

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ
Кафедра перыядычнага друку і вэб-журналістыкі**

МАЦІЕЎСКАЯ
Юлія Аляксандраўна

**ІНТЭРВ'Ю Ў СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫХ ВЫДАННЯХ:
ЖАНРАВЫЯ АСАБЛІВАСЦІ
(НА МАТЭРЫЯЛЕ ГАЗЕТ “КУЛЬТУРА” І “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА”)**

Дыпломная праца

Навуковы кіраўнік –
кандыдат філалагічных навук,
дацэнт Свораб А.К.

Дапушчана да абароны

«___» _____ 2020 г.

Заг. кафедры перыядычнага друку і вэб-журналістыкі
кандыдат філалагічных навук, дацэнт С.В. Харытонава

Мінск, 2020

ЗМЕСТ

РЭФЕРАТ.....	3
РЕФЕРАТ.....	4
ABSTRACT	5
УВОДЗІНЫ.....	6
ГЛАВА 1 СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫЯ ВЫДАННІ ПА КУЛЬТУРЫ І МАСТАЦТВУ Ў СІСТЭМЕ СМІ БЕЛАРУСІ.....	8
1.1 Тыпалогія і функцыі спецыялізаваных выданняў.....	8
1.2 Газеты “Літаратура і мастацтва” і “Культура” ў сучаснай медыйнай прасторы.....	13
1.3 Жанравая структура выданняў па культуры і мастацтву	18
ГЛАВА 2 ІНТЭРВ’Ю ЯК ЖАНР І МЕТАД	25
2.1 Жанр інтэрв’ю ў кантэксце часу	25
2.2 Асаблівасці інтэрв’ю як метада збору інфармацыі.....	27
2.3 Класіфікацыя відаў інтэрв’ю ў перыядычным друку	32
ГЛАВА 3 ІНТЭРВ’Ю Ў ГАЗЕТАХ “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА” І “КУЛЬТУРА”: АСАБЛІВАСЦІ І ТЭНДЭНЦЫІ.....	39
3.1 Традыцыі і новыя жанравыя формы інтэрв’ю ў спецыялізаваных выданнях	39
3.2 Праблематыка і тэматычны дыяпазон інтэрв’ю.....	42
3.3 Інтэрв’ю у газетах “Літаратура і мастацтва” і “Культура”: майстэрства дыялогу.....	47
ЗАКЛЮЧЭННЕ	57
СПІС ВЫКАРЫСТАНЫХ КРЫНІЦ	60
ДАДАТАК А	63
ДАДАТАК Б.....	64
ДАДАТАК В.....	65
ДАДАТАК Г.....	66
ДАДАТАК Д	67
ДАДАТАК Е.....	68
ДАДАТАК Ё.....	69

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца ўтрымлівае: 69 старонак, 37 крыніц, 7 дадаткаў.

Ключавыя словы: СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫЯ ВЫДАННІ, ІНТЭРВ'Ю, ЖАНР, “КУЛЬТУРА”, “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА”.

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляюцца спецыялізаваныя друкаваныя выданні па культуры Рэспублікі Беларусь, **прадметам**—жанр інтэрв'ю і яго праблемна-тэматычная скіраванасць у спецыялізаваных выданнях па культуры.

Мэта дыпломнай працы — выявіць асаблівасці інтэрв'ю як жанра ў спецыялізаваных выданнях па культуры.

У дыпломнай рабоце былі выкарыстаны наступныя **метады** даследавання: агульнанавуковыя (аналіз і сінтэз), параўнальны, апісальны, тыпалагічны; сацыялагічны (кантэнт-аналіз).

Матэрыялам для выканання дыпломнай працы сталі матэрыялы газет “Літаратура і мастацтва”, “Культура” за 2020 год.

Атрыманыя вынікі: разгледжаны асноўныя характарыстыкі і функцыі спецыялізаваных выданняў па культуры, пры дапамозе кантэнт-аналізу вывучаны прыярытэтныя тэмы, жанравая разнастайнасць, вылучана месца, асаблівасці, формы, віды інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях па культуры, вызначаны найбольш паспяховыя формы падачы інтэрв'ю на старонках выданняў.

Навізна дыпломнай працы палягае ў тым, што інтэрв'ю як адзін з папулярных жанраў сучаснай культурна-асветніцкай журналістыкі Беларусі комплексна і глыбока не вывучаўся. Вынікі даследавання могуць паспяхова прымяняцца пры стварэнні вучэбна-метадычных комплексаў для студэнтаў спецыяльнасці “Журналістыка”. Практычнае значэнне дадзенай работы заключаецца ў тым, што выкладзеныя ў ёй тэарэтычныя і атрыманыя даныя могуць быць выкарыстаны ў дзейнасці журналіста — у працэсе збору інфармацыі і напісання матэрыялаў у жанры інтэрв'ю.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 69 страниц, 37 источников, 7 приложений.

Ключевые слова: СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ, ЖАНР, ИНТЕРВЬЮ, “КУЛЬТУРА”, “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА”.

Объектом дипломной работы являются специализированные печатные издания по культуре Республики Беларусь, **предметом** – жанр интервью и его проблемно-тематическая направленность в специализированных изданиях по культуре.

Цель дипломной работы – выявить особенности интервью как жанра в специализированных изданиях по культуре.

В дипломной работе были использованы следующие **методы** исследования: общенаучный (анализ и синтез), сравнительный, описательный, типологический; социологический (контент-анализ).

Материалом для выполнения дипломной работы стали публикации из газет “Літаратура і мастацтва”, “Культура” за 2020 год.

Полученные результаты: рассмотрены основные характеристики и функции специализированных изданий по культуре, при помощи контент-анализа изучены приоритетные темы, жанровое разнообразие, выделено место, особенности, формы, виды интервью в специализированных изданиях по культуре, определены наиболее успешные формы подачи интервью на страницах изданий.

Новизна дипломной работы заключается в том, что интервью как один из популярных жанров современной культурно-просветительской журналистики Беларуси комплексно и глубоко не изучался. Результаты исследования могут успешно применяться при создании учебно-методических комплексов для студентов специальности “Журналистика”. Практическое значение данной работы заключается в том, что изложенные в ней теоретические и полученные данные могут быть использованы в деятельности журналиста – в процессе сбора информации и написания материалов в жанре интервью.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

ABSTRACT

The thesis contains: 69 pages, 37 sources, 7 appendices.

Keywords: mass MEDIA, SPECIALIZED PUBLICATIONS, GENRE, INTERVIEW, "CULTURE", "LITARATURA I MASTATSTVA".

The object of the thesis is specialized printed publications on culture of the Republic of Belarus, **the subject** is the genre of interviews and its problem-thematic focus in specialized publications on culture.

The purpose of the thesis is to study the features of interviews as a genre in specialized cultural publications.

The following research **methods** were used in the thesis: General scientific (analysis and synthesis), comparative, descriptive, typological; sociological (content analysis).

Materials for the completion of the thesis were materials of the Newspapers "Litaratura I Mastatstva", "Culture" for 2020.

The results obtained: the main characteristics and functions of specialized cultural publications are considered, priority topics and genre diversity are studied using content analysis, the place, features, forms and types of interviews in specialized cultural publications are highlighted, and the most successful forms of interviewing on the pages of publications are determined.

The novelty of the thesis is that the interview as one of the popular genres of modern cultural and educational journalism in Belarus has not been studied comprehensively and in depth. The results of the study can be successfully applied when creating teaching materials for students of the specialty "Journalism". The practical significance of this work is that the theoretical and data presented in it can be used in activities – in the process of collecting information and writing materials in the interview genre.

The author confirms the authenticity of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

УВОДЗІНЫ

Сёння, нягледзячы на ўзмацненне пазіцый Інтэрнэту, радыё і тэлебачання на рынку СМІ, друк захоўвае сваю папулярнасць сярод масавай аўдыторыі. Гэта абумоўлена не толькі тэхнічнымі перавагамі газет (зручная форма, магчымасць знайсці ў архівах неабходныя нумары), але і разнастайнасцю жанраў, якія прымяняюцца аўтарамі. Акрамя гэтага, газеты працягваюць культуру пісьма, якая ў сувязі з наплывам новых відаў СМІ часта адыходзіць на другі план.

Калі звярнуцца непасрэдна да газетных жанраў, то адным з найбольш папулярных з'яўляецца інтэрв'ю. У журналістыцы слова “інтэрв'ю” мае два значэнні. Гэта і метада збору інфармацыі, калі журналіст атрымлівае інфармацыю ад іншых людзей, і жанр, калі матэрыял падаецца ў выглядзе пытанняў журналіста і адказаў суразмоўцы.

З аднаго боку, гэты жанр вельмі цікавы, а з другога боку, гэта адзін з самых складаных жанраў у журналістыцы, паколькі ён патрабуе высокага ўзроўню прафесійнага майстэрства, умення весці дыялог, адчуваць настрой суразмоўцы, правільна ставіць пытанні, што адпавядаюць нормам журналісцкай этыкі і ў той жа час могуць зацікавіць масавага чытача, прыцягнуць увагу.

Журналісткае інтэрв'ю, будзе яно надрукавана як гутарка або дасць звесткі для матэрыялаў іншых жанраў, па сваёй прыродзе ўяўляе сабой з'яву сацыяльнай значнасці. Звесткі, якія атрымлівае аўтар падчас інтэрв'ю, прызначаныя не толькі для задавальнення цікаўнасці ўдзельнікаў размовы або дзеля асабістых, прафесійных, карпаратыўных мэт. Журналіст і яго партнёр-удзельнічаюць у інфармацыйным абмене для інфармацыйнага насычэння галоўнага, трэцяга ўдзельніка камунікацыі – аўдыторыі.

Лёгкасць ўспрымання, лаканічнасць жанру даюць магчымасць журналістам раскрыць праблемы пры дапамозе аргументаванага і структураванага меркавання эксперта, суразмоўцы. Гэта не магло не адбіцца на спецыялізаваных культурных выданнях. Пытанні, якія асвятляюцца ў такога роду прэсе, патрабуюць трактоўкі і каментарыя, таму сёння немагчыма ўявіць спецыялізаваныя культурныя выданні без матэрыялаў, напісаных у жанры інтэрв'ю.

Аktуальнасць дыпломнай працы заключаецца ў наступным. Спецыялізаваныя выданні – асобны і вялікі пласт сярод друкаваных СМІ, які мае свае рысы і функцыі. Каштоўнасць інтэрв'ю, паспяховае выкарыстанне і наогул існаванне гэтага жанру абумоўлена яго надзённасцю і грамадскай значнасцю. Дынамічны жанр інтэрв'ю асабліва ў запатрабаваны спецыялізаваным друку, дзе аснову кантэнту складаюць абгрунтаваныя

меркаванні экспертаў, што значна адрознівае гэтыя інтэрв’ю ад апублікаваных у грамадска-палітычных выданнях.

Мэта працы: даследаваць асаблівасці інтэрв’ю як жанра ў спецыялізаваных выданнях па культуры.

Для дасягнення пастаўленай мэты неабходна вырашыць наступныя **задачы:**

- 1) удакладніць значэнне паняццяў “спецыялізаваныя выданні”, “жанр”, “інтэрв’ю”;
- 2) вызначыць функцыі спецыялізаваных выданняў у сістэме СМІ;
- 3) выявіць асаблівасці жанрава-тэматычнага напавення спецыялізаваных выданняў па культуры;
- 4) вызначыць тэндэнцыі і спецыфіку жанру інтэрв’ю, прааналізаваць пытанні і адказы, метады і падыходы ў падрыхтоўцы розных відаў інтэрв’ю ў спецыялізаваных культурных выданнях.

Аб’ект даследавання – спецыялізаваныя выданні па культуры Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання – жанр інтэрв’ю і яго праблемна-тэматычная скіраванасць у спецыялізаваных выданнях па культуры.

Метады даследавання: агульнанавуковыя (аналіз і сінтэз), параўнальны, апісальны, тыпалагічны; сацыялагічны (кантэнт-аналіз).

Эмпірычнае даследаванне было выканана з выкарыстаннем матэматычных метадаў апрацоўкі даных пры дапамозе праграмы MSExcel (вылічэнне працэнтнага выразу аднаго ліку ад другога, графічны метад аналізу даных).

Структура працы. Дыпломная праца складаецца з уводзін, трох глаў, заключэння, спіса выкарыстанай літаратуры і дадаткаў. Агульны аб’ём дыпломнай працы 69 старонак. Спіс выкарыстанай літаратуры складаецца з 37 крыніц. Прадстаўлена 7 дадаткаў.

Навуковай базай для даследавання сталі працы такіх даследчыкаў як Б.В. Стральцоў, Н.В. Туміловіч, М.М. Лукіна, А.В. Калеснічэнка, Кім М.Н., Тэртычны А.А. і інш.

Матэрыялам для выканання дыпломнай работы сталі публікацыі з газет “Літаратура і мастацтва”, “Культуры” за 2020 год.

