимоотношений и общения между людьми брался этический категорический императив, выражающийся в феноменах сострадания, справедливости, человеколюбия.</p> <p>Общение не рассматривалось как самостоятельная проблема, хотя общение признавалось как необходимое для осуществления «всеединства».</p>
<p>Отечественная философия XX века (В.Н. Сагатовский, А.А. Богданов, А.С. Мамзин, Ю.Г. Волков, В.С. Поликарпов и др.).</p>	<p>Человек как «антропологическая целостность», как «психофизиологическая и социальная определенность»</p>	<p>Общение как необходимая потребность, существующая в системе субъект-субъектных отношений.</p>

## **2.1.2 Методические указания по выполнению задания по теме «Сущность понятия профессионального общения журналиста»**

Выполняя задание по теме «Сущность понятия профессионального общения журналиста», необходимо написать интервью на любую интересующую студента тему.

*При выполнении задания необходимо обратить внимание на следующее.*

Прежде всего, важно прочитать материал Уолтера ван Дайка Бинхема и Брюса Виктора Мура «Как интервьюировать. Советы начинающим», представленный в приложении А, который поможет при подготовке и проведении интервью.

Достаточно важным в интервью является понимание сути вопросов, используемых в интервью. Т.В. Шумилина предлагает обратить внимание на три значимых момента, касающихся вопросов в интервью:

1 Классификация вопросов интервью:

- открытые и закрытые вопросы;
- вопросы основные, зондирующие, дополнительные;
- контрольные вопросы;
- вопросы прямые и косвенные, личные и безличные;
- наводящие, или подсказывающие, вопросы.

2 Требования к формулировке вопросов:

- язык и стиль вопросов;
- уместность вопроса;
- осведомленность интервьюируемого;
- Последовательность вопросов и тем.

3 Функции вопросов в интервью:

- реализация целей и задач интервью;

- установление отношений сотрудничества с интервьюируемым, то есть функция психологическая;

- продумывание вопросов как части будущего журналистского текста, то есть стилистическая функция, и использование их в качестве своеобразного драматического стержня материала (эта функция особенно существенна для радио- и тележурналистики).

Д. Аллен предлагает рассмотреть «Двенадцать ступеней к неотразимому интервью», которые помогут начинающему журналисту при создании интервью:

1 Познакомьтесь с собеседником заранее.

2 Хорошенько оденьтесь (эта рекомендация содержит подробное описание полезной для интервью одежды женщин и мужчин).

3 Приходите один.

4 Прибывайте вовремя.

5 Применяйте четыре волшебных действия при встрече:

- улыбку;

- взгляд прямо в глаза;

- слова «Очень приятно познакомиться с Вами»;

- твердое, но вежливое рукопожатие.

6 Не позволяйте себе оказываться в подчиненном положении.

7 Ставьте себя в равное положение с собеседником.

8 Произносите хорошие слова о нем.

9 Выражайте восторг его достижениями.

10 Будьте наблюдательны.

11 Демонстрируйте энтузиазм, доверительность, энергию, надежность.

12 Применяйте четыре волшебных действия при прощании:

- улыбку;

- взгляд прямо в глаза;

- слова «Это звучит как благоприятная возможность...»;

- «я надеюсь еще раз Вас услышать...».

При работе над интервью стоит обратить внимание на вопросы, которые вы можете задать себе сами с целью осмыслить общую методику ведения будущего разговора (интервью), научиться правильно конструировать его модель в наиболее типичных ситуациях, прогнозировать линию поведения, свой психологический настрой:

- 1 Какую главную цель я ставлю перед собой в беседе?
- 2 Удивился ли мой собеседник, когда я попросил его о встрече?
- 3 Могу ли я обойтись без этого разговора?
- 4 Готов ли к обсуждению предлагаемой темы мой собеседник?
- 5 Уверен ли я в благополучном для меня исходе разговора?
- 6 Что я хочу уяснить для себя?
- 7 Какие приемы воздействия на собеседника я использую в разговоре?
- 8 Какие вопросы я буду задавать?
- 9 Какие вопросы может задать мне собеседник?

Начиная разговор, помните о следующем:

1 Готовьте свой первый вопрос так, чтобы он был коротким, интересным, но не дискуссионным.

2 Следите, чтобы ваши вопросы содержали слова: «почему», «когда», «как». Это исключит односложные ответы «Да» и «Нет».

3 Внимательно выслушивайте ответ на заданный вопрос.

4 Если не понимаете сущность ответов, уточните, не говорите ли вы с собеседником о разных вещах.

5 Если вы не согласны с мнением собеседника, не используйте возражения в категорическом тоне.

6 Вопросы задавайте так, чтобы собеседник оказался перед необходимостью выбора между двумя вариантами ответа. Конкретные вопросы заставляют собеседника высказывать то, что, по его мнению, нужно сказать, независимо от собственного мнения.

Пример интервью студентов группы 16 Ж(бп)ОП представлен в приложении Б.



### **2.1.3 Методические указания по выполнению задания по теме «Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения специалиста»**

Выполняя задание по теме «Особенности коммуникативной деятельности в процессе общения специалиста», необходимо проанализировать интервью, взятое из газеты или журнала, с точки зрения диалогического общения, учитывая сущность понятия диалога и правила его успешного ведения.

*При выполнении задания необходимо обратить внимание на следующее.*

Студент самостоятельно выбирает интервью, при анализе которого, прежде всего, необходимо вспомнить, *в чем заключается сущность понятия диалога?*

Диалог в лингвистике определяется как разговор более чем одного участника общения, в основном, устное межличностное вербальное взаимодействие.

Первичность диалога в процессе коммуникации доказывали многие исследователи (Л.В. Щерба, Л.П. Якубинский, Л.С. Выготский, Г.Я. Солганик и др.). Так, Л.В. Щерба отмечал, «что монолог является в значительной степени искусственной языковой формой и что подлинное свое бытие язык обнаруживает лишь в диалоге». Л.П. Якубинский замечал: «В сущности всякое взаимодействие людей есть именно **в з а и м о д е й с т в и е**; оно, по существу, стремится избежать односторонности, хочет быть двусторонним, «диалогичным» и бежит «монолога».

Диалогическая речь имеет особенности, отличающие её от монологической речи:

- процесс высказывания разделен между двумя людьми – спрашивающим и отвечающим;

- во время диалога мотив, побуждающий к высказыванию, заключен не во внутреннем замысле самого субъекта, а в вопросе спрашивающего, в то время как ответ на вопрос исходит из заданного собеседником вопроса;

- знание общей темы беседы;

- знание ситуации определяет речевое высказывание;

- участник беседы может включить в неё наряду с языковыми компонентами, выражаемыми в грамматических структурах, еще и ряд внеязыковых компонентов;

- допустимость неполноты использования грамматических средств.

Исходя из этого, под диалогом будем понимать следующее:

Диалог – «это не простой обмен репликами и не ... «обмен информацией», а сложное явление – «разговор», когда двое (или более) людей производят, на основе собственных знаний, позиций, некий общий «третий смысл», «третью ценность»: не ту, которая раскрывает первый и второй, а совершенно особую, непредсказуемую до диалога смысловую сущность, решительно влияющую на индивидуальную траекторию последующего существования и развития каждого из участников разговора» (по Л.Н. Куликовой).

Важно также вспомнить *правила успешного ведения диалога*:

1 В диалоге каждое сообщение (послание) рассчитано на его интерпретацию собеседником и возвращение в преломленном, обогащенном, интерпретированном виде для дальнейшей аналогичной обработки другим партнером и т.д.

2 Слово рождается в диалоге, как его живая реплика, формируется с чужим словом в предмете. Важным при этом является наличие понимания.

3 Журналисту всегда следует помнить о том, что для осмысления сущности сказанного важно следующее: говорящий человек всегда заявляет о себе как о личности, и только в этом случае возможно установление контакта в общении с другими людьми.

4 Суть диалогического общения во многом определяется его структурой.

5 Наиболее значимым и обобщающим в диалоге является поиск единой истины, того нового, что не имело место до диалога.

