



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



In-Cult



Pädagogische Methoden

Interview

Verband "Liga der Schriftsteller",
Zweigstelle Timișoara Banat

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.



Struktur der Methodenbeschreibung:

Name der Methode: Interview

Name/Institution des Beitragserstellers: Asociatia "Liga Scriitorilor" Filiala Timișoara Banat (LSFTB)

Kontaktperson/ Kontaktinformation: Ana Zlibuț, anazlibut@yahoo.com

Bilder



© Andrusa R. Vatuiu

Kurzinfo:

Veranstalter: zivilgesellschaftliche Organisation, kulturelle Organisation

Zielgruppe: alle Altersgruppen

Benötigte Zeit für die Vorbereitung: 2 Tage

Erforderliche Zeit für die Durchführung: 2 Stunden

Ort (drinnen, draußen): drinnen - einen guten Ort ohne Hintergrundgeräusche wählen

Geeignete Zeit: jederzeit, aber in Absprache mit der befragten Person

Möglichkeit der Online-Durchführung: online möglich

Kurze Beschreibung der Methode (max. 100 Wörter):

Das Interview ist keine gewöhnliche Diskussion, sondern eine, die einige Mindestanforderungen erfüllt: Das Gespräch findet zwischen einem Journalisten und einer Person statt, die das Interesse der Öffentlichkeit weckt (das, was der Interviewte sagt, hat informativen Wert); der Gesprächspartner muss dem Journalisten seine Zustimmung zur Veröffentlichung geben; das Gespräch wird aufgezeichnet und in einem Q&A-Format veröffentlicht. Ein gutes Interview hängt nicht nur von einem guten Interviewpartner ab, sondern auch von den Fähigkeiten des Interviewers, das Beste aus der befragten Person herauszuholen.

Umsetzung der Methode im Projekt (max. 100 Wörter):

Im Rahmen der In-Cult-Partnerschaft führten alle Projektpartner, einschließlich LSFTB, fünf Interviews mit Personen, die zur Erhaltung der ausgewählten Kulturschätze beitragen (ein Museumsdirektor, ein Handwerker, ein Sänger, ein Schriftsteller usw.). Alle Interviews wurden mit der Unterstützung der Senior-Arbeitsgruppen durchgeführt.

Schritt-für-Schritt-Beschreibung der Methode (max. 200 Wörter):

1. Die Wahl des richtigen Themas und des richtigen Gesprächspartners

- Wählen Sie die richtige Person für Ihr Thema
- Wählen Sie das richtige Thema für die Person, die Sie befragen wollen. Bereiten Sie kein Thema vor, über das Ihr Gesprächspartner nicht sprechen könnte.

2. Vorbereitung des Gesprächs (Dokumentation, Fragenplan)

Bevor das Gespräch mit dem Gesprächspartner beginnt, müssen wir uns mit dem Thema und der ausgewählten Person gut auskennen.

Die Fragen müssen leicht verständlich, klar und auf den Punkt gebracht sein.

Terminierung des Gesprächs

- Sorgen Sie für einen geeigneten Ort: Hintergrundgeräusche sind im Allgemeinen keine gute Idee.

- Bestätigen Sie die Zeit und den Ort mit dem Gesprächspartner

3. Gespräch (Beziehung zwischen Journalist und Interviewpartner)

Möglichst viel Augenkontakt aufrechterhalten

Aufnahme

4. Redigieren des endgültigen Artikels

Lehren und Lernen (max. 100 Wörter):

Durch die Lektüre der Interviews, die auf Englisch oder in alle Sprachen der Projektpartner übersetzt sind, erhält man ein vertieftes Wissen über die von den Projektpartnern aus Deutschland, Italien, Spanien, Rumänien, Serbien und Bulgarien ausgewählten Kulturschätze.

Fragen zu stellen ist manchmal schwieriger als Antworten zu geben. "Man braucht eine gute Kenntnis des Fachgebiets, auf das man sich bezieht, eine gute Kenntnis der Person, an die man sich wendet, eine gute Mischung aus persönlicher Neugier und der vermeintlichen Neugier des Publikums, für das man arbeitet". (Andrei Plesu)

5 Schlüsselwörter:

Interview, informationsorientiert, entdeckungsorientiert, Bildung, generationenübergreifende Kommunikation

Mögliche Schulungsinstrumente, Materialien und Ressourcen (z. B. Flyer, Roll-up usw.):

Aufzeichnungsgerät

Verbreitungsmöglichkeiten der Methode:

Presse, Fernsehen, soziale Medien.