Вынікі даследавання могуць паспяхова прымяняцца пры стварэнні вучэбна-метадычных комплексаў для студэнтаў спецыяльнасці “Журналістыка”, у планаванні і арганізацыі эфектыўнай унутрырэдакцыйнай дзейнасці СМІ.

У дыпломнай працы будуць сустракацца наступныя ўмоўныя скарачэнні: газета “Літаратура і мастацтва” — “ЛІМ”, газета “Культура” — “К”.

ГЛАВА 1

СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫЯ ВЫДАННІ ПА КУЛЬТУРЫ І МАСТАЦТВУ Ў СІСТЭМЕ СМІ БЕЛАРУСІ

1.1 Тыпалогія і функцыі спецыялізаваных выданняў

Па стане на 1 красавіка 2020 года ў Беларусі зарэгістравана 1915 СМІ. Сярод іх 722 газеты, 864 часопісы, 31 бюлетэнь, 8 каталогаў, 2 альманахі, 265 электронных СМІ, 23 сеткавых выдання. Зыходзячы са статыстыкі, што прыводзіцца на сайце Міністэрства інфармацыі, можна сказаць, што ў наш час сістэма перыядычнага друку Беларусі ўключае дастаткова вялікую колькасць не толькі масавых грамадска-палітычных выданняў, але і спецыялізаваных (галіновых), карпаратыўных газет і часопісаў, якія з цягам часу набіраюць усё большую папулярнасць, аб'ядноўваючы чытачоў адной сферы дзейнасці, з агульнымі інтарэсамі. Падобныя выданні валодаюць вялікімі магчымасцямі ў асвятленні некаторых вузкаспецыяльных ці прафесійных пытанняў, распаўсюджванні інфармацыі аб асаблівасцях работы асобных прадпрыемстваў, арганізацый і аб'яднанняў, што ўвогуле садзейнічае павышэнню ролі сродкаў масавай інфармацыі ў грамадскім жыцці. Большасць спецыялізаваных выданняў, як і СМІ ў цэлым, з'яўляюцца незарэгістраванымі.

Калі гаварыць пра станаўленне сучасных спецыялізаваных выданняў, можна адзначыць некаторыя выдавецтвы, што сталі выпускаць вузканакіраваныя СМІ амаль адразу пасля ўзнікнення Рэспублікі Беларусь. Прыкладам такой арганізацыі можа быць група кампаній Уладзіміра Граўцова. Першай з зарэгістраваных кампаній стала “Агенцтва Уладзіміра Граўцова”. Менавіта з 13 кастрычніка 1992 года пачалася гісторыя прадпрыемстваў і разгалінаванай сеткі спецыялізаваных СМІ, якія арыентаваліся ў першую чаргу на эканамічную і фінансавую тэматыку. Першае друкаванае выданне кампаніі – “Финансовые новости”, якія выходзілі ў выглядзе бюлетэня адзін раз на тыдзень. Поспех гэтага праекта вызначыў далейшы напрамак развіцця кампаніі. У 1997 годзе “Агенцтва Уладзіміра Граўцова” пачынае выпуск часопіса “Главный бухгалтер” – адно з першых спецыялізаваных выданняў у Беларусі для бухгалтараў. Пачынаючы з 2001 года адбываецца значны рост кампаніі і колькасці выпускаемай прадукцыі. Развіваецца бухгалтарскі кірунак і ствараецца яшчэ шэсць галіновых выданняў. У гэты ж час развіваецца і тэматыка прыкладных прафесійных выданняў, выходзіць у свет пілотны нумар часопіса “Юрист”. У 2002 годзе выпускаецца часопіс “Индивидуальный предприниматель” – першае ў краіне выданне для індывідуальных прадпрымальнікаў і малага бізнесу ўвогуле. З ростам папулярнасці выданняў

сярод бюджэтных і прыватных арганізацый ствараліся і новыя выданні, кожнае са сваім кірункам. Зараз група кампаній “Агенцтва Уладзіміра Граўцова” займае адну з лідзіруючых пазіцый на гэтай нішы і выпускае больш за 40 прадуктаў і сэрвісаў, мае больш за 200000 падпісчыкаў на месяц і амаль 1000 супрацоўнікаў.

З развіццём сістэмы СМІ ўтварылася і група карпаратыўных сродкаў інфармацыі. Яны адрозніваюцца ад спецыялізаваных, але маюць і агульныя рысы, што дазваляе аднесці іх да дзвух груп. Пад паняццем “карпаратыўная прэса” часцей за ўсё разумецца тая частка друкаванага медыясегмента, якая прызначана для асвятлення жыцця асобных кампаній, структур, бізнес-кіраўніцтва. Гарчова А.Ю. ў сваёй кнізе “Корпоративная журналистика” адзначае, што “калі мы гаворым пра карпаратыўны друк, то маем на ўвазе тыя СМІ, якімі займаецца бізнес: не толькі таму, што гэта вельмі распаўсюджаная з’ява, але і таму, што карпарацыя без сродкаў масавай інфармацыі зараз – вельмі рэдкая з’ява” [8, с.48].

Спецыялізаваныя выданні маюць свае абавязковыя параметры: тэматычная арыентаванасць, мэтавая, лакальная аўдыторыя, свой асобны прадмет ці сфера адлюстраванай рэчаіснасці. У гэты ж час такія выданні могуць у пэўнай ступені адпавядаць і параметрам карпаратыўнай прэсы. Не з’яўляючыся прамым удзельнікам гандлёва-рынкавых зносін, яны ўсё роўна ў большай ці меншай меры ўдзельнічаюць у рэалізацыі рынкавых механізмаў.

Даследчыкі сучаснай прэсы адзначаюць хуткае развіццё сектара спецыялізаванай журналістыкі. Напрыклад, К.В. Якушэнка ў сваім артыкуле “Развитие рынка средств массовой информации в условиях экономического кризиса” адзначае, што “крызіс 2008-2010 гадоў унёс свае карэктывы ў развіццё рынку спецыялізаваных СМІ. Зачыніліся многія выданні, якія апынуліся нерэнтабельнымі, стварыўшы, такім чынам, спрыяльныя ўмовы для канкурэнцыі. Выдаўцы перанеслі сваю ўвагу з колькасных паказчыкаў на якасныя. Перавага была ў тых нішавых выданнях, якія здолелі своечасова ўкараніць новыя фарматы і канцэпцыі, а таксама прапанаваць чытачу эксклюзіўную інфармацыю, адрозную ад інфармацыі, прапанаванай часопісамі агульнага профілю” [37].

Трэба сказаць, што выразнай класіфікацыі спецыялізаванай прэсы не існуе, таму што спецыялізаваная прэса ахоплівае мноства галін жыццядзейнасці. Сёння павялічылася колькасць інфармацыйных, мастацкіх, музыкальных, забаўляльных і іншых тыпаў выданняў. Інфармацыя СМІ стала больш разнастайнай па тэматыцы. З’яўляецца ўсё больш публікацый па такім запатрабаваным аўдыторыяй тэмам, як здароўе, хатняя гаспадарка, культура, рэлігія і інш. Павялічваецца колькасць выданняў, якія адрасаваны розным групам насельніцтва.

Спецыялізацыя выданняў можа быць разгорнута ў двух вымярэннях: тэматычным і аўдыторным. Такім чынам, можна вылучыць прадметна-тэматычныя і аўдыторна-спецыялізаваныя выданні. Аўдыторна-спецыялізаваныя падзяляюцца на:

1) дэмаграфічныя выданні (мужчынскія – для хлопчыкаў, юнакоў, мужчын; жаночыя – для дзяўчынак, дзяўчат, жанчын);

2) ўзроставыя спецыялізаваныя выданні (дзіцячыя, падлеткавыя, моладзевыя, для пажылых і інш.);

3) нацыянальна-арыентаваныя выданні;

4) сацыяльна-прафесійна арыентаваныя спецыялізаваныя выданні;

5) канфесійна-арыентаваныя (праваслаўныя, ісламскія, каталіцкія);

6) сацыяльна-статусна арыентаваныя выданні (для кіраўнікоў і інш.).

Даследчыца Л.Г. Свіціч у сваёй кнізе “Профессия: журналист” піша аб тым, што для спецыялізаваных выданняў і рэдакцый выдзяляюцца розныя групы аўдыторыі: моладзевая, дзіцячая, дзелавыя людзі, аматары спорту, работнікі асобных сфер камерцыйнай дзейнасці і г.д. Інтэрэсы гэтых аўдыторных груп сканцэнтраваны ў асноўным у вобласці сфер дзейнасці, якая адлюстроўваецца ў тэматычнай скіраванасці спецыялізаваных выданняў. Гэта могуць быць наступныя сферы:

- сфера матэрыяльнай вытворчасці (прамысловасць, будаўніцтва, сельская гаспадарка, лясная гаспадарка, транспарт, сувязь);
- невытворчая сфера ў вобласці размеркавання і абмену (гандаль, зарыхтоўкі, матэрыяльна-тэхнічнае забеспячэнне, банкаўская справа, крэдыт, страхаванне);
- сфера спажывецкіх паслуг (жыллёва-камунальная гаспадарка, бытавое абслугоўванне, грамадскае харчаванне);
- сфера аховы здароўя насельніцтва (ахова здароўя, сацыяльнае забеспячэнне, фізічная культура, спорт);
- сфера духоўнай вытворчасці (асветніцтва, навука, культура, мастацтва);
- сфера ўмацавання і абароны грамадскага парадку (дзяржаўныя ўпраўленні, грамадскія органы, органы абароны і ахраны грамадскага парадку і г.д.).

Сегментаванне прэсы па полаўзроставай прыкмеце з’яўляецца традыцыйным для сусветнай журналісцкай практыкі. Таму ў асноўным выкарыстоўваюцца два параметры: ўзрост і пол аўдыторыі. Зыходзячы з гэтага вылучаюцца наступныя тыпы газет і часопісаў:

1. Дзіцяча-юнацкія выданні (“Рюкзачок”, “Рюкзачишка”, “Переходный возраст”, “Зорька”, “Юный спасатель”).

2. Моладзевыя выданні (“Знамя юности”, “Чырвоная змена”);

3. Выданні для старэйшага пакалення (пажылыя людзі) (“Друг пенсионера”, “Однако, жизнь!”, “Сваты”);

4. Жаночыя выданні (“Алеся”, “Женская газета”, “Счастливая и красивая”);

5. Мужчынскія выданні (“Мужской”, “Охота и рыбалка”, “Спецназ”).

У адрозненні ад сегмента прэсы, які падзяляецца ў залежнасці ад асвятлення сфер дзейнасці і ўтрымлівае монатэматычныя выданні, сегмент прэсы, які адрозніваецца па полаўзроставай прыкмеце, утрымлівае больш політэматычныя выданні.

Другую частку спецыялізаванай прэсы прынята дзяліць па сферах дзейнасці людзей. Аднак гэта зрабіць даволі складана, паколькі чалавечая дзейнасць вельмі шматгранная, таму сёння вылучаюцца больш за 30 асноўных тэматык спецыялізаваных выданняў:

- аўтамабілі, транспарт, машынабудаванне;
- архітэктура, будаўніцтва, дызайн, інтэр’ер;
- астралогія і эзатэрыка;
- аўдыё, відэа, фота;
- бухгалтарскі ўлік, падаткаабкладанне;
- бяспека прадпрыемальніцтва, бізнес, менеджмент;
- бібліятэказнаўства, журналістыка, паліграфія;
- ваенная справа, сілавая структура;
- геалогія, горная справа;
- дэтэктывы, фантастыка, прыгоды, містыка;
- заканадаўства і права;
- здароўе, медыцына;
- выданні на замежных мовах;
- мастацтва, культура;
- гісторыя, грамадства, палітыка;
- камп’ютары, праграмныя прадукты;
- мода, стыль;
- камунікацыі, сувязь;
- крыжаванкі, сканворды;
- кулінарыя;
- музыка, шоў-бізнэс;
- галіновыя выданні;
- прырода, жывёлы, расліны, экалогія;
- асвета, адукацыя, педагогіка;
- рэкламныя выданні;
- рэлігія, філасофія, сацыялогія, псіхалогія;
- прысядзібная гаспадарка (сад, агарод);
- творчасць;

- сельская гаспадарка;
- уласнасць, нерухомасць;
- сям'я, дом, побыт, вольны час;
- спорт, падарожжа, турызм, паляванне;
- гандаль, маркетынг, піяр;
- фінансавая і банкаўская справа;
- хімія, нафтагазавая прамысловасць;
- эканоміка, статыстыка;
- гумар, сатыра;
- даведачныя выданні.