Если монологическая речь характеризуется относительной развернуто-стью, непрерывностью, в большей степени произвольна и меньше зависит от собеседника, то для диалогической речи характерен сравнительно быстрый обмен высказываниями. Приведем в качестве примера следующий текст, представленный в приложении В.

## **2.2 Методические рекомендации по выполнению контрольной работы № 2**

Контрольная работа № 2 включает блок заданий по трем темам:

- «Текст как «превращенная форма общения»;
- «Культура речи журналиста в процессе профессионального общения»;
- «Жанр – важная категория общения в журналистике».

### **2.2.1 Методические указания по выполнению задания по теме «Текст как «превращенная форма общения»**

Выполняя задание по теме «Текст как «превращенная форма общения», необходимо дать полную характеристику газетному тексту по следующему плану:

- особенности журналистского произведения как текста;
- структура текста;
- стиль текста;
- типы текста (описание, повествование, рассуждение).

Студент для анализа самостоятельно выбирает газетный текст.

*При выполнении задания необходимо обратить внимание на следующее.*

Для выполнения этого задания студентам следует обратиться к параграфу 1.4 «Текст как «превращенная форма общения» учебного пособия «Риторика»; авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. – 632 с.

Обратимся к основным моментам работы над этим заданием.

Во-первых, важно вспомнить *особенности журналистского произведения как текста.*

Журналистский текст – это система выразительных средств: вербальных (словесных) и невербальных (оформление). Следует помнить, что текст должен содержать три значимых компонента:

- сообщение о проблеме или возникшей ситуации;
- фрагментарное или самостоятельное осмысление ситуации;
- применение эмоционального воздействия на аудиторию.

Текст, созданный журналистом, имеет определенные цели:

- оценочную (оценка происходящего (описываемого));
- установочную (причинно-следственные связи);
- прогностическую (представление прогноза);
- новостную (информационную) (сообщение о чем- или ком-либо).

Отличительными признаками текста (по Л.М. Майдановой) являются:

#### *1 Целостность.*

Она создается наличием авторского замысла. Смысловое единство текста, то есть его целостность выявляется путем вычленения его основной мысли. Изображение смысловой структуры текста (по В.Д. Тункелю и Т.М. Дридзе), продиктовало следующее:

1) *Главная мысль* (цель сообщения).

2) *Элементы общего содержания:*

а) *основные элементы:*

- основной констатирующий тезис;
- разъяснение основного тезиса;
- аналитическая оценка ситуации;

б) *второстепенные элементы:*

- иллюстрации к тезисам;
- общий фон к цели сообщения.

При этом основной тезис развивает главную мысль, разъясняющий тезис развивает основной тезис, аналитическая оценка раскрывает значение или следствие ситуации, рассмотренной в тексте. Фон подводит к теме и часто заканчивается прямой формулировкой задачи материала.

## 2 *Связность.*

Связность проявляется в смысловой зависимости последующего предложения от предыдущего. Как речевое образование текст представляет собой единство предложений, которое в силу специфических смысловых отношений между ними, возникающих внутри текста приводит к двум членениям материально – идеального текстового «пространства».

Во-вторых, необходимо вспомнить, что собой представляет *структура текста*. По своей структуре тексты делятся на монологические и диалогические.

Монолог, как отмечает В.В. Виноградов, имеет следующие особенности:

- монолог есть продукт индивидуального построения;
- он характеризуется последовательным изложением мыслей, что основано на логико-смысловых связях между предложениями;
- монолог характеризуется самостоятельным расположением речевых единиц;
- отличительная черта монолога – его непрерывность.

О диалоге более подробно говорится в параграфе 2.1.3.

Во-третьих, необходимо обратить внимание на *стилистические особенности текста*.

1) *Научный стиль* обусловлен особенностями научного мышления, в частности, отвлеченностью и четкой логичностью изложения материала. Текст научного стиля включает в себя сообщение объективной информации, доказательство правдивости научного значения.

Научный текст имеет довольно развернутую конструкцию представления главной мысли, включающую научный анализ и вскрывающую существенные признаки предмета, представленные достаточно логично, что находит свое отражение в содержании и объяснении построения текста.

Научный стиль включает много терминов, отвлеченных существительных типа *абстракция, бытие, категория, мышление, субъективность* и т.д. Научная лексика постоянно пополняется новыми словами. В научных текстах практически не используются слова из диалектов, просторечные элементы, крайне редкими являются вкрапления из разговорно-бытовой речи.

2) *Газетно-публицистический стиль* имеет неоднородный состав. Данному стилю присущ большой пласт общественно-политической лексики, составляющей его основу. Например: *атеизм, благосостояние, внешнеполитический, волюнтаризм, гражданственность* и др. В текстах данного стиля часто используются слова с отвлеченным значением, дающие разные оценки (*благосостояние, всепобеждающий, деградация, жизнеутверждающий* и т.п.).

В этом стиле часто используются разговорные слова, оживляющие тексты разных жанров. Немало в нем слов официально-деловых и научных, так как тематическая составляющая газетных публикаций самая разнообразная. Основным признаком данного стиля является его социальная значимость.

3) *Деловой стиль* содержит такие языковые средства, функция которых заключается в обслуживании сферы официально-деловых отношений (между органами власти, организациями или внутри них, организациями и частными лицами в процессе их разных видов деятельности (например, *заявление, доверенность, отчеты, расписка, справка* и т.д.).

Официально-деловой текст имеет развернутую главную мысль, представленную в схеме делового документа. В общем содержании текста главная мысль должна быть конкретизирована и аргументирована.

Логика официального документа закреплена в его традиционной схеме, которая задана, зачастую отпечатана на специальном бланке, в котором требуется заполнить определенные сведения. Так называемые канцелярско-деловые клише - заранее напечатанные бланки документов (дипломов, паспортов, справок, удостоверений и т.д.)

В текстах официально-делового стиля должны соблюдаться точность и четкость изложения мыслей и фактов. Поэтому в данном стиле речи много специальных терминов (например, дипломатических, юридических), нередко употребляются разного рода речевые штампы (*вышеупомянутый, исходящий, нижеследующий; на основании, в деле* и т.д.). В текстах этого стиля не употребляются и не допускаются иностилевые вкрапления (например, элементы разговорного стиля).

4) *Стиль художественной литературы* – это особый стиль, так как в нем воспроизводится все многообразие языковых стилей языка в целом. Он не вполне соотносительен с другими стилями речи, но он их использует в функционально преобразовательном виде, включает в себя в разных своеобразных комбинациях.

Художественный текст рассказывает о людях, природе, разных событиях, рассказывает о них живо и ярко. В этой картине писатель говорит читателю о своих взглядах на окружающий мир, на человека. Он повествует о смысле жизни и смерти, любви и ненависти, он говорит о родине, труде, совести, то есть обо всем, что всегда волнует людей, он говорит о том, что касается каждого читателя.

В-четвертых, вспомним особенности разных *типов текста*.

По типам выделяются: *повествование, описание, рассуждение*. Посмотрим на особенности этих типов текстов.