У апошні час набыў папулярнасць такі від прэсы, як партворк. Партворк (ад англ. part і work – “частка” і “работа”) – гэта вузкасפעцыялізаваныя калекцыйныя выданні (часопісы ці кнігі), якія маюць сваю перыядычнасць згодна з устаноўленым планам. Упершыню на тэрыторыі СНД такія выданні з’явіліся ў пачатку 2000-ых гадоў. З часам колькасць такіх выданняў значна павялічылася. Партворкі таксама можна лічыць адной з разнавіднасцяў спецыялізаваных выданняў, таму што іх калекцыі прысвечаны асобным тэмам пазнавальнага, навучальнага ці забаўляльнага характара. Асноўнае адрозненне партворкаў ад іншых спецыялізаваных выданняў у тым, што іх выпускі суправаджаюцца рознымі элементамі: карткамі, дэталямі для зборкі, укладышамі і інш. Сёння партворкі – папулярныя выданні сярод беларускай аўдыторыі. Знайсці партворкі па інтарэсам не складана: іх тэматыка вельмі разнастайная.

Асабліва запатрабаванасць спецыялізаваных выданняў абумоўлена неабходнасцю ўзаемадзеяння з мэтавымі аўдыторыямі для абмену спецыяльнай інфармацыяй і прасоўваннем каштоўнасцей той ці іншай кампаніі. Крыніцай інфармацыі ў спецыялізаваных выданнях выступае пэўная сфера ведаў, галіна прамысловасці, від паслуг. Калі з’яўляецца паведамленне аб якой-небудзь “старонняй” падзеі, яно абавязкова асвятляецца з пункту гледжання вузкапрафесійнага падыходу. Круг чытачоў такіх выданняў выразна акрэслены: як правіла, яны адрасаваныя людзям, якія маюць нейкае дачыненне да гэтай сферы дзейнасці. У асяроддзі спецыялізаваных выданняў маецца свая іерархія, бо кожная тэма можа быць пададзена з розных ракурсаў.

Напрыклад, матэрыялы свецкага сегменту адказваюць на пытанні: што адбываецца ў канкрэтнай галіне? Як жывуць найбольш яркія прадстаўнікі канкрэтнай прафесіі? Якія перспектывы развіцця ў гэтай сферы дзейнасці? Такія выданні шмат у чым падобныя на ўніверсальныя, таму што і там і там часта з’яўляецца інфармацыя, якую называюць “свецкімі плёткамі”. Матэрыялы прафесійнага сегменту накіраваны на чытача – спецыяліста пэўнай сферы. Такія тэксты дапамагаюць прафесіяналу заставацца ў курсе самых галоўных

падзей галіны і быць “падкаваным” ва ўсіх прафесійных пытаннях. У выданнях карыстальніцкага сегменту матэрыялы арыентаваны на карыстальнікаў тавараў і паслуг.

Мэтавае прызначэнне – адна з галоўных прыкмет дзялення перыядычных выданняў. Гэта прыкмета дазваляе ўніверсальна характарызаваць істотнасць выдання, яго прызначэнне, вызначае аўдыторыю, чытацкі адрас, у ім непасрэдна адлюстроўваецца мэта выдання, а таксама яго задачы і праграма. Мэтавае прызначэнне канкрэтызуе характар і тып выдання. Для спецыялізаваных выданняў мэтавае прызначэнне вызначаецца, зыходзячы з уздзеянняў на адпаведную аўдыторыю, роду дзейнасці і кваліфікацыйнага ўзроўню чытачоў, якім яны адрасаваныя. Сетка спецыялізаваных выданняў нашай краіны прадстаўлена мноствам кірункаў: ад бізнеса да спорта, ад жаночых выданняў да культурнага друку. Большасць з іх – часопісы. Тэматыка і ўнутраная палітыка выдання вызначае і напавенне кантэнтам.

Адной з характэрных тыпафарміруючых прыкмет перыядычнага выдання з’яўляюцца жанры матэрыялаў, якія публікуюцца ў ім. Жанры спецыялізаваных выданняў маюць свае асаблівасці і адрозніваюцца ад агульнапрынятых у масавым друку. Тэорыя жанраў спецыялізаванай прэсы не распрацавана. У асобных працах сустракаецца ўжыванне тэрмінаў “навуковы артыкул”, “тэхнічны артыкул”, аднак выразае і поўнае вызначэнне гэтых паняццяў адсутнічае.

Выбар жанру матэрыяла (акцэнт на інфармацыі, аналітыцы, мастацкасці), лексікі (багацце спецыяльнай тэрміналогіі), стылістычных сродкаў, дызайнерскага рашэння для спецыялізаванага выдання вызначаецца наступнымі фактарамі: мэта выдання, тэматыка, спецыялізацыя, ступень спецыялізаванасці, падрыхтаванасць аўдыторыі.

1.2 Газеты “Літаратура і мастацтва” і “Культура” ў сучаснай медыйнай прасторы

Сучасныя спецыялізаваныя выданні па культуры і мастацтву з’яўляюцца важнай часткай сістэмы сродкаў масавай інфармацыі і маюць важнае значэнне як для адукаванага чалавека, так і для ўсяго грамадства цалкам. Культура – гэта люстэрка чалавека, соцыума, краіны. Яна адлюстроўвае жыццё і гісторыю людзей, паказвае краіну ў творах мастацтва, паказвае рэчаіснасць і заглядае ў душы, каб не толькі расказаць пра тое, што адбываецца, але і раскрыць унутраны свет асобы. Гэтыя функцыі выконваюць і спецыялізаваныя выданні: вучаць, фарміруюць адносіны і ацэнку, закладваюць маральныя, асобныя каштоўнасці.

Дацэнт кафедры перыядычнага друку і вэб-журналістыкі факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта Наталля Анатольеўна Зубчонак у сваім артыкуле “З гісторыі спецыялізаванага друку Беларусі” адзначыла, што “спецыялізаваныя выданні пачалі распаўсюджвацца яшчэ напачатку XX стагоддзя, у перыяд актывізацыі грамадскага жыцця пад уплывам рэвалюцыйных падзей. Паступова пачалі выходзіць газеты і часопісы, якія ў некаторым сэнсе адмежаваліся ад грамадска-палітычных праблем і былі адрасаваныя прадстаўнікам пэўных сфер дзейнасці. Спецыялізаваныя (галіновыя) выданні асвятлялі пытанні культуры, літаратуры, адукацыі, сельскай і лясной гаспадаркі, медыцыны, тэхнікі і інш. Да нашага часу іх захавалася няшмат: напрыклад, “Агрономический листок” (двухтыднёвы дадатак да газеты “Витебский вестник”, 1912 г.); “Белорусский учительский вестник” (штомесячны часопіс для настаўнікаў, 1910 г., Магілёў); “Медицинское дело” (1910 г., Вільня); “Педагогическое дело” (1911-1914 гг., Гродна); “Саха” (сельскагаспадарчы часопіс, выходзіў у выдавецтве “Нашай Нівы”, 1912-1915 гг.) і інш.” [13, с.41].

Адзіным выданнем ў Беларусі, якое асвятляла спартыўныя падзеі, стаў штотыднёвы часопіс “Спорт”. Яго выпуск быў наладжаны ў Вільні ў 1913 годзе. Выйшла толькі чатыры нумары. Сёння спартыўная тэматыка шырока асвятляецца на старонках газет і часопісаў, чаго нельга сказаць пра пачатак XX стагоддзя. Спецыялізаваныя рубрыкі “Спорт” мелі толькі некаторыя перыядычныя выданні. Сярод іх былі “Минский голос”, “Минская газета-копейка”, “Гомельская копейка” і інш.

Побач з выданнямі вузка спецыяльнага характару ў Беларусі выходзілі літаратурна-асветніцкія газеты і часопісы. Некаторыя грамадска-палітычныя газеты таксама мелі падзагалоўак “літаратурная” («Белорусский вестник. Газета общественная и литературная»; «Жизнь провинции. Ежедневная общественно-политическая, экономическая и литературная газета» і інш.). У пэўных выпадках такая назва давала магчымасць выданню на пэўны час адцягнуць увагу ўладаў ад сваіх грамадска-палітычных поглядаў.

Да першых спроб стварэння спецыяльнай газеты ці часопіса, якія асвятлялі б толькі літаратурныя пытанні, можна аднесці выпуск у Гомелі двухтыднёвага літаратурна-мастацкага часопіса “Зорницы” ў 1911-1912 гг. У гэты ж час там спрабавалі друкаваць “Гомельский театрально-музыкальный вестник”. Выйшла толькі тры нумары выдання. У 1911 годзе ў Гомелі была заснавана літаратурна-грамадская газета “Лучи”, якой выйшла толькі два нумары. На год пазней у Мінску ўбачылі свет пяць нумароў літаратурнага часопіса “Минский огонёк”, які з’яўляўся дадаткам да “Минской газеты-копейки”. Такія выданні ў Беларусі ў гэты час былі мала распаўсюджаны. Сапраўдным выключэннем змаглі стаць толькі першыя беларускамоўныя газеты і часопісы, якія згуртавалі вакол сябе

лепшыя сілы нацыянальнай інтэлігенцыі, выдатных пісьменнікаў і публіцыстаў («Наша доля», «Наша ніва», «Лучынка», «Маладая Беларусь»).

У працэсе рэвалюцыйна-дэмакратычных пераўтварэнняў у Беларусі складвалася тыпалогія перыядычных выданняў, павялічвалася іх колькасць, змянялася перыядычнасць выхаду. Сістэма друку Паўночна-Заходняга краю пачынала паўнацэнна развівацца, адпавядаючы запатрабаванням рэчаіснасці. Беларуская прэса імкнулася быць прадстаўленай практычна ўсімі відамі перыядычных выданняў. Спецыялізаваныя газеты і часопісы складалі значную яе частку.

Культура – гэта не толькі адлюстраванне рэчаіснасці, але і добры метада удзеяння на чытача, таму не выклікае здзіўлення той факт, што пасля кастрычніка 1917 года калонка ці рубрыка па культуры ў грамадскіх выданнях стала частай з’явай. Нават ствараліся спецыялізаваныя выданні, дзе размяшчаліся крытычныя матэрыялы, агляды, пытанні і адказы тэорыі і практыкі літаратурнай і мастацкай творчасці.

Е.Л. Бондарава ў сваіх працах адзначыла, што першым спецыялізаваным часопісам на савецкай прасторы была “Красная новь”. Выданне існавала з 1921 года па жнівень 1942 года. Пасля гэтага часопіса пачалі выдавацца новыя часопісы і газеты, якія асвятлялі культурнае жыццё краіны: “Новый мир”, “Советское кино”, “Театр и революция”, “Музыкальная газета” і інш. Яны былі накіраваны не толькі на літаратуру, але і на іншыя віды мастацкай творчасці, што бачна нават па назвам [4, с. 19].

Л.П. Саянкова ў сваім артыкуле “Літаратурно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст” піша, што літаратурна-мастацкая крытыка прызнавалася адной з прыярытэтных тэм савецкай журналістыкі. Аб гэтым сведчыць вялікая колькасць пастанаўленняў, якія падкрэслівалі асабліваю значнасць гэтага віда журналісцкай творчасці.

Першымі перыядычнымі выданнямі літаратурнага і мастацкага напрамку ў Беларусі лічацца такія выданні, як “Полюмя”, “Маладняк”, “Узвышша”, а пазней, у 1932 годзе, з’явілася газета “Літаратура і мастацтва”. Газета з’ўлялася органам Федэрацыі аб’яднанняў савецкіх пісьменнікаў і Галоўмастацтва БССР. У першы час выхаду газеты перад рэдакцыяй была пастаўлена задача – падрыхтаваць і асвятліць I з’езд пісьменнікаў Беларусі, які адбыўся ў чэрвені 1934 года.

На старонках “Літаратуры і мастацтва” публікаваліся такія знакамітыя беларускія пісьменнікі і аўтары, як Іван Мележ, Іван Шамякін, Васіль Быкаў, Уладзімір Караткевіч, Яўгенія Янішчыц, Алесь Разанаў і інш.

Сёння “Літаратура і мастацтва” – гэта штотыднёвая газета. Заснавальнікам газеты з’яўляецца Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь, грамадскае аб’яднанне “Саюз пісьменнікаў Беларусі”, рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова

“Выдавецкі дом “Звязда””. Галоўны рэдактар – Чарота Аляксей Іванавіч. Наклад выдання значна зменшыўся за апошні час і зараз налічвае 931 экзэмпляр.

Выпуск складаецца з 16 палос і выходзіць па пятніцах. У газеце ёсць пастаянныя рубрыкі: “Часопіс”, “Асоба”, “Крытыка”, “Паэзія”, “Проза”, “Кніжны свет”, “P.S.”. Сярод рубрык, якія часта з’яўляюцца ў выданні, можна адзначыць наступныя: “Кіно”, “Музыка”, “Адлюстраванне”. Колькасць рубрык не заўсёды залежыць ад колькасці матэрыялаў у выпуску.

Матэрыялы газеты публікуюцца на беларускай мове, амаль кожны з іх суправаджаецца хаця б адной ілюстрацыяй ці фотаздымкам. Рэдакцыя прадугледзела і важнасць подпісаў да здымкаў, таму большасць з іх суправаджаецца адным сказам. Газета працягвае традыцыю і друкуе творы беларускіх аўтараў, знаёміць чытачоў з сучаснікамі. Гэта адкрытая пляцоўка для творчых дыскусій, аўтарытэтная школа беларускай публіцыстыкі.

Газета “Культура” мае не такую багатую гісторыю, так як заснавана толькі ў кастрычніку 1991 года. Але сёння яна займае таксама адну з галоўных пазіцый сярод спецыялізаваных выданняў па культуры і мастацтву.

“Культура” выходзіць кожную суботу на 16 палосах. Заснавальнік выдання – Міністэрства культуры Рэспублікі Беларусь. Дырэктар – Слабодзіч Ірына Аляксееўна. Наклад штотыднёвіка – 3204 экзэмпляры.

У газеце таксама ёсць пастаянныя рубрыкі: “Актуальна”, “Соцыум”, “Art-блог”, “На людным месцы”, “Праз гасцінец”, “Prof-партфолія”, “Гістарыёграф”, “Афіша “К””, “Погляд з ХХІ стагоддзя”. Перыядычна на старонках газеты з’яўляюцца рубрыкі “А “К”но ў свет”, “Фрыстайл”, “Суботнія сустрэчы”. Усе матэрыялы друкуюцца на беларускай мове.

Рэдакцыя пазіцыянуе сябе як штотыднёвую газету, якая адлюстроўвае ўвесь спектр культурнага жыцця Беларусі і карысны замежны досвед. На старонках выдання – падзеі і аналітыка, гісторыя і сучаснасць, класіка і эксперымент, актуальныя праблемы і спосабы іх вырашэння. У газеце публікуюцца матэрыялы па пытаннях развіцця літаратуры, выяўленчага і тэатральнага мастацтва, кіно, тэлебачання, самадзейнасці, працы культурна-асветніцкіх устаноў. Акрамя гэтага, у газеце размяшчаюцца навукова-папулярныя матэрыялы па гісторыі, этнаграфіі, фальклору, архітэктуры. Газета была лаўрэатам прэміі “За духоўнае адраджэнне”. Мэта выдання – расказаць пра пэўныя працэсы, якія адбываюцца ў сферы культуры, прааналізаваць іх, даць каментарый і прагноз.

“Літаратура і мастацтва” і “Культура” пазіцыянуюць сябе і ў Інтэрнэце. Паколькі абедзве газеты не з’яўляюцца самастойнымі і належаць да выдавецкіх устаноў, то і размяшчаюцца не на асобных сайтах. Напрыклад, старонку “Літаратуры і мастацтва” можна знайсці на сайце выдавецкага дома “Звязда”.

Тут можна праглядзець цалкам электронную версію газеты і звярнуцца да архіва нумароў. Важна, што гэта добрая магчымасць для чытача, каб пазнаёміцца з выданнем бліжэй і пры гэтым не аддаваць грошы ў кіёску, але для рэдакцыі гэта цяжкая страта наклада друкаваных экзэмпляраў і, як наступства, фінансавыя цяжкасці.

Газета “Культура” пайшла крыху іншым шляхам, але вельмі падобным да “Літаратуры і мастацтва”. Выданне мае старонку на сайце рэдакцыйна-выдавецкай установы “Культура і мастацтва”. Тут нельга знайсці і спампаваць з архіва PDF-версію выдання, але можна азнаёміцца з матэрыяламі, якія размяшчаюцца і ў друкаваным выглядзе. Таксама зручна для чытача, які не хоча купляць газету.

Значную заўвагу можна зрабіць па тым, якім чынам адбываецца распаўсюджванне кантэнту. Калі зайсці на сайт belkiosk.by і ў пошукавым радку задаць назвы газет, якія разглядаюцца, то можна знайсці толькі газету “Літаратура і мастацтва”, магчымасць набыць газету “Культура” ў электроннай версіі, адсутнічае, хаця і на сайце выдання праглядзець яе PDF-версію нельга. Гэты ж факт цяжка ўжываецца з тым, што ў аўдыторыі ёсць свабодны доступ да бясплатнай версіі “Літаратуры і мастацтва” на сайце выдавецкага дома.

Для таго, каб выявіць сучасных прадстаўнікоў спецыялізаваных выданняў па культуры і мастацтву ў Беларусі, можна звярнуцца да каталога друкаваных сродкаў масавай інфармацыі на 2020 год ад рэспубліканскага ўнітарнага прадпрыемства паштовай сувязі “Белпошта”, так як у ім ёсць зручны механізм пошуку патрэбных выданняў. Па тэматычным указальніку пад №17 знойдзены пералік выданняў, якія належаць да групы “Культура. Мастацтва. Літаратура”. “Белпошта” для падпіскі прапануе ўсяго восем найменняў, сярод якіх ёсць і “Культура”:

1. “Артэфакт” – навукова-метадычны часопіс. Апісанне: “Гэта пляцоўка для прафесійнага абмеркавання сучасных культурных падзей і дыялога спецыялістаў аб актуальных праблемах мастацтвазнаўства. Публікуе навуковыя даследаванні, дыскусіі, рэцэнзіі, эсэ”.

2. “Дзеяслоў” – літаратурны часопіс. Апісанне: “Лепшая сучасная беларуская проза, паэзія, эсэістыка, крытыка, артыкулы па гісторыі Беларусі, пра музыку, кіно, тэатр, мастацтва, прыклады сусветнай класікі”.

3. “Лідскі летапісец” – часопіс, які падае хроніку Лідчыны, асвятляе гістарычныя і краязнаўчыя пытанні, звязаныя з Лідчынай.

4. “Мастацтва” – аналітычна-асветніцкі часопіс па пытанням практыкі, тэорыі і гісторыі беларускага мастацтва.

5. “На экранях” – беларускі часопіс для тых, хто любіць кіно, і пра тых, хто робіць кіно.

6. “Наша слова” – газета, якая асвятляе дзейнасць Таварыства беларускай мовы, усе праблемы, звязаныя з беларускай мовай і беларускай культурай.

7. “Партер” – часопіс, адзінае выданне Беларусі, якое прадстаўляе мінулае і сучаснае нацыянальнай оперы і балета ў кантэксце сусветнага музычнага мастацтва.

Нягледзячы на адсутнасць “Літаратуры і мастацтва” ў гэтым пераліку, выданне таксама мае месца на старонках каталога. Сярод спіса не было адзначана і такіх выданняў, як “Полымя”, “Маладосць”, “Нёман”. Усе гэтыя выданні адносяцца да Выдавецкага дома “Звязда” і асвятляюць пытанні літаратуры, гісторыі, мастацтва, культуры, г.зн. з’яўляюцца спецыялізаванымі.

1.3 Жанравая структура выданняў па культуры і мастацтву

Тэрмін “жанр” узнік у эстэтыцы французскага класіцызму сярэдзіны XVIIст. для размежавання разнавіднасцяў твораў, якія ствараюцца ва ўсіх родах творчасці. Л. Е. Кройчык вызначыў жанр як “адносна ўстойлівую структурна-змястоўную арганізацыю тэксту, абумоўленую своеасаблівым адлюстраваннем рэчаіснасці і характарам адносін да яе творцы” [20, с.5].

Жанры – неабходная для зручнасці журналіста і чытача рэч. Першы можа выбраць найбольш прыдатную форму для свайго матэрыялу, а другі, распознаўшы жанр, зможа зразумець, якую інфармацыю прапануе аўтар тэкста. Класічная тыпалогія дзеліць жанры на тры вялікія групы: інфармацыйныя, аналітычныя і мастацка-публіцыстычныя.

Сусветная тэндэнцыя – рост матэрыялаў інфармацыйнага характару. Гэта звязана з развіццём тэхналогій, пераходам СМІ ў інтэрнэт. У айчынай журналістыцы пераважае з’ява, якую сёння называюць узаемапрапранікненнем жанраў. Сутнасць гэтай з’явы ў тым, што жанравыя адрозненні журналісцкіх матэрыялаў праяўляюцца ў інфармацыйных плынях усё менш прыкметна і слаба заўважаюцца не толькі аўдыторыяй, але і прафесійным асяроддзем. На гэта можа быць некалькі прычын. Напрыклад, зніжэнне прафесіяналізму журналістаў, ці тэндэнцыя за барацьбу за пашырэнне аўдыторыі, ці ідэалогія і філасофія постмадэрнізму, што сцірае межы жанраў, ці ўздзеянне на развіццё СМІ новых камунікацыйных тэхналогій.

На сённяшні момант аналітычныя жанры набываюць рысы інфармацыйных, мастацка-публіцыстычных – аналітычных. За апошнія два дзесяцігоддзі са старонак друкаваных выданняў зніклі некаторыя жанры, напрыклад, памфлет ці фельетон. Некаторыя жанры, наадварот, займаюць лідзіруючыя пазіцыі (нататка, інтэрв’ю).

Трансфармацыю жанраў адзначае і выкладчык факультэта журналістыкі Н.В. Саянава: “Паскарэнне агульнага жыццёвага тэмпа, змена інфармацыйных

чаканняў аўдыторыі, кардынальнае павелічэнне аб’ёма навін, якія абумовілі фрагментарнасць і мазаічнасць мыслення і ўспрымання карціны свету, і ў гэты ж час не страчаная патрэба аўдыторыі ў аўтарытэтным меркаванні, своеасаблівым “гуру”, які дазваляе ўпэўнена арыентавацца ў акружаючай рэчаіснасці, справацыравалі трансфармацыю жанравай сістэмы журналістыкі, знікненне традыцыйных публіцыстычных жанраў і замену іх больш мабільнымі, аператыўнымі формамі рэакцыі” [26, с.66].

Мы вырашылі вызначыць, якая сітуацыя назіраецца з жанрамі на старонках спецыялізаваных выданняў “Літаратура і мастацтва” і “Культура” і якія групы жанраў пераважаюць. Для гэтага былі прааналізаваны выбарачныя нумары газет за першы квартал 2020 года абедзвюх газет у аднолькавай колькасці.

Усяго было вылучана 125 матэрыялаў з газеты “Літаратура і мастацтва” і 114 матэрыялаў з “Культуры”. Прыкладная колькасць матэрыялаў на адзін нумар у пералічаных газет ≈ 24 .

Сусветную тэндэнцыю ў павелічэнні колькасці навіннага кантэнту і інфармацыйных жанраў можна назіраць і на прыкладзе гэтых спецыялізаваных выданняў. З 239 тэкстаў, якія былі разгледжаны, больш за палову – матэрыялы інфармацыйнага характару. У выданнях “Літаратура і мастацтва” і “Культура” была выяўлена колькасць такіх тэкстаў з невялікай розніцай – 141. Матэрыялаў, напісаных у аналітычных жанрах значна менш, але тым не менш сустрэлі больш за 80 тэкстаў (46 у “Літаратуры і мастацтве” і 36 у “Культуры”). Да мастацка-публіцыстычнай групы аднеслі 36 матэрыялаў. Большасць з іх выяўлена ў “Літаратуры і мастацтве” – 21 тэкст. Гэты факт можна растлумачыць тым, што так ці інакш гэтыя выданні маюць асабістыя мэты і накірункі. Калі галоўнай задачай “Культуры” з’яўляецца тлумачэнне і асвятленне працэсаў у сферы культуры, то “Літаратура і мастацтва” за мэта лічыць знаёмства аўдыторыі з новымі імёнамі і аналіз новага прадукта. Да кантэнт-аналізу не былі прылічаны тэксты чытачоў (вершы, аповяданні і інш.), якія публікуюцца на пастаяннай аснове ў спецыялізаваных выданнях. Наглядна працэнтныя суадносіны груп жанраў прадстаўлены ў дадатку А.

Калі падрабязней звярнуцца да жанраў, то самымі папулярнымі і шматлікімі з’яўляюцца нататкі.

Нататка – інфармацыйны жанр, які апісвае падзею, адказваючы на пытанні “што?”, “дзе?”, “калі?”. Маюць невялікі памер, ад 50 да 250 слоў. На старонках газет сустракаліся і пашыраныя нататкі. У іх, акрамя асноўных момантаў, аўтар апісвае дэталі ці ўстаўляе каментарыі. Агульная колькасць выяўленых на старонках газет нататак – 54. Прыклады: “Гуманітарная прастора. Супольная” (ЛІМ, №13 ад 03.04.2020), “Сумоёе накаленняў” (К, №8 ад 22.02.2020).

У спіс самых часта сустракаемых жанраў у “Літаратуры і мастацтве” і “Культуры” трапілі і **агледы**. Пад гэтым словам разумецца перш за ўсё апісанне, падвядзенне вынікаў, вывучэнне. Адносіцца да групы аналітычных жанраў. Падчас аналізу выявілі 34 тэкста. Яркімі прыкладамі гэтага жанру могуць стаць *матэрыялы “Мёд паэзіі, фантастычнасць прозы”, “Гукі звонку”, “Філасофія развагі і мужчынкі погляд на каханне”* (ЛІМ, №16 ад 24.04.2020). Аўтары гэтых тэкстаў робяць агляд часопісаў “Полымя”, “Нёман”, “Маладосць”.