В *описательных текстах* предметы или явления изображаются путем перечисления характерных для них признаков. В начале или в конце описания дается представление о предмете или явлении в целом, основную часть составляют элементы описания – отрывки, раскрывающие отдельные стороны изображаемого. Элементы описания приводятся по определенной системе: в порядке их важности, в порядке последовательности расположения в пространстве и т.д. Данный тип текста имеет разновидности: описание художественное и научное, описание портрета, местности, события и пр. Например:

### *Построить свой дом*

*...Село Пронькино. Заметно молодеет оно. Появляются новые добротные дома. Сельчане сами их строят. Правление колхоза имени Фрунзе выделяет денежные ссуды, помогает транспортом, если есть возможность – строительными материалами.*

*За последние пять лет индивидуальными застройщиками возведено 20 домов. Село газифицировано, проложен водопровод. Имея просторное жилье, с удобствами, с надворными постройками, люди не стремятся уезжать из села.*

*А. Заляза*

*Повествовательные тексты* содержат рассказ о событиях, который ведется в хронологической последовательности. В повествовании выделяются основные события, указывается порядок их следования, показывается их взаимосвязь. Повествовательные тексты – это очерки, рассказы, информационные сообщения, биографическое произведение и т.д. Но нередко в повествовательных текстах, как правило, используются элементы описания и рассуждения и наоборот. Например:

### *На орбите Марса пропал американский спутник*

*Нам придется подождать с новостями о марсианской погоде. Первый в мире межпланетный метеорологический спутник «Марс Клаймит Орбитер»*



*потерялся при приближении к «красной планете». Специалисты НАСА винят в случившемся ошибку в компьютерной программе.*

*Космический робот стоимостью в 125 миллионов долларов приблизился к Марсу около 5 часов утра по вашингтонскому времени. Сработал тормозной двигатель, и спутник ушел из зоны радиосвязи, спрятавшись за планету. Только тут ученые заметили фатальную оплошность. Вместо высоты в 150 километров над поверхностью Марса спутник опустился до 60. Встреча с плотными слоями атмосферы грозила ему досрочным окончанием миссии. Худшие ожидания подтвердились через 25 минут, когда «орбитер» не вышел на связь. По версии ученых, он мог разрушиться и сгореть или даже разбиться о марсианскую поверхность.*

*Так или иначе, программа освоения Марса, которая должна увенчаться высадкой человека уже через десять – пятнадцать лет, споткнулась.*

*Андрей Кабанников*

*Рассуждением называется такой вид текста, в котором исследуются предметы или явления, вскрываются причины, анализируются внутренние признаки, доказываются определенные положения. В доказательствах выделяются основные положения (так называемый тезис), и суждения, обосновывающие правильность тезиса (их называют аргументами).*

*Тексты типа рассуждений: выступления, дискуссии, характеристики героев произведений и т.д. В качестве примера приведем следующий текст:*

*Когда люди уходят, после них остаются вещи. Вещи безмолвно свидетельствуют о самой древней истине – о том, что они долговечнее людей. Неодушевлённых предметов нет. Есть неодушевлённые люди. Без вещей Пушкина, без природы пушкинских мест трудно понять до конца его жизнь и творчество. Это хорошо знали ещё современники поэта, и лучше всех Александр Иванович Тургенев, писавший о доме Пушкина, о соснах, сирени, гульбище и многом другом в Михайловском.*

*Давно известно, что для любого поэта места, где складывалась его судьба, где открылись его «вещие зеницы», особенно дороги. Они остаются для него навсегда самыми примечательными на свете.*

*Начало своей творческой биографии сам Пушкин связывал не только с царкосельскими садами, но и с михайловскими рощами. В Михайловском он осознал, «зачем на свет родился». Он постиг в нём истинную щедрость природы, её безграничность, «красу, вечно сияющую». И он отдал сердце и любовь здешнему небу и земле, её хлебу, цветам, деревьям и птицам. Михайловское было его домом, через окна которого он увидел свою Отчизну. Оно было его судьбой и счастьем.*

*Через любовь к цветам, птицам и травам к великому поэту пришла любовь к своему народу, любовь светлая, жизнерадостная, как чудесная песнь соловья или иволги.*

*Через любовь к природе Михайловского приходит радость и ко всем нам.*

*С.С. Гейченко*

## **2.2.2 Методические указания по выполнению задания по теме «Культура речи журналиста в процессе профессионального общения»**

Выполняя задание по теме «Культура речи журналиста в процессе профессионального общения», необходимо проанализировать лексический состав речи ведущего (ведущей) одной из телевизионных программ по следующему плану:

1 С точки зрения сферы употребления:

- общеупотребительная лексика;
- лексика, ограниченная в употреблении (специальная (термины, профессионализмы), жаргонизмы, диалектизмы);

2 С точки зрения функционально-стилевого расслоения и экспрессивно-стилистической окраски:

- лексика разговорных стилей (разговорно-бытового, разговорно-литературного);

- лексика книжных стилей (научного, публицистического, официально-делового, языка художественной литературы).

3 С точки зрения происхождения:

- исконно русская лексика;

- заимствованные слова.

4 С точки зрения ее активного и пассивного запаса:

- устаревшие слова;

- новые слова (неологизмы).

5 Семасиологическая характеристика современной лексической системы:

- синонимы;

- антонимы;

- многозначные слова и др.

Задание следует выполнять в таблице, записав ФИО ведущего, название программы, дату её выхода в эфир.

### ***Пример выполнения задания.***

При выполнении этого задания необходимо обратиться к учебному пособию «Современный русский язык: Введение. Лексика. Фразеология. Лексикография»; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, Ю.Т. Долин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2008. – 447 с.

Оформление задания следует проводить в таблице.

В качестве примера приведем особенности лексической палитры ведущей программы «Энигма» телеканала «Культура» И. Никитиной. Ее анализ представлен в таблицах 3 и 4.

Таблица 3 - Краткая характеристика выпуска программы «Энигма» телеканала «Культура» (март 2018 г.)

Дата выхода в эфир	Название программы	Краткое содержание
1.03.2018 г.	Энигма. Юлия Лежнева	Российская оперная певица. С 2007 года выступает с концертами на крупных европейских и мировых площадках в сопровождении дирижёра и пианиста-виртуоза М. Антоненко

Таблица 4 - Анализ лексики И. Никитиной, ведущей программы «Энигма» телеканала «Культура»

Лексика	Примеры употребления лексики в программе
1 Сфера употребления:	
- общеупотребительная лексика	девушка, образ, роль, получилось, чувствуете, прекрасно, выходит, сошлось, певица, хочется, поворот и др.
- лексика, ограниченная в употреблении:	
- термины;	рецензия, опера, репертуар, пианизм.
- профессионализмы;	-
- жаргонизмы;	-
- диалектизмы.	-
2 Происхождение:	
- исконно русская лексика;	место, любовь, учесть, любой, команда, начались и др.
- заимствованные слова.	кроссовер, трансформация, опера, репертуар, пианизм и др.
Активный и пассивный запас:	
- активный запас;	необыкновенный, талант, дорогие, внутренняя, участвуешь и др.
- пассивный запас:	
- устаревшие слова;	-
- новые слова (неологизмы);	-
Семасиологическая характеристика современной лексической системы:	
- синонимы;	замечательная - прекрасная
- антонимы;	-
- многозначные слова.	идет

### 2.2.3 Методические указания по выполнению задания по теме «Жанр – важная категория общения в журналистике»

Выполняя задание по теме «Жанр – важная категория общения в журналистике», необходимо охарактеризовать жанровую палитру одного номера газет «Южный Урал» и «Оренбуржье», классифицировать опубликованные материалы по жанрам с указанием их специфических признаков и ответить на вопрос: «В чем принципиальное различие в использовании жанров этими газетами?»

*При выполнении задания необходимо обратить внимание на следующее.*

*Специфика журналистских жанров.*

Журналистский текст, являясь особым видом информационного продукта, существует в нескольких жанровых формах. Жанр как исторически сложившаяся литературно-публицистическая форма обладает определенными устойчивыми признаками, многообразие которых обусловлено тем, что произведения отражают различные стороны действительности, имеют различные задачи и назначение.

Характер жанра определяется характером явлений, отношением к ним автора и задачей, которую тот перед собой ставит. С учетом этих признаков выделяются следующие *группы жанров*.

1 *Информационные жанры* (новость, заметка, интервью, репортаж, отчет, реплика) объединяет между собой событийный повод для выступления, поэтому их главная цель заключается в оперативном сообщении о факте, событии, явлении. Определяющим признаком информационных жанров является новизна.

2 *Аналитические жанры* (корреспонденция, статья, комментарии, рецензия, обозрение) представляют собой глубокое исследование жизни и всеосто-

ронный анализ фактов, при этом делая выводы, обобщения и давая рекомендации.

3 *Художественно-публицистические жанры* (очерк, зарисовка, эссе, сатирические жанры – памфлет, фельетон), которым свойственны образность, типизация, эмоциональная выразительность и насыщенность литературно-художественными изобразительными средствами, языковыми и стилистическими особенностями.

Каждый вид жанра обладает своими особенностями и спецификой, о которых подробно можно прочитать в параграфе 1.6 «Жанр – важная категория общения в журналистике» учебного пособия «Культура профессионального общения журналиста»; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, И.А. Магеррамов, Т.Н. Тюлюлюкина. – Бузулук: «Бузулукская типография», 2012. – 545 с.) и методических указаниях «Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Выпуск учебных средств массовой информации» / Л.В. Анпилова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019. – 44 с.

### **3 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины**

#### **3.1 Основная литература**

1 Каменева, В.А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. - Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. - 168 с.

2 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие для студентов специальностей социального и гуманитарного направлений; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.

3 Мухамеджанова, Н. М. Межкультурная коммуникация : науч.-метод. пособие / Н. М. Мухамеджанова. - Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2010. - 174 с.

4 Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога: учебное пособие / В. Л. Бенин [и др.]. - Москва: Наука, 2017. - 312 с.

5 Клюев, Е.В. Риторика: учебное пособие для вузов / Е.В. Клюев. - М.: Приор-издат, 2005. - 270 с.

6 Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение: учебное пособие / В.Н. Руднев.- 2-е изд., испр. и доп. - Москва: КноРус, 2014. - 352 с.

7 Костромина, Е.А. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Е.А. Костромина, Ю.В. Барковская. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 156 с.

8 Культура профессионального общения журналиста: учебное пособие; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, И.А. Магеррамов, Т.Н. Тюлюлюкина. – Бузулук: «Бузулукская типография», 2012. – 545 с.

9 Риторика: учебное пособие для студентов специальностей социального, гуманитарного и экономического направлений; авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. – 632 с.

10 Современный русский язык: Введение. Лексика. Фразеология. Лексикография; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, Ю.Т. Долин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2008. – 447 с.

### **3.2 Дополнительная литература**

1 Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация: учебник для студентов высших учебных заведений / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 272 с.

2 Кривоко́ра, Е.И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривоко́ра. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 190 с.

3 Русский язык и культура речи: учебник; под ред. О.Я. Гойхмана.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 240 с.

4 Русский язык и культура речи: учеб. для бакалавров; под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 383 с.

5 Введенская, Л.А. Деловая риторика: учебное пособие / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова.- 6-е изд., перераб. - Москва: КноРус, 2012. - 416 с.

6 Крылова, М.Н. Риторика: учебное пособие / М.Н. Крылова. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 242 с.

### **3.3 Периодические издания**

Журналы:

- «Русская речь»;
- «Общественные науки и современность»;
- «Журналист»;
- «Речевые технологии»;



- «Журналистика и культура русской речи».

### **3.4 Интернет-ресурсы**

Журналист [сайт]. – Режим доступа: [www.journalist-virt.ru](http://www.journalist-virt.ru)

JourClab [сайт]. – Режим доступа: <http://www.jourclab.ru>

Медialogия [сайт]. – Режим доступа: [www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru)

Интегрум [сайт]. – Режим доступа: [www.integrum.ru](http://www.integrum.ru)

Регнум [сайт]. – Режим доступа: [www.regnum.ru](http://www.regnum.ru)

## Список использованных источников

- 1 Аналитические жанры газеты: хрестоматия. - М: Изд-во МГУ, 1989 - 236 с.
- 2 Анпилогова, Л.В. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Выпуск учебных средств массовой информации»: методические указания / Л.В. Анпилогова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019. – 44 с.
- 3 Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики: учеб пособие / Е.В. Ахмадулина. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 350 с.
- 4 Бобров, А.А. Литературная работа журналиста: учебное пособие / А.А. Бобров. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 269 с.
- 5 Введение в теорию журналистики: учебное пособие / Е.П. Прохоров, С.М. Гуревич и др. - М: Высш. шк, 1980. - 287 с.
- 6 Горохов, В. М. Основы журналистского мастерства / В.М. Горохов. - М: Высш. шк, 1989. - 117 с.
- 7 Дзялошинский, И.М. Творческая индивидуальность в журналистике / И.М. Дзялошинский. - М: Изд-во МГУ, 1984. - 80 с.
- 8 Дымова, И.А. Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300.62 Журналистика / И.А. Дымова, Г.И. Щербакова. - Оренбург: Университет, 2012. - 151 с.
- 9 Журналистское произведение как текст: жанровые разновидности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2383630/page:2/>.
- 10 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие; под ред. Л.В. Анпилоговой; авт.-сост.: Л.В. Анпилогова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.
- 11 Культура профессионального общения журналиста: учебное пособие; под ред. Л.В. Анпилоговой; авт.-сост.: Л.В. Анпилогова, И.А. Магеррамов, Т.Н.

Тюлюлюкина. – Бузулук: Бузулукская типография, 2012. – 545 с.

12 Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учебное пособие / Е.П. Прохоров.- 4-е изд., испр. и доп. - М.: РИП-холдинг, 2002. - 322 с.

13 Риторика: учебное пособие; авт.-сост. Л.В. Анпилогова. – Оренбург: ОИЭиК, 2010. – 632 с.

14 Рязанова, Л.З. Культура речи: учебное пособие / Л.З. Рязанова, Н.К. Гарифуллина, Г.С. Гаязова. - Казань: Издательство КНИТУ, 2013. - 144 с.

15 Современный русский язык: Введение. Лексика. Фразеология. Лексикография; под ред. Л.В. Анпилоговой; авт.-сост.: Л.В. Анпилогова, Ю.Т. Долин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2008. – 447 с.

16 Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика: учебное пособие для вузов / А.А. Тертычный. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 352 с.

17 Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный: учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2000.

18 Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики: учебное пособие / В.Т. Третьяков. - М.: Директ-Медиа, 2013. - 881 с.

## Приложение А

(справочное)

### КАК ИНТЕРВЬЮИРОВАТЬ. СОВЕТЫ НАЧИНАЮЩИМ

1. **Используйте интервью дифференцированно.** – Прежде чем полагаться на интервью, определите, нет ли более надежных и доступных источников информации. Когда ответы на вопросы можно получить из протоколов, документов или наблюдая ситуацию, то такие ответы более надежны и получение информации более экономично, чем с помощью интервьюирования.

2. **Убедитесь в том, что ваша проблема важна.** – В основе удачного интервью должны быть проблемы, важные и для интервьюируемого. Если ваша проблема не интересует собеседника, внимательно подумайте, прежде чем использовать метод интервью. Люди не любят тратить время, отвечая на вопросы, которые заставляют их думать об интервьюере как о человеке, вечно сующем нос в чужие дела.

#### *Решайте, когда использовать интервью*

3. **Используйте интервью для получения доступа к объективным данным.** – Интервью часто дает возможность выйти на более надежные источники информации: статистические данные, исторические записи и личные документы.

4. **Используйте интервью для наблюдения.** – Интервью создает отличную ситуацию для наблюдения за внешним видом, поведением, привычками интервьюируемого.

5. **Используйте интервью для того, чтобы определить факты, которые оцениваются людьми по-разному в одних и тех же обстоятельствах.** – Интервью успешно применяется для получения данных о фактической заработной плате каждого рабочего, размера выплачиваемой ренты и других жизненных расходах. Данные переписи того же рода.

6. **Используйте интервью для изучения мнений, отношений, убеждений.** – Интервью используйте для получения информации о мнениях людей, имеющих разные убеждения, а также о количестве таких людей.

7. **Избегайте пользоваться интервью для сбора данных сомнительной ценности.** – Нецелесообразно пользоваться интервью для выяснения вопросов, на которые могут быть даны ответы любым человеком. Совокупность простых мнений или ложных ответов о сути факта не более надежна, чем ответ отдельного интервьюируемого или догадка самого исследователя.

8. **Избегайте использовать интервью для получения обычной информации или общеизвестных фактов.** – Интервью наименее пригодно и надежно для получения фактов, которые могут быть известны всем людям, но они не знают и не помнят их потому, что нет для этого причины или стимула. Устными утверждениями, сделанными в интервью, нужно пользоваться осторожно при определении дат, цифр, количества людей, занятых в той или иной деятельности, и подобных данных. На них нельзя полагаться, если есть письменные документы, протоколы, записи или другие объективные источники информации.