Да інфармацыйнай групы жанраў адносіцца жанр **справаздачы** – развернутае інфармацыйнае паведамленне аб афіцыйных падзеях ці мерапрыемствах дзяржаўнага або сацыяльнага значэння. У справаздачы перадаецца сутнасць падзеі. Усяго было адзначана сем справаздач. Адна з іх – *“Штуршок да новага, крок да лепшага”* (ЛІМ, №11 ад 20.03.2020), дзе аўтар раскажаў пра I Рэспубліканскі краязнаўчы форум.

Прыкладна ў аднолькавых колькасных суадносінах у прааналізаваных выданнях выступае жанр **інтэрв’ю**.

Інтэрв’ю – інфармацыйны жанр журналістыкі, які па сваёй форме нагадвае размову журналіста з сацыяльна значнай асобаю па актуальных пытаннях. Выяўлена 15 тэкстаў у “Культуры” і 13 у “Літаратуры і мастацтве” за гэты ж перыяд.

Н.В. Туміловіч ў сваім вучэбна-метадычным комплексе вызначае жанр **рэцэнзіі** так: “Рэцэнзія – аналітычны жанр журналістыкі і літаратурна-мастацкай крытыкі, які аналізуе годнасць і недахопы твора, яго месца ў сучасным мастацкім працэсе” [33, с.98]. Гэты жанр асабліва часта сустракаецца на старонках “Літаратуры і мастацтва” (14 рэцэнзій). У два разы радзей сустракаюцца рэцэнзіі ў газеце “Культура” (7 рэцэнзій). Такі момант раскрывае рознакіраванасць задач, якія пастаўлены перад гэтымі выданнямі. У жанры рэцэнзіі апублікаваны тэкст *“Па-за гульнёй”* (ЛІМ, №13 ад (03.04.2020).

Сустракаюцца на старонках прааналізаваных газет і **замалёўкі** – жанр на мяжы інфармацыйнага і публіцыстычнага, адлюстроўвае знешнія бакі падзей, якія апісваюцца. У такіх тэкстах важная роля аддаецца эмацыйнай насычанасці. Увага аўтара канцэнтруецца не столькі на ўстанаўленні фактаў і іх узаемазалежнасці, колькі на пераказе дэталяў гэтых фактаў і эмоцый на іх конт. Замалёўкі часта называюць вобразнай інфармацыяй. Прыкладамі замалёвак могуць стаць тэксты *“Узнагарода ў спадчыну”* (ЛІМ, №13 ад (03.04.2020), *“Дзень “Маладняка””*, (К, №3 ад 18.01.2020).

Пры аналізе былі выяўлены невялікія паведамленні з двух-пяці сказаў, якія прадстаўлены на паласе сярод падобных паведамленняў. Іх аднеслі да жанру **хронікі**. Газета “Літаратура і мастацтва” робіць падборку такіх паведамленняў ў дзвюх рубрыках: “ЛІМ-люстэрка” і “ЛІМ-акцэнты”.

На палосах выданняў публікуюцца **анонсы** – паведамленні аб будучых мерапрыемствах. Асноўная мэта анонса – даць кароткую, але аб’ектыўную інфармацыю пра час, месца, галоўных момантах запланаванай падзеі, найбольш важных яго перадумовах і этапах. Напрыклад, у газеце “Літаратура і мастацтва” часта публікуюцца анонсы эфіраў на радыё “Культура”, а газета “Культура” інфармуе аўдыторыю пра будучыя форумы, фестывалі і інш., як гэта зроблена ў матэрыяле “*Кантактна-тэатральна*” (К, № 4 ад 25.01.2020).

Аднолькавая колькасць **рэпартажаў** была выяўлена на старонках аналізаваных выданняў – па 7 тэкстаў. Рэпартаж – жанр журналістыкі, які дае апэратыўнае нагляднае ўяўленне пра падзею праз непасрэднае ўспрыяццё аўтара – сведкі ці ўдзельніка гэтай падзеі. Да асаблівасцей жанру можна аднесці: паслядоўнае ўзнаўленне падзеі, эмацыйнасць паведамлення, актыўная роля асобы аўтара, нагляднасць (за кошт дэталей, рэплік), дакументальнасць, якая не дапускае творчага вымысла. З прааналізаваных матэрыялаў да рэпартажа можна аднесці наступныя тэксты: “*Пагартаць славы старонкі*” (ЛІМ, №11 ад 20.03.2020), “*Гэта было нядаўна, гэта было даўно...*” (К, №5 ад 01.02.2020) і інш.

Важнае месца сярод жанраў “Літаратуры і мастацтва” і “Культуры” займаюць **нарысы** – публіцыстычныя жанры, якія ў вобразнай форме даследуюць заканамернасці сацыяльна-маральнага быцця чалавека і развіцця грамадскіх працэсаў, а таксама канкрэтных сітуацый рэальнай рэчаіснасці. У сваёй большасці выяўленыя нарысы з’яўляюцца партрэтнымі, так як у цэнтры матэрыялаў знаходзіцца асоба чалавека, яго жыццё, памкненні. У прааналізаваных нарысах часцей сустракаецца “сціснуты” расказ пра жыццё чалавека. Напрыклад, тэксты “*На саамскай мове*” (ЛІМ, №16 ад 24.04.2020) і “*Ён здабыў тэму*” (К, №3 ад 18.01.2020). Усяго было адзначана 12 нарысаў.

Сярод мноства зафіксаваных жанраў былі зафіксаваны і **карэспандэнцыі** – жанр, прадметам якога выступае асобна ўзятая, сацыяльна значная падзея, прадстаўленая журналістам дэталізавана. У цэнтры такіх матэрыялаў – канкрэтная сацыяльная сітуацыя, г.зн. сістэма фактаў, аб’яднаных прычынна-выніковымі сувязямі, ці група фактаў, якія звязаны адзінствам часу, месца, героя, праблемы. Ад нататкі адрозніваецца больш дэталёвым і больш шырокім асвятленнем пытання. Да карэспандэнцый належаць матэрыялы “*Пакінуць нельга знішчыць. Дзе коска?*” (К, №4 ад 25.01.2020), “*Родны” край ці “няродны”*” (ЛІМ, №11 ад 20.03.2020) і інш.

Артыкул – аналітычны жанр, які дае развернутую, грунтоўна аргументаваную канцэпцыю аўтара наконт актуальнай сацыяльнай праблемы. Прадметам адлюстравання ў артыкуле можа выступаць падзея, працэс, сацыяльная сітуацыя. У прааналізаваных выданнях артыкулы сустракаюцца не мільмі часта, але “Літаратуры і мастацтва” быў апублікаваны тэкст, які можна

аднесці да гэтага жанру: *“Творчасць змяняе карціну сусвету”* (ЛІМ, №16 ад 24.04.2020).

Папулярнай з’явай ва ўсіх СМІ з’яўляецца **артыкул-спіс**. Жанр належыць да аналітычных, але яго можна аднесці і да новых жанраў інфармацыйна-забаўляльнай журналістыкі, якія выкарыстоўваюць у якасці кампазіцыйнага прынцыпу арганізацыі тэксту нумараваны спіс. Як правіла, гэта адлюстроўваецца ў загалоўку, але аўтары не заўсёды выкарыстоўваюць такі прыём падчас напісання тэксту. Напрыклад, матэрыялы *“Архіўны склон і ўмоўны лад”* (К, №2 ад 11.01.2020) і *“Разам з дронам”* (ЛІМ, №12 ад 27.03.2020), дзе аўтары не выкарыстоўваюць лічэбнікі для прыцягнення ўвагі аўдыторыі. А вось у матэрыяле *“Ад якаснага джазу да захпляльных экскурсій”* журналіст выкарыстаў падзагалоўак, які адразу перадае сутнасць публікацыі *“Топ-5 яркіх фестываляў Беларусі, якія можна наведаць у найбліжэйшы час”* (ЛІМ, №4 ад 31.01.2020).

На старонках выданняў публікуюцца **некралогі**, прысвечаныя людзям, якія ўнеслі значны ўклад у развіццё культуры. А.А. Цертыхны адносіў некралог да інфармацыйнай групы жанраў. Жанравая своеасаблівасць некралога ў тым, што прадметам адлюстравання з’яўляецца факт смерці якога-небудзь чалавека. Акрамя таго, некралогі ўтрымліваюць кароткую біяграфію памерлага, паведамляюць аб тым, дзе і кім ён працаваў, аб яго дасягненнях, узнагародах. На старонках прааналізаваных нумароў былі апублікаваны некролагі, адзін з якіх паводле смерці прафесара кафедры харавога і вакальнага майстэрства Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў Пякуцька Альбіны Васільеўны (К, №4 ад 25.01.2020).

Цікавай знаходкай на старонках “Культуры” стала **журналісцкае даследаванне**, якое публікавалася часткамі ў нумарах газеты. У публікацыях аўтар расказаў пра Ніну Бохан – “самабытную мастачку, якая малявала дываны і грошы”. Публікацыя цыклу матэрыялаў пачалася з №4 ад 25.01.2020.

Да аналітычнай групы жанраў адносяцца **калонкі** – маналог публіцыста, які прапануе ў вобразна-эмацыянальнай форме сваю ацэнку фактаў рэчаіснасці. Нажаль, гэты жанр не так часта сустракаецца на старонках прааналізаваных выданняў. Былі выяўлены падобныя да калонак **каментарыі**.

Каментарый – жанр публіцыстыкі, які ўяўляе сабой аператыўны водгук на канкрэтныя падзеі ў форме маналога аўтара, які запрашае аўдыторыю да разважання. На старонках “Літаратуры і мастацтва” быў апублікаваны матэрыял *“Яшчэ раз пра скланенне прозвішчаў”* (№13 ад 03.04.2020), дзе аўтар Пятро Жаўняровіч дае каментарый паводле правапісу прозвішчаў на беларускай мове.

Рэдкай з’явай на старонках прааналізаваных газет сталі лісты і эсэ, але прыемнай знаходкай стаў фельетон *“Наватарскі раман”*, апублікаваны ў

“Літаратуры і мастацтве” (№12 ад 27.03.2020). У дадатку Б прадстаўлены параўнальны аналіз жанравага напавення газет.

Жанравае напавенне іграе важную ролю для аўдыторыі, але вырашальным фактарам з’яўляецца менавіта тэматычная палітра. Праведзены кантэнт-аналіз дазволіў вызначыць тэматычны накірунак газет.

Назва газеты “Літаратура і мастацтва” ўжо раскрывае галоўную тэматыку выдання – літаратура. Абсалютная большасць матэрыялаў прысвечана менавіта гэтаму кірунку, а таксама выдавецкай дзейнасці. Менш за ўсё тут пішуць пра рэлігію, навуку і не вельмі часта пра мастацтва.

У “Культуры” тэматычны профіль больш разнастайны. У выданні публікуюцца матэрыялы шмат аб чым, але найменш увагі ў прааналізаваных выпусках аддаецца літаратуры, навуцы, а таксама рэлігіі і некаторым накірункам мастацтва (архітэктура, фатаграфія і інш.).

Для зручнасці вылучэння вядучых тэм можна саставіць топ-5 тэм для кожнай з газет.

Топ-5 тэм у газеце “Літаратура і мастацтва”:

- 1) літаратура – 48%
- 2) грамадства – 16%
- 3) кнігавыдавецкая справа – 11,2%
- 4) кіно – 8,8%
- 5) культура – 8%.

Топ-5 тэм у газеце “Культура”:

- 1) грамадства – 22,8%
- 2) культура – 11,4%
- 3) музыка – 8,7%
- 4) тэатр – 7,9%
- 5) гісторыя – 7,8%.

Падрабязней азнаёміцца з тэматычнымі накірункамі можна ў дадатку В.

Вынікі па главе 1

1. На сучасным этапе назіраецца хуткі рост спецыялізаванай прэсы. Спецыялізацыя выданняў можа быць разгорнута па тэматычным і аўдыторным прыкметах. Вылучаецца больш за 30 асноўных тэматык. Па мэтавым прызначэнні спецыялізаваныя выданні вырашаюць мноства задач: ад прасоўвання каштоўнасцей да звычайнага інфармавання аб навінах той ці іншай сферы.

2. Першыя спробы стварэння спецыялізаваных выданняў па літаратурным і культурным пытанням адносяцца да пачатку XX стагоддзя. Сетка спецыялізаваных выданняў па культуры ў Беларусі мае больш за 10 найменняў.