#### *Подготовка к интервью*

9. **Сформулируйте вашу проблему.** – Если вы решили, что интервью – единственно возможное средство для разрешения вашей проблемы, сформулируйте процедуру интервью в уме. Спросите себя беспристрастно, что за информацию вы хотите получить. Это необходимо для ясного представления, какие вопросы вы хотите задать, чтобы руководить беседой по намеченному вами плану.

**10. Подготовьте перечень вопросов.** – Даже если вы не сможете провести интервью в соответствии с подготовленными вопросами, такой список поможет вам продумать порядок беседы. Вопросы могут быть двух типов: общие, ответы на которые вы хотели бы получить в ходе интервью, специальные, которые предположительно могут быть заданы, - прямые, косвенные и «между прочим».

**11. Знайте свою область.** – Чтение по теме исследования поможет в формулировании главных вопросов для наведения справок. Знание того, что написано по теме, делает интервью по-настоящему компетентным.

**12. Заручитесь письмами с рекомендациями и полномочиями.** – ...Письмо или записка от ответственного лица нужны для доказательства законности вашего стремления получить информацию.

**13. Тщательно отбирайте интервьюируемых.** – Для интервью должен быть выбран человек, от которого действительно можно получить желаемую информацию. Эксперты в одной области часто высказываются по другим темам, о которых знают очень мало, однако разговорчивость – не показатель точности, как и известность – не гарантия знаний во всех областях. Многие люди часто любезно делятся сведениями даже тогда, когда они не могут их дать. Будьте осторожными с данными, основанными на слухах. Неверный выбор интервьюируемых является распространенным источником ошибок.

**14. Знайте ваших интервьюируемых.** – Находите информацию о личности интервьюируемого всякий раз прежде, чем приступать к интервью, посредством наведения справок у знакомых или с помощью изучения его связей и интересов.

**15. Подстрахуйтесь достаточным количеством интервьюируемых.** – Согласно определенным правилам, достоверность информации обеспечивается необходимым и достаточным количеством интервьюируемых. Их количество зависит от изменчивости получаемой информации. Различия в утверждениях собеседников заставляют опрашивать больше людей. В целом же для получения информации о локальной ситуации, по поводу которой точки зрения существенно различаются, необходимо проведение не менее тридцати интервью для получения ясного представления, в то же время количество интервьюируемых от 80 до 100 дает картину высокой степени надежности.

**16. Условьтесь о встрече.** – Добиваясь встречи заранее, вы сберегаете время, давая интервьюируемому предварительные разъяснения. К тому же вы узнаете, удовлетворяет ли его назначенный час.

**17. Предусмотрите уединенность.** – С двумя или более интервьюируемыми гораздо труднее добиться доверия и сотрудничества, чем с одним. Цель интервью может быть успешно объяснена группе, но при ответной реакции от группы ораторами обычно становятся один или два участника. Когда интервьюируемых более, чем двое, тогда они больше наблюдают друг за другом, самоконтроль у них повышен, и в результате сдержанность и предусмотрительность могут серьезно ограничить искренность изложения. Поэтому, хотя это и не обязательно, лучше вести беседу с интервьюируемым наедине.

**18. Проникнитесь точкой зрения интервьюируемого.** – Готовясь к интервью, поставьте себя на место другого человека. Вообразите, что он будет думать о вас, о вашем походе, о ваших словах и вопросах. И пока вы разговариваете с ним, время от времени проверяйте установку. Некоторые интервьюеры благодаря острой интуиции естественным образом принимают такие психологические установки, другие добиваются этого с помощью размышлений и –практики. Без этого существует опасность быть неправильно понятым.

**19. Выслушивайте и делайте поправку на ваши собственные предубеждения** Мы все редко полностью представляем себе степень, с которой принимаем заранее некоторые беспочвенные утверждения, мнения и предубеждения. При этом всякий испытывает ущерб независимо от того, осведомлен он о них или нет. Как это выясняется в ходе интервью, здравый ум, который необходим для успешного поиска фактов, редко достигает цели без сознательного усилия, направленного на обнаружение и исключение предвзятых мнений и стереотипов мышления, затемняющих или искажающих правду.

20. **Отбирайте репрезентативную группу.** – Если в интервью участвует большая группа людей, то все ее подразделения или фракции должны быть представлены пропорционально. Пока твой беспристрастный отбор не обеспечен, вероятны обстоятельства, которые могут стать причиной получения интервьюером искаженной картины.

### *Интервьюирование*

21. **Добивайтесь и заслужите доверие интервьюируемых.** – Взаимное доверие является идеальным условием для проведения интервью. По крайней мере, должно быть завоевано доверие одного из интервьюируемых. И простейший, а в большинстве своем реальный путь сделать это – убедить собеседника в искреннем доверии и интересе к нему. Формирование взаимного доверия подобно дружбе, а дружеские отношения способствуют успеху.

22. **Находите и используйте приятные ассоциации.** - Никогда не пытайтесь знакомиться с человеком или интервьюировать его, когда он зол, раздражен, утомлен. С другой стороны, близость духа, товарищество возникают тогда, когда интервьюируемый в процессе общения с вами находит в своей памяти приятные ассоциации и демонстрирует благоприятное к вам отношение.

23. **Оказывайте вашему собеседнику реальную услугу.** – Для поддержания дружеских отношений помогайте человеку выходить из затруднительных положений, будьте к нему добры. Этот трюизм, никогда не забываемый удачливым политическим лидером, имеет отношение и к работе интервьюера. Он не упускает удобного случая искренне помочь человеку, связь с которым сулит ему выгоду.

24. **Помогайте интервьюируемому подготовиться к разговору и чувствовать себя непринужденно.** – Будьте непринужденным сами и помогите в этом собеседнику. Дайте ему время привыкнуть и обрести самообладание.

Стремитесь дать ему почувствовать, что он – единственный, кто может обменяться идеями и мнениями с вами.

Начните с приятных предметов. Если тема дискуссионна и способна пробудить неприятные ассоциации, сами заговорите о чем-нибудь приятном, хотя бы не относящемся к делу.

Затем начните интервью, коснитесь реальных интересов собеседника и после этого дайте говорить ему. Если вы что-то ждете от него, вначале делайте что-то сами. Чем свободнее он себя будет чувствовать, тем скорее начнет высказывать свои точки зрения.

Когда он начал рассказывать, будьте готовы найти интересные моменты, помогающие перейти к теме интервью.

Не пытайтесь доминировать в разговоре, никогда не проявляйте покровительственного отношения. Через некоторое время задайте ему ваши вопросы в деловой манере, которая покажет их значимость.

Задавайте такие вопросы, которые дадут возможность интервьюируемому с гордостью продемонстрировать свои знания. Всякому нравится быть признанным.

Устанавливайте отношения таким образом, чтобы интервьюируемый искренне хотел реализовать совместную цель интервью и излагал бы факты так хорошо, как он может.

25. **Не задавайте вопросов прямо до тех пор, пока вы не убедитесь в том, что интервьюируемый готов дать желаемую информацию и дать ее точно.** – Идеальное интервью – то, в котором вы нашли человека, способного дать желаемую информацию, и заинтересовали его в даче этой информации. После этого вы можете рассчитывать на сотрудничество в получении точных ответов на прямые вопросы. Но иногда такие вопросы могут препятствовать свободному и полному изложению нужной информации, которой располагает собеседник. Во многих случаях лучше поощрять его рассказывать и о том, что не относится к делу. Направляйте беседу с помощью ваших собственных рассуждений. Кроме того, если вы сочтете необходимым задать вопросы, чтобы выявить соответствующие точки зрения, вводите их таким образом, чтобы интервьюируемый понял их как проявление интереса к тому, о чем он говорит.

**26. Слушайте.** – Искусство слушания трудно для многих людей. Дайте интервьюируемому возможность. Даже если он говорит бессвязно, слушайте. Будьте готовы обнаружить в том, что он говорит, идеи, пусть не имеющие прямого отношения к вашей теме, но которые вы можете использовать для выявления его скрытой точки зрения, не проявляя невоспитанности и резкости. Поощряйте его рассказывать.

**27. Дайте интервьюируемому рассказать свою историю, затем помогите дополнить ее.** – Хотя свободное изложение фактов делает сообщение менее полным, оно более точно, чем принужденные ответы на вопросы. Потом, спрашивая, вы можете помочь ему восполнить пропущенное.

**28. Придерживайтесь предмета разговора.** – Обычно в разговоре люди не могут строго придерживаться темы. Когда это необходимо, задайте вопрос или сделайте предложение, возвращающее к теме интервью. Заранее сформулируйте несколько вопросов или ремарок, которые могут быть использованы для этой цели.

**29. Быть честным и искренним лучше, чем ловким и хитрым.** – Не пытайтесь хитрить. Человека, чьи утверждения достаточно надежны, редко можно ввести в заблуждение ловкостью. Интервьюер, пользующийся только ложью, и себя ставит в глупое положение. Когда вы пытаетесь хитрить и обманывать, вам трудно предположить лучшее в человеке, которого вы расспрашиваете, к тому же вам самому трудно будет определить правду и соблюсти точность в вашем сообщении

**30. Избегайте роли учителя.** – Многие люди не понимают, что они дилетанты в профессиональных сферах, и во время интервью советуют собеседникам, как выполнять их работу или вести дело. Давайте интервьюируемому возможность быть учителем. Не пытайтесь сами морализировать или рассуждать о его благе, но побуждайте его делать это по любому поводу. Только явное несогласие с ним может заставить интервьюера высказать свое мнение или обнаружить свои чувства.

**31. Старайтесь формулировать ваши вопросы так, чтобы они были легко поняты.** – Ложную или неточную информацию получают иногда просто потому, что ваш вопрос не так интерпретируется собеседником. Поэтому внимательно и критически рассмотрите ваши вопросы и попытайтесь избежать неясности.

**32. Не подсказывайте ответов на свои вопросы** – Интервьюер, который хочет беспристрастных, откровенных ответов, избегает задавать наводящие вопросы, так как они очень влияют на ответ. Например, вопрос: «Хотели бы вы зарабатывать больше сдельно, чем повременно?» – подразумевает не только то, что рабочий предпочел бы сдельную работу, но также внушает ему, таким образом он зарабатывал бы больше. Рабочий может просто согласиться с вами, желая вам сделать приятное или, если он не хочет высказываться по этому поводу, может спокойно уступить, желая закончить интервью как можно быстрее.

**33. Если вы предлагаете альтернативные вопросы, выражайте их так, чтобы ни тот, ни другой не был приемлем интервьюируемому.** – Если человек добровольно не отвечает на ваш вопрос, зачастую вы вынуждены будете предлагать ему два варианта ответа. Несмотря на то, что ни один из этих предложенных ответов не бывает точным, интервьюируемый может молча согласиться с одним из них либо потому, что он не знает лучшего, либо потому, что он хочет избежать дальнейших расспросов... Общий принцип таков: никогда не предполагайте, будто то, что вы думаете, и есть правильный ответ, позвольте интервьюируемому быть оригинальным в этом.

**34. Помогите интервьюируемому осознать ответственность за факты.** – Понимание того, что определенные утверждения могут быть проверены, обязывает собеседника вести себя более осторожно.

**35. Избегайте дерзости.** – Если вы нашли необходимым задавать вопросы, которые могут послужить причиной того, что человек даст уклончивый ответ или воздержится от него, попробуйте заинтересовать его разговором о чем-нибудь более или менее относящемся к теме, а затем задайте ваш вопрос заинтересованного слушателя, не подчеркивая при этом особого к нему отношения. Если кто-то обижается на ваши вопросы, придумайте другой путь

получения информации. Старайтесь не допускать отказа отвечать, полезно задать ряд вопросов, по которым интервьюируемый может увидеть нечто относящееся к делу, вместо постановки прямого вопроса, который может быть воспринят как нескромность интервьюера.

**36. Держите важные вопросы в уме до тех пор, пока не будет получена адекватная информация на каждый, но как только определенный ответ, перестаньте думать о нем, чтобы вы смогли сконцентрироваться на следующем.** – Освобождаясь от вопросов, на которые уже получены ответы, вы получаете двойную выгоду – можете думать о других вопросах и непосредственно о разговоре. Избегайте говорить много об одном предмете, это может погасить интерес интервьюируемого.

**37. Постигайте полный смысл каждого утверждения.** – Тщательно рассматривайте каждый ответ как возможный ход для дальнейших расспросов.

**38. Давайте интервьюируемому возможность уточнить свои ответы.** – Он смог бы в таком случае говорить правду, полную правду, но иногда это невозможно сделать в категоричной форме. Часто это не только несправедливо, но и не способствует надежности ответов “да” и “нет”. Когда такой ответ появляется, поощряйте интервьюируемого уточнить или объяснить свой ответ.

**39. Проверяйте ответы при любой возможности.** – Вероятно, простейший способ проверить ваше понимание ответа – повторить его своими собственными словами и спросить, то ли имеется в виду. Если ответ относится к другим фактам, дающим новое или дополнительное значение, то такой шаг тем более должен быть сделан. Все это позволит интервьюируемому узнать, как вы поняли сказанное им.

**40. Интерпретируйте высказывания сразу же.** – Когда вы спрашиваете, сосредоточьтесь на смысле ответов и отношении их к прогнозируемому результату в конце интервью.

**41. Записывайте все данные тут же или как можно быстрее по окончании интервью.** – Сказанное забывается чрезвычайно быстро, в течение первых нескольких минут. Добросовестные интервьюеры, проверявшие точность и полноту фактов по памяти спустя некоторое время, были напуганы ошибками и потерями. Сообщения быстро теряют ценность, если проходит значительное время между интервью и его записью. Если вы не можете договориться об использовании блокнота в ходе беседы, записывайте факты немедленно после его окончания.

**42. Учитесь отделять факты от выводов.** – Это сложная, но совершенно необходимая процедура во всех исследованиях. В вашем отчете об интервью тщательно отмечайте и сообщайте отдельно: а) наблюдаемые факты; б) утверждения, сделанные интервьюируемым; в) выводы из наблюдаемых фактов или высказываний интервьюируемого.

**43. Проверяйте проценты и части количества переводом их сразу в число.** – Когда ответы интервьюируемых содержат утверждения о процентах, попросите их показать в абсолютном выражении то же самое. Многие люди имеют смутное представление о количестве, когда выражают его в форме процентов или частей целого. Есть тенденция преувеличивать, используя проценты или части.

**44. Будьте бдительны к традиционным ошибкам.** – Есть общая тенденция недооценивать длинные расстояния и продолжительные периоды времени и переоценивать короткие дистанции и непродолжительные периоды времени. Часто появляются ошибки в оценке времени, не богатого событиями, которые быстро забываются. Важные события остаются в памяти, так что они кажутся значительно ближе друг другу, чем на самом деле. Все подобные традиционные ошибки должны контролироваться, учитываться и корректироваться.

**45. Не предполагайте, что согласие между утверждениями интервьюируемых гарантирует их истинность.** – Согласие может быть и вследствие одной и той же ошибки, возникающей из-за предубеждений или общего душевного настроения.

**46. Предоставляйте достаточно времени.** – Не пытайтесь закончить интервью, форсируя его за короткий промежуток времени. Может случиться так, что в вашем распоряжении нет достаточно времени, в этом случае, если возможно, используйте встречу для более близкого знакомства и договоренности о проведении интервью в более удобное время. Хо-



рошее интервью требует времени. Интервьюируемый должен иметь время для того, чтобы привести в порядок свои мысли. Если задан странный или необычный вопрос, время позволит понять его смысл.

**47. Не бездельничайте.** – Излишняя бесполезная трата времени - это налог на интервьюируемого. Стремитесь вперед к цели так быстро, как он сможет охотно следовать за вами.

**48. Контролируйте интервью.** – Не доминируйте, но и не позволяйте интервьюируемому убежать от интервью. Тактично осведомите его об определенной цели, которая должна быть достигнута в ограниченное время.