Сярод іх лідзіруючыя пазіцыі займаюць газеты “Літаратура і мастацтва” і “Культура” – штотыднёвікі з аб’ёмам 16 палос, якія выходзяць на беларускай мове. Абедзве газеты пазіцыянуюць сябе ў Інтэрнэце, дзе можна атрымаць бясплатны доступ да іх кантэнту, што робіць выданні бліжэй да аўдыторыі.

3. Большасць матэрыялаў у газетах “Літаратура і мастацтва” і “Культура” адносяцца да інфармацыйнай групы жанраў. Спецыфіка выданняў праяўляецца ў жанравых асаблівасцях і тэматычных накірунках. Самыя папулярныя жанры – нататкі, агляды, інтэрв’ю. Сустрэкаюцца рэдкія для сучаснай прэсы жанры, напрыклад, фельетон, журналісцкае даследаванне. Тэматычны спектр больш шырока прадстаўлены ў газеце “Культура”. Галоўныя тэмы для абедзвюх газет – літаратура, грамадства, культура.

ГЛАВА 2

ІНТЭРВ'Ю ЯК ЖАНР І МЕТАД

2.1 Жанр інтэрв'ю ў кантэксте часу

Калі звярнуцца да семантыкі слова “інтэрв'ю”, яно складаецца з прэфікса *inter*, які мае значэнне ўзаемадзеяння, узаеманакіраванасці, і словы *view*, адно са значэнняў якога – погляд, меркаванне. Значыць, інтэрв'ю – гэта абмен поглядамі, фактамі, звесткамі. Працэс усталявання жанру не заўсёды супадае з працэсам з'яўлення тэрміна, але тым не менш часцей за ўсё ёсць магчымасць прасачыць логіку яго ўзнікнення. Хутчэй за ўсё пад гэтым словам меўся на ўвазе пазнавальны метад, які выкарыстоўваецца для атрымання пэўнай інфармацыі і ў нейкай меры фіксуецца ў саміх матэрыялах.

У гісторыі жанра інтэрв'ю можна выдзяліць некалькі этапаў.

Старажытнасць – пачатак XIX стагоддзя. Інтэрв'ю першапачаткова пабудавана па форме дыялогу, а пад дыялогам маюцца на ўвазе зносіны дзвюх персон, абмен інфармацыяй, думкамі паміж імі. У такім выглядзе інтэрв'ю зараджалася яшчэ ў антычны час. У гэты перыяд пакінулі свой след напісаныя ў IV ст. да н.э. “Дыялогі Платона”, “Гутаркі Сакрата”, у якіх матэрыял прадстаўлены ў выглядзе размоў старажытнагрэчаскага філосафа Сакрата са сваімі вучнямі. Менавіта гэтыя мудрацы і сталі заканадаўцамі жанра інтэрв'ю. Дыялог як форма філасофскай літаратуры не страчваў сваёй папулярнасці аж да пачатку XIX стагоддзя. Пасля з больш пазнейшым развіццём журналістыкі інтэрв'ю як метад сустракаецца ў Еўропе ў першых газетах, а затым і ў часопісах. Напрацягу XVII ст. паскоранага развіцця жанру не назіраецца.

XIX стагоддзе. Пачынаючы з гэтага часу, афармляюцца тыповыя рысы інтэрв'ю: асаблівыя пытанні, клішэ ветлівасці, стылістычныя фігуры, рытарычныя прыёмы. Знакамітымі інтэрв'юерамі таго часу можна лічыць Дэвіда Юма, Джорджа Берклі, Блеза Паскаля, Фрыдрых Шлегеля. Але ўсё роўна інтэрв'ю яшчэ з'яўляецца толькі правобразам таго, што мы ведаем сёння. Напрыклад, інтэрв'ю, узятае у Карла Маркса ў 1880 годзе ўяўляла сабой усяго некалькі цытат з трактата Маркса “Капітал”.

У адносінах да XIX ст., неабходна ўзгадаць Расію. Сычанкаў В.В. у сваіх працах адзначае, што вытокі інтэрв'ю можна шукаць у застольных размовах, якія ўяўлялі сабой забаўляльныя гісторыі з жыцця знакамітых людзей. Вядомы пісьменнік Пушкін А.С. з 1831 па 1836 гады запісаў 36 анекдотаў, сярод якіх ёсць і ліцэйская гісторыя, звязаная асабіста з ім і Дзяржавіным [28, 77].

У чэрвені 1884 года пісьменнік і драматург Оскар Уальд заняў пост галоўнага рэдактара часопіса “The Women's World”. За два гады сваёй

рэдактарскай працы Уальд прывучыў аўдыторыю чытаць запісаныя размовы. Менавіта ў гэты перыяд модныя выданні публікуюць інтэрв'ю. З цягам часу нарысы-інтэрв'ю распаўсюдзіліся па ўсёй англійскай прэсе.

У апошнія дзесяцігоддзе XIX ст. інтэрв'ю было ўжо распаўсюджаным жанрам у газетах Нью-Йорка. Пасля з'яўлення гэтага жанру на старонках "The Times" стала зразумела, што менавіта інтэрв'ю больш за ўсё прывабліваюць увагу чытачоў, бо гэта дазваляе атрымліваць інфармацыю з першых вуснаў. Журналісты часта бралі інтэрв'ю ў палітыкаў і іншых дзеячаў. Адсюль жанр пачынае набываць папулярнасць у заходнееўрапейскіх краінах – Францыі, Германіі, Італіі.

У Расіі інтэрв'ю распаўсюдзілася ў 1890-х гг., адным з першых інтэрв'юіраваных быў Леў Талстой.

Калі ў свеце з'явілася патрэба ў масавай прэсе, з'явіўся і масавы чытач. З цягам часу яго патрабаванні да тэкстаў і крыніцы інфармацыі становіліся больш строгімі. Паколькі інтэрв'ю – жанр, у якім інфармацыя падаецца ад першай асобы, гэта значна ўплывала на задаволенасць аўдыторыі.

XX стагоддзе – наш час. Пачынаючы з XX стагоддзя інтэрв'ю стала вельмі папулярным жанрам. Падчас Першай сусветнай вайны былі патрэбны новыя сродкі прапаганды. Гэта дало моцны штуршок для развіцця інтэрв'ю. У трыдцатыя гады XX ст. інтэрв'юяванне стала добра развітай вобласцю журналістыкі. Прымяняюцца розныя віды інтэрв'ю. Актуальнасць, арыгінальнасць пытанняў, "эфект прысутнасці" пры размове забяспечылі гэтаму жанру поспех у публікі. Нямецкі журналіст і даследчык масмедыя Міхаэль Халер тлумачыць рост папулярнасці інтэрв'ю тым, што ўсё больш краін пераходзілі да дэмакратыі і кандыдаты на выбарныя пасады павінны былі адказваць на пытанні журналістаў, абгрунтоўваючы свой намер прыйсці да ўлады.

У 20-30 гады XX ст. вучоныя Л.В. Шчэрба, Л.П. Якубінскі, М.М. Бахцін заклалі асновы тэорыі дыялогу ў сваіх працах. Ужо ў той час паняцце дыялогу звязвалі з сацыяльнай сутнасцю мовы і рэалізацыяй яго камунікатыўнай функцыі. Л. В. Шчэрба не ўяўляў без дыялогу жыццё мовы, так як лічыў, што мова жыве і развіваецца галоўным чынам менавіта ў дыялогах [36, с.103].

Знакаміты брытанскі журналіст У. Сід у 1902 годзе назваў інтэрв'ю "характарнай амерыканскай вынаходкай". Другія даследчыкі журналістыкі таксама прыпісваюць інтэрв'ю амерыканскую прыроду. Напрыклад, нямецкі тэарэтык Э. Давіфат, які ў 1927 годзе напісаў кнігу пра журналістыку ЗША.

У савецкіх выданнях жанр інтэрв'ю не меў такой папулярнасці і вельмі рэдка сустракаўся на старонках выданняў. Але ў некаторых друкаваных СМІ таго часу можна знайсці правобразы гэтага жанру. Тагачасныя інтэрв'ю мелі зусім іншую тэматычную напёўненасць і мэту. Журналісты савецкіх часоў ўжо

разумелі, як можна перадаць інфармацыю выразна, коратка і з першых вуснаў. Яскравым прыкладам такой формы падачы інфармацыі чытачу можа стаць матэрыял *“Адказы тав. Сталіна І. В. на пытанні прэзідэнта амерыканскага Юнайтэд Прэс Х’ю Бэйлі, атрыманыя 23 кастрычніка 1946 года”*, апублікаваны 29 кастрычніка 1946 года ў газеце “Савецкая Беларусь” (дадатак Г).

У практыцы айчыннай журналістыкі першая хваля папулярнасці жанру інтэрв’ю прыпадае на перыяд хрушчоўскай “адлігі” канца 50-х – пачатку 60-х гадоў XX стагоддзя, калі быў аслаблены ідэалагічны ціск на ўсе віды СМІ. Наступны раз рэзкі рост папулярнасці жанру інтэрв’ю ў айчынных сродках масавай інфармацыі выпаў на другую палову 80-ых гадоў, так як у грамадстве паступова стаў змяняцца тып культуры: з маналагічнага на дыялагічны. У гэты ж перыяд няпроста ажыццяўляецца пераход ад сістэмы каманд і дыктату да сістэмы свабоднага волевыяўлення і творчасці. Калі раней інтэрв’ю было эксклюзіўным жанрам для савецкіх выданняў, то сёння ні адно выданне без яго не абыходзіцца. Некаторыя выданні спецыялізуюцца толькі на гэтым жанры. Існуюць выданні, якія спецыялізуюцца на вялікіх партрэтных інтэрв’ю. Сустракаюцца як разгорнутыя шматстаронкавыя інтэрв’ю, так і кароткія, якія складаюцца з двух-трох пытанняў і адказаў.

Калі ў 1895 годзе з’явіўся новы сродак сувязі – радыё, зарадзіўся і новы тып журналістыкі – радыёжурналістыка. Спачатку радыёжурналістыка пераняла газетныя жанры, якія адаптаваліся пад новы інструмент – голас. Жанр хутка набыў рысы, якія характэрныя менавіта для радыёжурналістыкі.

Тэлебачанне ў свой час дабавіла жанру інтэрв’ю відовішчнасці, што моцна прыцягнула аўдыторыю. З таго моманту чалавек мог не толькі чуць, але і бачыць, як размаўляе інтэрв’юіруемы, бачыць міміку суразмоўцаў, абстаноўку, у якой праходзіць размова. Шырокае распаўсюджванне жанра інтэрв’ю на тэлеэкранах захавалася і да сённяшняга моманту. Масава інтэрв’ю перайшло і ў Інтэрнэт. Бясконца колькасць відэа ў гэтым жанры размяшчаецца кожны дзень на платформе “YouTube”. Асаблівы рост рускамоўных каналаў, якія спецыялізуюцца на інтэрв’ю, адбыўся ў 2017-2019 гг. Колькасць праглядаў толькі яшчэ раз пацвярджае папулярнасць гэтага жанру.

2.2 Асаблівасці інтэрв’ю як метада збору інфармацыі

Эрнэст Хэмінгуэй пісаў, што чалавеку даецца ўсяго два гады, каб навучыцца гаварыць, і пяцьдзясят, каб навучыцца маўчаць. У выпадку з журналістам, трэба цэлае жыццё вучыцца слухаць свайго суразмоўцу. Інтэрв’ю, з аднаго боку, лічыцца самым аб’ектыўным жанрам, таму што ў ім дамінуюць словы суразмоўцы, а не словы журналіста. У астатніх жанрах тэкст складаецца

амаль цалкам са слоў журналіста і, па сутнасці, уяўляе сабой аўтарскую інтэрпрэтацыю таго, што адбываецца. З іншага боку, інтэрв'ю – вельмі суб'ектыўны жанр, так як суразмоўца можа выказваць аднабаковую пазіцыю.

Сам працэс інтэрв'ю не абмяжоўваецца адной размовай. Працу над ім ўмоўна можна падзяліць на тры этапы: падрыхтоўка, правядзенне, завяршэнне. Выдзяліць адзін з гэтых этапаў, як асабліва важны, нельга, так як поспех матэрыяла ў цэлым залежыць ад трох камбінуючых: журналіст, суразмоўца, майстэрства аўтара падчас апрацоўкі тэксту. Але самы першы этап з'яўляецца вызначальным, ад яго залежыць выніковы прадукт, таму на пачатковай стадыі варта адказаць сабе на некаторыя пытанні: навошта вы хочаце ўзяць інтэрв'ю? якіх вынікаў жадаеце дабіцца? чаму для вырашэння гэтых задач абралі менавіта канкрэтнага чалавека? ці зацікаўлены вы ў ім як у асобе? ці ёсць да яго цікавасць з боку аўдыторыі? Гэта дапаможа вызначыцца з мэтай, прадумаць стратэгію размовы і вызначыцца з тэматыкай. Большасць практыкаў і тэарэтыкаў журналістыкі не раюць спыняцца на экспромце як лепшай форме правядзення інтэрв'ю, таму для спрашчэння працэсу размовы журналісту варта адшукаць як мага больш інфармацыі пра суразмоўцу. Са ўсяго спіса пытанняў варта выдзяліць 4-5 асноўных пытанняў, якія будуць развіваць інтэрв'ю ў храналагічным парадку.