**49. Получите все факты.** – На ответственности интервьюера – получить надежную информацию. Он должен владеть инициативой в исчерпывании источников данных, которые могут быть выявлены. Некоторые из них получаются легко в форме специфических утверждений о факте, но многие – только ключ к разгадке или признаки, которые должны быть тщательно квалифицированы и проверены.

**50. По окончании интервью следите за дополнительной информацией или новыми направлениями в случайных замечаниях интервьюируемого.** – Будьте готовы уловить случайные выражения, которые могут быть отброшены после будто бы уже законченного интервью. Когда напряжение спало и собеседник не так осторожен, неожиданно обнаруживаются слова, сорвавшиеся с языка, которые он мог бы произнести и раньше, но они казались ему неуместными или тривиальными. Помните, что интервью не оканчивается даже тогда, когда вы задали все свои вопросы и протянули руку, чтобы сказать «до свидания».

**51. Старайтесь сделать подтверждающее краткое изложение после важного интервью.** – Письменный отчет, согласованный с интервьюируемым, позволяет усвоить факты, выявленные в устном интервью, воспользоваться мыслями, пришедшими слишком поздно, и принять меры для корректировки, добавлений и прояснения непонятого.

**52. Проверьте результаты интервью по надежным критериям.** – Только поддающиеся проверке результаты оправдывают применение интервью. Субъективные суждения и их мотивировка должны быть проверены всякий раз объективными данными, имеющимися в наличии. Такая проверка покажет, насколько искусно вы следовали основным принципам интервьюирования, которые лежат в основе предшествующих советов.

**У. БИНХЕМ, Б.В. МУР**

Искусство разговаривать и получать информацию  
Хрестоматия / Сост. Б.Н. Лозовский.- М., 1993. - С.283-292.

## Приложение Б

(справочное)

### Пример интервью

**В ОСНОВНОМ ГОСТЬ НЕ ПРАВ.**

#### **ИНТЕРВЬЮ «ЕДИМ-ПЬЕМ» С АЛЕКСЕЕМ МАРИНИНЫМ**

Журналисты проекта «Едим-Пьем» поговорили с известным ресторатором Оренбурга, владельцем сети ресторанов «М-Ресторатор», президентом Федерации Рестораторов и Отельеров Оренбургской области Алексеем Марининым. О том, как устроен оренбургский ресторанный бизнес, на что обращать внимание в ресторане и всегда ли прав гость - в интервью от проекта «Едим-Пьем».



**- Почему в качестве своей сферы деятельности вы выбрали именно ресторанный бизнес?**

- Ещё с юности, лет с 14-15, меня увлекала эта деятельность, и я мечтал ею заняться. Чуть позже у меня появился ресторан, но я не уделял ему много времени. Мы с партнерами занимались тогда другим, более прибыльным бизнесом, а ресторан отходил на второй план. Однако я настаивал на том, что это тоже бизнес. И так получилось, что занялся я им позже, когда мы с партнерами завершили наши совместную деятельн

**- Вы же этому нигде не учились?**

- Нет, у меня педагогическое образование. Но я закончил по программе президента академию народного хозяйства. Там, при написании эссе, мне сказали выбрать любую тему, интересную для меня. Я выбрал направление ресторанов и кафе и построил на бумаге целую сеть. Туда входила логистика, поставки и все, вплоть до закупа товаров и продуктов. В моей системе этот центр логистики существует и сегодня, и когда-то он тоже будет реализован.

**- Как сейчас проходит ваш день?**

- Я в основном занимаюсь продвижением, маркетингом, нахожусь в публичном поле, анонсирую наши мероприятия, занимаюсь консалтингом. Я могу продавать свои знания и естественно открываю новые рестораны.

Любой бизнес - это четко выстроенная система. Я не являюсь менеджером, управленцем, чтобы собирать планерки, проводить собрания. В каждом моем ресторане есть люди, которые этим занимаются. Также у каждого ресторана своё хозяйство, свой счет, и менеджер им пользуется, он рассчитывает поставщиков, заказы, работает с персоналом, гостями.

**- Вы за разделение полномочий?**

- Если не делегировать свои полномочия, то ты будешь жить ради работы. Ты постоянно занят. Но никто не является самым умным и самым смелым. Есть четкое, правильное распределение своих должностных обязанностей и вообще своей жизни.

Мой офис - это мои рестораны, и я могу находиться в одном из них. И по своей деятельности, хоть я и не занимаюсь управлением, есть какие-то контрольные точки в ресторанах, которые нужно постоянно отслеживать. Я получаю для себя какую-то информацию, фиксирую ошибки и при встрече с управляющим даю свои рекомендации. Я именно РЕКОМЕНДУЮ. Очень редко, когда я заставляю или приказываю управленцу. Ошибочно, когда владелец бизнеса пытается быть таким всемогущим и всезнающим. В конце концов, он начинает мешать бизнесу.

**- Что можете сказать по поводу кухни в ваших ресторанах?**

- Я никогда не пользуюсь никакой «химозой», это мое принципиальное решение. Я не собираюсь людей всякой гадостью кормить. Это, может быть, отличительная особенность, потому что сейчас есть те, кому это по барабану, но для меня это принципиально.

Всё должно быть из натуральных продуктов, без порошков или каких-нибудь смесей. Зачастую, потребитель, к сожалению, не знает, что он ест. Но я вот так вижу ресторанный бизнес, мне так спокойно, меня так совесть не мучает. Я спокойно засыпаю и спокойно просыпаюсь.

А если вдруг, не дай бог, что-то случается в моих ресторанах, какой-то нюанс с едой, я лично разбираюсь по каждому блюду. А раз у меня есть на это время, значит, это не так часто случается.

**- Если уже заговорили о потребителях, то действительно, мало кто задумывается о качестве и уровне того, что он ест. Что делать с этой ситуацией?**

- Я веду передачу «Честная кухня» на ГТРК «Оренбург». 6-7 программ уже вышли в эфир, их можно найти на YouTube. И там четко просматривается разница: я готовлю из какой-нибудь «запрешенки», а мой повар или шеф-повар готовит нормально. Например, салат «Цезарь». Все понимают, что там есть листья салата, сухарики, курица. Но основное - соус. Как обычно готовят соус? Берут майонез с дижонской горчицей, перемешали их, – и соус готов? Ничего подобного. Повар готовит соус сам. Этот соус так и называется «Цезарь».

А можно этот же соус купить в магазине. Но поймите, что «жизнь» соуса, который повар готовит на кухне, ограничивается сегодняшним или завтрашним днем. А соус, купленный в магазине, весь концентрированный и может храниться и неделю, и месяц. Поэтому я там наглядно показываю как, что и из чего готовится. И почему один и тот же салат может стоить в одном заведении 300 рублей, а в другом 150. Разница только в том, что вы едите.

**- А гость всегда прав?**

- Я категорично отношусь к тому, что «гость всегда прав». Не всегда. В основном гость не прав. Но так как мы индустрия гостеприимства, мы даем гостю возможность реализовать свои эмоции, даем высказаться. У нас запрещено с гостем спорить, запрещено возра-

жать ему. Нужно стоять и улыбаться. А если дело зашло далеко, то поменять блюдо или как-то решить ситуацию. Нельзя идти «в клин».

**- Почему гость прав далеко не всегда?**

- Потому что он не всегда понимает, что официант, знающий меню, намного грамотнее может рассказать гостю про любое блюдо. И официант никогда не будет спорить, если гость будет возражать. Но гости иногда не знают, что они заказывают и рассуждают понаслышке. Что-то они слышали, где-то видели, где-то пробовали, и пытаются сопоставить креветки или устрицы, которые они ели в Таиланде или ещё где-нибудь, и те, которые есть в Оренбурге. Своим очень хорошим знакомым я всегда говорю: «Друзья мои, при всём уважении, я прошу вас повернуть голову направо и налево. Повернули? - повернули. Море видите? - нет. Есть вопросы?» (смеется).

Море очень далеко, поэтому то, что вы имеете возможность здесь есть в таком свежем состоянии, которое я предоставляю, не может стоить рубль. Это будет стоить, грубо говоря, 3 рубля. Потому что это логистика, приготовление и прочее.