“У сучаснай медыяпрасторы інтэрв'ю існуе як метада падрыхтоўкі матэрыяла і як адзін з складаных і інфарматыўных жанраў, які набірае ўсё большую папулярнасць у традыцыйных і новых медыя” [31, с.161]. Дваістая прырода інтэрв'ю таксама праяўляецца ў яго адначасовай прастаце і складанасці. Прастата ў тым, што задаваць пытанні і запісваць адказы можа любы чалавек. Але саставіць правільны спіс пытанняў так, каб было камфортна размаўляць з суразмоўцам і раскрыць яго як чалавека, надаць гутарцы дынаміку ўмее далёка не кожны журналіст. Нават прафесіяналы прызнаюцца, што ў іх бываюць “цяжкія” суразмоўцы і правальныя інтэрв'ю.

Інтэрв'ю – гэта дыялагічная гаворка. У ёй важна адрозніваць два бакі: інфарматыўна-змястоўны (што паведамляецца) і фармальную (як афармляецца змест паведамлення). Інфарматыўна-змястоўны бок уключае ў сябе аб'ектыўны (паведамленне факту) і суб'ектыўны (стаўленне суразмоўцаў да аб'екта размовы) планы. Пospех самога інтэрв'ю шмат у чым залежыць ад выбару лексікі, інтанацыі, а таксама стратэгіі, якой будзе прытрымлівацца журналіст падчас пастаноўкі пытанняў.

Існуе некалькі падыходаў да вывучэння інтэрв'ю як з'явы журналістыкі. Гэта звязана з тым, што сам тэрмін “інтэрв'ю” мае два асноўныя значэнні. Па-першае, гэта *метада* атрымання, збору любых звестак, у тым ліку і для сродкаў масавай інфармацыі, з дапамогай апытання, гутаркі, г.зн. зносін двух людзей ўжывую. Сутнасць метада інтэрв'ю – мэтанакіраванае, планавае атрыманне

інфармацыі, якая неабходная для рэалізацыі пэўных мэт, у выпадку журналістыкі – гэта атрыманне сведак актуальнага сацыяльнага гучання ад крыніцы інфармацыі. Галоўнае адрозненне інтэрв’ю ад звычайнай размовы – наяўнасць двух нераўнапраўных бакоў: прадстаўніка сацыяльнага інстытута (СМІ) і крыніца інфармацыі неабходнай гэтаму інстытуту інфармацыі. Інтэрв’ю заўсёды ўсталёўвае актыўную пазіцыю адной стараны і пасіўную, падначаленную другой [33, с. 30].

“Журналіст бярэ інтэрв’ю з мэтай напісаць карэспандэнцыю, артыкул, нарыс, фельетон і г.д. Гэты метада разам з асабістым назіраннем забяспечвае прыток ведаў аб глабальных і лакальных жыццёвых працэсах і сітуацыях, аб руху грамадскай думкі, дазваляе выкарыстоўваць для ацэнкі, характарыстыкі і асвятлення “кавалачкаў жыцця” вопыт і веды іншых людзей” [27, с. 48]. Па-другое, інтэрв’ю разглядаецца і як *жанр* публіцыстыкі. І ў тым, і ў іншым выпадку ў аснове дзеянняў журналіста – зносіны з чалавекам, які валодае патрэбнай інфармацыяй, пытална-зваротны спосаб атрымання звестак. Другі падыход – гэта разгляд інтэрв’ю як метада арганізацыі тэксту са сваёй арыгінальнай структурай і формавызначальнымі рысамі. Згодна з жанравым падыходам, інтэрв’ю адносяць да інфармацыйных жанраў перыёдыкі. У літаратуры адзначаецца і трэці падыход да інтэрв’ю, які распрацоўваўся ў кантэксце этычных праблем творчай дзейнасці журналіста.

Разгледзім асаблівасці інтэрв’ю ў першым значэнні слова, г.зн. як метаду, да якога журналіст звяртаецца не толькі тады, калі мае намер напісаць матэрыял у жанры інтэрв’ю, але і ў любым выпадку, калі яму неабходна атрымаць важную інфармацыю ў непасрэднай гутарцы з тым чалавекам, які ёю валодае.

Даследчыкі дзеляць інтэрв’ю па змесце на: *дакументальныя* (вывучэнне падзей мінулага, удакладненне фактаў) і *інтэрв’ю меркаванняў*, мэта якіх – выяўленне ацэнак, поглядаў, меркаванняў і т. п.

Інтэрв’ю адрозніваюць і па ступені інтэнсіўнасці: *кароткія* (ад 10 да 30 хвілін), *сярэдня* (якія цягнуцца гадзінамі), або *«клінічныя»*, і *факусіраваныя*. Апошнія праводзяцца па пэўнай методыцы, так як яны ў большасці арыентаваны на вывучэнне працэсаў ўспрымання і па сваёй працягласці могуць быць абмежаваныя толькі задачамі і мэтамі даследавання.

Даследчык Беланоўскі С.А. выдзяляе тыпы інтэрв’ю па тэхніцы правядзення: з аднаго боку, *свабодныя, нестандартызаваныя, нефармалізаваныя*, з другога боку, *несвабодныя, стандартызаваныя, фармалізаваныя*.

У сістэме метадаў, якія найбольш часта выкарыстоўваюцца журналістам, інтэрв’юер іграе вядучую ролю ў зборы інфармацыі для будучых матэрыялаў. У

залежнасці ад мэт, наступныя тыпы інтэрв'ю можна вызначыць як спосаб атрымання інфармацыі.

Інфармацыйнае інтэрв'ю – гэта тып, які часцей выкарыстоўваюць для збору матэрыялаў навін. Ключавыя пытанні, якімі карыстаецца журналіст у такім выпадку: хто? што? дзе? калі? чаму? Як сведчыць вопыт, часцей за ўсё іх хапае, каб атрымаць як мага больш фактычнай інфармацыі.

Інтэрв'ю-даследаванне праводзіцца з мэтай глыбокага вывучэння любой падзеі ці праблемы. Як правіла, яно не мае строгіх абмежаванняў па часе і арганізуецца згодна з абставінамі. Прадмет даследавання можа быць складаным і супярэчлівым, таму тут ідзе гаворка пра метады камбінавання. Вельмі важна ўдзяліць шмат увагі пастаноўцы мэтай і папярэдняй працы з матэрыяламі, у поўнай меры вывучыць усе пісьмовыя крыніцы і вусныя доказы, старанна прадумаць стратэгію размовы.

Інтэрв'ю-партрэт, ці персанальнае інтэрв'ю, наадварот, сфакусавана на адным героі. Для дасягнення найлепшага эфекту неабходна папярэдне для падрыхтоўкі правесці некалькі сустрэч з людзьмі зацікаўленымі, блізкімі або, наадварот, з іншымі назіральнікамі. Героем такога інтэрв'ю можа стаць чалавек, які праявіў сябе ў якой-небудзь сферы грамадскага жыцця і прыцягвае цікавасць шырокай публікі. Вялікую нагрузку нясуць і дэталі побыту, інтэр'ера, адзення, асаблівасці прамовы героя – тое, што фарміруе індывідуальнасць і павінна быць абавязкова перададзена чытачу [22, с. 19]. Ефрасіння Бондарава, таленавіты крытык, пісала пра інтэрв'ю-партрэт: “Цікавы, неабходны для ўсіх тыпаў сродкаў масавай інфармацыі жанр. Гэта ўзбагачае іх, спрыяе, можна сказаць, асабістаму знаёмству чытачоў з цікавымі людзьмі і праз газету ці часопіс робіць гэта знаёмства з грамадскасцю” [3, с. 16].

Разгледзім іншы тып інтэрв'ю, калі журналіст не толькі становіцца звязуючым звяном у перадачы інфармацыі, але фактычна на роўных вядзе размову у працэсе сумеснай творчасці. Вынікам такога творчага партнёрства з'яўляецца інфармацыйны прадукт, блізкі да мастацкага жанру, які ў залежнасці ад канала перадачы можа ўвасобіцца ў мастацкім нарысе, эсэ. Першая ўмова такога інтэрв'ю – вялікі прафесійны досвед, творчая рэпутацыя журналіста. У маім творчым партфоліа ёсць публікацыі, падрыхтаваныя менавіта такім метадам: “*И форма – к лицу*” (*Железнодорожник Белоруссии*, № 71 от 29.09.2019), “*Подобрать ключ к сердцу пассажира*” (*Железнодорожник Белоруссии*, № 57 от 07.08.2019), “*Пригодились знания, а еще – старание*” (*Железнодорожник Белоруссии*, № 54 от 27.07.2019). Дадатак Д.

Перавага гэтага тыпу ў тым, што інтэрв'юер на пэўны час становіцца назіральнікам і раўнапраўным удзельнікам. Калі суразмоўца адчувае, што вядзе з журналістам менавіта гаворку, яму прасцей раслабіцца падчас працэсу. Тады знікае эфект “допыта”. Герой будучага матэрыяла перастае звяртаць увагу на

тое, наколькі карэктна пабудаваны яго сказы, ці правільна падабраны словы. Журналісту важна своечасова падтрымаць гэту размову і пры гэтым пільна і ўважліва назіраць за дэталямі, якія пасля дапамогуць апісаць героя як асобу ці з іншых бакоў, у залежнасці ад мэты інтэрв'ю.

Як заўважыў Б.В. Стральцоў, “жанры адрозніваюцца па характары аб’екта адлюстравання; маюць канкрэтнае прызначэнне і розны маштаб вывадаў і абагульненняў; адрозніваюцца па характары моўных стылістычных сродкаў” [27, с. 17]. Аднак практычна ні адзін з іх не можа нарадзіцца без такога метаду збору інфармацыі, як інтэрв'ю.

Разнастайнасць падыходаў да вывучэння жанру – вынік жадання даследчыкаў абагульніць і прааналізаваць інтэрв'ю як найбольш папулярны і эфектыўны спосаб атрымання інфармацыі. Самымі прадуктыўнымі і вартымі ўвагі сталі сумежныя падыходы да вывучэння інтэрв'ю як метада. Яны заснаваныя на тэорыі міжасобасных зносін. У іх разглядаюцца праблемы чалавечых камунікацый і іх паспяховыя стратэгіі ў інтэрв'ю. Нягледзячы на канцэптуальныя адрозненні падыходаў, у інтэрв'ю ёсць канкрэтныя вылучаныя паводніцкія стылістычныя прыёмы:

1) канфрантацыйны стыль (журналіст не давярае свайму інфарматару і шукае двойны сэнс у кожным слове, задае непрыемныя пытанні, а суразмоўца чакае падвох);

2) элітарны стыль (супрацьстаіць спаборніцкай стратэгіі, а ўсе яго формы зводзяцца да пачуцця сацыяльнай адказнасці журналіста, які стаіць на варце інтэрэсаў пэўных сацыяльных груп);

3) партнёрскі рэжым (збор інфармацыі ажыццяўляецца ў працэсе чалавечай камунікацыі і раўнапраўнага ўзаемадзеяння двух або больш людзей).

З’яўляюцца новыя падыходы да прафесійнай журналісцкай практыкі, якія заснаваныя на прынцыпах адкрытасці, празрыстасці, талерантнасці і павагі да суразмоўцы. Гэта звязана са стратай актуальнасці канфрантацыйнага рэпарцёрскага стылю.