Человек, заказывающий блюдо, думает, что он заказывает только, например, салат из томата и огурца. Но заказывая салат, он приобретает каждый сантиметр этого ресторана. Он получает атмосферу, музыкальное оформление, сервис и услуги официанта. Заплатив 180 рублей за салат, он практически становится совладельцем ресторана на какое-то время.

**- На что стоит обращать внимание, чтобы о заведении сложилось правильное впечатление? Какие критерии можно выделить?**

- У меня, например, очень серьезные критерии отбора. В первую очередь это кухня, потом сервис, потом интерьер и уже потом развлечения. Никак не наоборот. Но как выбирают критерии ресторанов у нас в Оренбурге? Развлечения, интерьер, и только потом кухня и сервис. И не понимаешь даже, зачем люди в ресторан-то ходят?

Еще бывает, заходят иногда и спрашивают: «Сколько у вас средний чек на человека?». Но ведь это зависит только от вас и от того, сколько денег вы готовы потратить. Можно заказать дюжину устриц, а можно пасту и тоже остаться довольным и удовлетворить все свои потребности, но потратить при этом 300 рублей, а не 2000. Разницу видите? Можно заказать две бутылки вина, а можно бокал.

А некоторые гости приходят, заказывают салат, закуску, горячее, стоячее, лежачее и понеслось по полной программе. Потом когда чек приносят, они делают квадратные глаза – «а за что так дорого?». Так, а зачем вы, извините, так много набрали? Нормальный человек не может столько съесть. Берите столько, сколько человек может съесть, удовлетворив свои потребности.

**- Сейчас существует тенденция, что люди чаще заказывают еду на дом и реже ходят в рестораны и кафе. Это никак не отражается на ресторанном бизнесе?**

- Это отражается на культуре людей. Появляется замкнутость и страх перед выходом в общество. Люди замыкаются. Они начинают думать, что не так себя ведут, что в ресторан нужно как-то одеться, вид какой-то иметь. Раньше это действительно было так. Но сейчас все поменялось.

Сейчас вот есть гастро-бары. Что такое бар? Это на 80 процентов напитки, и на 20 еда. В ресторанах наоборот, где-то 60 на 40 в пользу еды. Гастро-бар - это новая культура, куда люди идут, чтобы расслабиться в непринужденной обстановке. Там может быть музыка громче, чем в ресторане, другая обстановка и атмосфера, но они получают там хорошую, интересную еду и блюда. Не надо создавать для себя каких-то ресторанных ограничений – салфетка туда, вилка сюда. Люди должны чувствовать себя более раскованно и свободно.

**- Как донести эту мысль до общественности, ведь такие стереотипы у нас действительно есть, и они достаточно сильные?**

- Я вот вам сейчас рассказал, а вы пойдете и тоже это расскажете. Я донесу до общественности, и вы донесете. Чем больше мы будем об этом говорить, тем быстрее люди начнут окультивироваться и понимать, что ресторан и кафе - это не культ, а культура. Культура общения.

Человек должен понять, что он может прийти в ресторан почитать газету или книгу, взять чашечку кофе. То есть это интеллектуальное развитие тоже. Но все уходят домой, потому что там интернет. Ведь, чтобы выйти куда-то, нужно одеться, собраться и зубы почистить! Ужас какой! А тут заказал пиццу, телефоном рассчитался и до свидания.

**Иван КОВАЛЬЧУК, Анна ФЕДОСЕЕВА**  
группа 16Ж96)ОП  
журнал «Едим-Пьем», 2018  
Фотография из личного архива А. Маринина

## Приложение В

(справочное)

### Пример диалога в интервью

#### НАШИ ДЕТИ ГОЛОДАЮТ И ТЕРЯЮТ ЗРЕНИЕ

- *Мама, я есть хочу, - канючит ребенок на остановке.*

- *Ты уже ужинал в садике, - удивленно и в то же время раздраженно говорит мать.*

Наши дети не наедаются в детских садах. Это общеизвестный факт. Бюджетных средств, отводимых на питание в детских дошкольных учреждениях, хватает только на минимум самых дешевых продуктов. С этой проблемы и начался мой разговор с заведующей отделом гигиены детей и подростков ЦГСЭН Оренбурга Надеждой Алексеевной Демидовой, врачом-гигиенистом с 28-летним стажем.

- Как организовано питание в детских садах, школах, интернатах, средних специальных учреждениях, мы проверяем регулярно. Дети не дополучают мяса, рыбы, молочных продуктов, овощей. Вместо натуральных продуктов используются консервы. Еще 10-15 лет назад в школах, например, бесплатно получали молоко, всеми видами питания было охвачено 94 процента детей, горячим питанием – 75. Сейчас 40 процентов детей в школах вообще не питаются, только 27 процентов получают горячее питание, а всеми видами питания охвачено лишь 60 процентов учащихся. В поселке Краснохолм, в школе № 95 в поселке Каргале питание детей не организовано вообще. В Оренбурге получают бесплатное горячее питание в школах 1,3 процента учащихся.

Рейдовыми проверками мы охватываем все подконтрольные нам детские учреждения. В ПТУ № 47 питание не организовано, в ПТУ № 48 горячие обеды получают 30 человек, остальные довольствуются буфетной продукцией. В ПТУ № 41 на момент проверки 7 человек получали горячее питание, а ассортимент в буфете представлял собой 60 пирожков.

- Надежда Алексеевна, каковы последствия столь пренебрежительного отношения к здоровью детей?

- Если патология со стороны органов пищеварения в детских коллективах ранее не входила в первую пятерку общей структуры, то теперь на первом месте именно эти заболевания, на втором – органы зрения; у школ на первом месте – зрение, на втором – сердечно-сосудистые заболевания, на третьем – органы пищеварения. Конечно, эту неблагоприятную ситуацию не исправить только нашими усилиями. Мы работаем в тесном контакте с гопродским управлением образования. Нужна помощь со стороны родителей. Как правило, ребенок, не получивший полноценного питания в детском госучреждении, плохо питается и дома. О случаях обмороков, анемии в школах периодически любят говорить и писать, но меньше их от этого не становится. Мы предлагаем силами медработников детских дошкольных учреждений проводить во всех детских и подростковых учреждениях просветительские беседы с родителями о правильном питании.

- Что еще находится в зоне вашего внимания?

- Ежедневные проверки, тематические и рейдовые, охватывают широкий спектр проблем: это и учебно-педагогический процесс, физвоспитание, пищеблоки, столовые, мастерские, классы ЭВМ, санитарное состояние учреждений. В 1999 году было проведено 3003 обследования, в том числе 2207 лабораторно-инструментальных. По детским и подростковым учреждениям «прошлись» за год шесть раз, школы проверили десять раз, интернаты – семь, учреждения дополнительного образования – дважды, ПТУ – двенадцать раз, летние оздоровительные учреждения – шесть раз. Все это труд четырех врачей и двенадцати их помощников. Коллектив, как видите, небольшой.

Кроме недостаточного питания детей большую тревогу вызывает освещенность наших детских учреждений. В 1999 году провели 397 замеров. Нестандарт по освещению составил 41,7 процента. Отсутствуют в достаточном количестве лампы дневного света и лампы накаливания, потому что нет финансовых средств. Лампы приобретаются на родительские деньги от случая к случаю. Недавно совместно с отделом образования города издали приказ о необходимости каждой школе получить паспорт, разрешающий работу компьютерных классов. Лишь 10 процентов школ получили документы. Как показывают наши исследования, у 61,8 процента объектов (компьютерных классов) электромагнитные поля превышают норму.

- Какие меры вы применяете к нарушителям?

- Административные. Проверяющие составляют протоколы, в 1999 году их было 562, наложено 383 штрафа, 37 раз выносилось постановление о приостановке деятельности того или иного объекта.

В отделе гигиены детей и подростков ЦГСЭН Оренбурга работают в основном женщины. У всех дети. Проблемы, с которыми они по долгу службы сталкиваются ежедневно, им хорошо известны. Вот только разрешить их не всегда под силу медработникам.

**Татьяна ТЮЛЮЛЮКИНА**  
«Московский комсомолец в Оренбурге»  
10-17 февраля 2000 года