Праца журналіста грунтуецца на тым, што задаваць пытанні даводзіцца ў розных сітуацыях, якія могуць залежаць ад рознага роду ўмоў і абставін. Звычайна інтэрв'ю праводзіцца ў загадзя вызначаных месцах і ў традыцыйных формах. Форма правядзення мерапрыемства дыктуецца ньюсмейкерам, альбо інфармацыйнай службай, на якую ўскладзена роля арганізатара. А.В. Калеснічэнка вылучае наступныя формы арганізацыі інтэрв'ю:

1) *прэс-канферэнцыя* – гэта калектыўнае інтэрв'ю, калі журналістаў запрашаюць на сустрэчу з персонай, крыніцай інфармацыі, у пэўны час і ў прызначаным месцы. Прэс-канферэнцыі склікаюцца па пэўных інфармацыйных повадах з мэтай распаўсюджвання, тлумачэння або апраўжэння якой-небудзь інфармацыі. Інфармацыя загадзя рыхтуецца для распаўсюджвання пісьмова, у

выглядзе прэс-рэлізаў, што, з аднаго боку, спрашчае працэс падрыхтоўкі матэрыялу, а з другога – уяўляе сабой спосаб кантролю за яго “выхадам”. Прэс-канферэнцыя – мерапрыемства, абмежаванае ў часе, таму пытанні варта задаваць хутка;

2) *выхад да прэсы* – фактычна малая форма прэс-канферэнцыі для інфармавання журналістаў аб выніках мінулага мерапрыемства. Загадзя не плануецца, чым і адрозніваецца ад прэс-канферэнцыі. Выхад да прэсы мае сваю перавагу. Інфармацыю можна атрымаць “па гарачых слядах”;

3) *брыфінгі* – гэта планаванае мерапрыемства, якое праводзіцца з рэгулярнай перыядычнасцю і прысвячаецца распаўсюджванню бягучай інфармацыі аб дзейнасці арганізацыі або кампаніі;

4) *“круглы стол”* – фармат інтэрв’ю, на якім журналіст вядзе размову не з адным, а з некалькімі ўдзельнікамі. Гэта мерапрыемства мае на ўвазе сур’ёзнасць аналізу закранутых праблем, таму да ўдзелу ў ім запрашаюцца эксперты;

5) *тэлефоннае інтэрв’ю* дапамагае эканоміць час, што з’яўляецца вырашальным аргументам на яго карысць. Паводле апэратыўнасці канкурэнцыю тэлефонным званкам можа скласці толькі паведамленне па электроннай пошце ці ў сацыяльных сетках. Інтэрв’ю па тэлефоне – рабочая працэдура для падрыхтоўкі публікацый журналістамі ўсіх інфармацыйных рэсурсаў;

6) *інтэрв’ю з дапамогай розных служб Інтэрнэта*. Сёння гэта адзін з самых папулярных відаў збору інфармацыі, які выкарыстоўваецца журналістамі. Гэтая форма мае шэраг пераваг: эканомія часу, сувязь з людзьмі, якія знаходзяцца ў любой кропцы свету, магчымасць выразна прадумаць пытанні і атрымаць засяроджаныя адказы суразмоўцы [18, с.59].

2.3 Класіфікацыя відаў інтэрв’ю ў перыядычным друку

У розных выпадках журналісту неабходна вырашаць розныя задачы: паведаміць; інфарміраваць аўдыторыю пра невядомыя раней падзеі; прааналізаваць сукупнасць звязаных паміж сабой з’яў; прадставіць творчы партрэт асобы і г.д. Згодна з пастаўленымі мэтамі аўтар журналісцкай публікацыі для рэалізацыі ідэі выбірае пэўную тэкставую форму, якая знаходзіць увасабленне ў канкрэтным жанры журналісцкага твора [33, с. 51].

Перш за ўсё, трэба вызначыцца з паняццем жанра. Жанр – гэта спецыфічны спосаб адлюстравання і аналіза рэчаіснасці, сістэма элементаў формы; асаблівая арганізацыя жыццёвага матэрыяла, якая ўяўляе сабой спецыфічную сукупнасць структурна-кампазіцыйных прыкмет, устойлівая

катэгорыя, выпрацаваная напрацягу працяглага перыяда зносін, замацаваная за вызначанымі сітуацыямі зносін [33, с. 52].

Жанры журналістыкі адрозніваюцца ад літаратурных дакладнасцю фактаў. Адрозніваюцца жанры паміж сабой і асаблівасцямі сваёй стылістыкі. Напрыклад, нататка пішацца зжата і проста, у ёй німа нічога лішняга. У рэпартажы іншы стыль – яго аўтар выкарыстоўвае яркія эпітэты, мастацкія параўнанні, дэталі і падрабязнасці, яго расказы дынамічныя і эмацыйныя. Для стыля інтэрв’ю характэрны дзелавітасць, насычанасць разважаннямі, апора на факты.

Выбар аўтарам жанра інтэрв’ю можна аргументаваць і перавагамі аўдыторыі, пра якія піша В.В. Багуслаўская: “Важнасць доўгіх і аб’ёмных медыятэкстаў, як і іх уплыў, зніжаецца. Чытач-карыстальнік усё часцей ацэньвае тэкст па крытэрыю цана/якасць: размер тэкста і яго адпаведнасць сэнсаваму чаканню (якасці)” [2, с.52].

Большасць даследчыкаў падтрымліваецца традыцыйнай класіфікацыі жанраў, згодна з якой выдзяляюць тры вялікія групы. У адпаведнасці з рознымі прадметамі, спосабамі і функцыямі адлюстравання рэчаіснасці існуюць інфармацыйныя, аналітычныя і мастацка-публіцыстычныя жанры.

Сярод усяго патока матэрыялаў у сродках масавай інфармацыі асноўную частку займаюць матэрыялы менавіта інфармацыйных жанраў. Да іх жа адносіцца і інтэрв’ю ў тым выпадку, калі інтэрв’юер і суразмоўца будуць акцэнтаваць увагу на пытаннях: што? дзе? калі? Адказы на інфармацыйнае інтэрв’ю не заўсёды могуць быць лаканічнымі, тым не менш, яны маюць галоўную мэту – праінфарміраваць чытача аб прадмеце аўтарскага інтэрв’ю, а не прааналізаваць яго. Пра аналітычную прыроду інтэрв’ю можна казаць, калі журналіст і герой пачнуць паглыбляцца ў адказы на пытанні: чаму? з якой мэтай? што гэта значыць? Вынікам такой працы можа стаць аналітычны тэкст. Жанр інтэрв’ю не можа заставацца толькі ў інфармацыйнай прасторы. Некаторыя даследчыкі адносяць яго да катэгорыі апэратыўна-даследчых тэкстаў у той час, калі даследаванне прадугледжвае аналітычныя разважання.

Амерыканскія даследчыкі падлічылі, што інтэрв’ю “забірае” ў работнікаў СМІ ад 80 да 90% іх працоўнага часу. Пры гэтым як паказала практыка, інтэрв’ю ў якасці кантакту з “жывой” крыніцай часцей за іншыя метады дае матэрыял для публікацый: выкарыстаныя пры яе падрыхтоўцы дакументы не заменяць “жывых” чалавечых сведчанняў.

Другой прычынай імклівага шырокага выкарыстання дадзенага жанру можна лічыць тое, што ў суразмоўцы ёсць магчымасць выказаць у гутарцы з журналістам свой пункт гледжання. У савецкі час ён выступаў ад калектыву і разглядаўся не як асоба, а як частка грамадства. Цяпер журналіст звяртаецца да суразмоўцы як да індывідуальнасці, а самае галоўнае – змянілася адказнасць

журналістаў за свае словы. Вядома, што журналісту трэба быць добра адукаваным, шмат у чым разбірацца, быць кемлівым і валодаць рухомым мысленнем.

Параўноўваючы прэсу нашых дзён і прэсу трыццаці-саракагадовай даўнасці, варта адзначыць, што інтэрв'ю стала, калі не галоўным жанрам, то ўжо адназначнай апорай друкаваных выданняў. Інтэрв'ю “падмяла” пад сябе ўсе іншыя жанры, а дакладней, у значнай ступені ўвабрала іх у сябе, стаўшы не проста выкладаннем адказаў на пастаўленыя пытанні, але і публіцыстычным артыкулам, і рэпартажам, і філасофскім эсэ, фельетонам і інфармацыйнай нататкай. Цяжка ўявіць сабе выданні, у якіх інтэрв'ю ўвогуле адсутнічаюць. Галіновыя, спецыялізаваныя, вузканакіраваныя, жоўтыя (у якіх прадстаўлена непраўдзівая інфармацыя) – ва ўсіх можна знайсці характэрную вёрстку палос, дзяленне на пытанні-адказы [22, с.9].

Даследчыкі Т.Д. Нікалаева і Л.П. Шасцёркіна мяркуюць, што інтэрв'ю маюць канкрэтны набор задач:

- 1) паведаміць аб палітычных, сацыяльных і вытворчых задачах;
- 2) расказаць аб дасягненнях у розных сферах жыцця;
- 3) растлумачыць больш падрабязна ўжо знаёмы факт;
- 4) даведацца меркаванне людзей наконт якога-небудзь пытання;
- 5) прадставіць аўдыторыі цікавага чалавека.

Папулярнасць жанра інтэрв'ю з'яўляецца падставай да яго дасканалнага вывучэння. У навуковых працах публіцыстаў можна сустрэць шмат інфармацыі пра гэты жанр. Розныя аўтары прапануюць свае класіфікацыі відаў інтэрв'ю. Так, складальнікі вучэбнага дапаможніка “Современная газетная публицистика: проблемы стиля” лічаць, што інтэрв'ю трэба класіфікаваць, абавіраючыся на яго мэтавае прызначэнне. Прапанаванае падраздзяленне будзе выглядаць наступным чынам:

- 1) інтэрв'ю-інфармацыя;
- 2) інтэрв'ю-кансультацыя;
- 3) інфарматыўна-праблемнае інтэрв'ю;
- 4) інфарматыўна-асабовае інтэрв'ю.

З цікавай і зразумелай класіфікацыяй інтэрв'ю можна пазнаёміцца ў кнізе А.В. Калеснічэнка “Настольная книга журналиста”. Аўтар прапануе адрозніваць інтэрв'ю па форме і ролі суразмоўцы. Суадносіны слоў журналіста і суразмоўцы – галоўны крытэры, якім трэба карыстацца пры адрозненні форм інтэрв'ю. Інфармацыю можна паказаць ў выглядзе табліцы.

Табліца 2.3 Формы інтэрв’ю ў залежнасці ад суадносін пытанняў і адказаў

Інтэрв’ю-маналог	Звычайнае інтэрв’ю	Інтэрв’ю-гутарка
Пытанні журналіста — 0% ці максімум адно пытанне. Адказы суразмоўцы — 100%	Пытанні — 20-15% Адказы — 75-80%	Пытанні і адказы суадносяцца 1 : 1

У сваіх працах А.В. Калеснічэнка піша, што ў залежнасці ад тэмы інтэрв’ю бываюць трох відаў – прадметныя, асабовыя і прадметна-асабовыя.

Звычайна тэмай *прадметных інтэрв’ю* становіцца становішча спраў у якой-небудзь сферы дзейнасці. Часцей за ўсё прадметнае інтэрв’ю – гэта размова з экспертам. Журналіст зацікаўлены толькі ў кампетэнцыі свайго суразмоўцы і тым, як гэта выкарыстаць для максімальнай змястоўнасці тэксту.

У *асабовым інтэрв’ю* тэмай становіцца чалавек. Часта ў ролі суразмоўца выступаюць знакамітыя людзі – палітыкі, музыканты, акцёры, спартсмены і інш. У такіх інтэрв’ю закранаюцца самыя розныя тэмы з розных жыццёвых аспектаў. Мэта журналіста – паказаць чалавека сапраўдным, без “масак” і гламурных вобразаў. Аўтар гэтай класіфікацыі параўноўвае такі тып інтэрв’ю з псіхалагічным тэстам, пасля якога паступова раскрываецца рэальны партрэт героя.

У *прадметна-асабовым* інтэрв’ю тэмай становіцца канкрэтны чалавек, які можа зацікавіць аўдыторыю ў сувязі з якой-небудзь падзеяй. Адметнасць такіх інтэрв’ю ў тым, што толькі чалавек з пэўным статусам можа стаць героем публікацыі. Асабістае жыццё суразмоўцы не закранаюць, а ўся ўвага пераводзіцца на сувязь падзеі і асобы [19, с.59].

Таксама для паспяховага інтэрв’ю неабходна разумець, якую інфармацыю і ад якога суб’ядніка можна атрымаць. З інтэрв’ю атрымліваюць наступныя віды інфармацыі:

- расказ аб актуальных, знаёмых і цікавых для чытачоў падзеях, удзельнікам якіх быў суразмоўца;
- ацэнка суб’яднікам становішча ў якой-небудзь сферы, тлумачэнне і прагноз;
- біяграфія суразмоўцы, расказ аб цікавых эпізодах з яго жыцця.

М.І. Шостак у сваёй кнізе “Журналист и его произведение” вылучае па прыкмеце прадмета размовы, наступныя віды інтэрв’ю:

інфарматыўныя інтэрв'ю, дзе галоўны прадмет размовы – новыя факты, цікавасць да асобы суразмоўцы вельмі аслаблена;

экспертныя інтэрв'ю, дзе каштоўнасць матэрыяла заключаецца ў дакладнасці фармулёвак, меркаванні аўтарытэтнага чалавека;

праблемныя інтэрв'ю, дзе галоўным прадметам становяцца меркаванні і супастаўленне крыніц меркаванняў;

інтэрв'ю-знаёмства, якія ў сваю чаргу дзеляцца на партрэтныя, выкрываючыя (з антыгероем) і інтэрв'ю з зоркамі. Прадметам з'яўляецца асоба суразмоўцы.

Яшчэ з адной класіфікацыяй можна пазнаёміцца ў навуковым дапаможніку А.А. Грабельнікава. Аўтар лічыць, што класіфікацыя інтэрв'ю павінна выглядаць так:

1) *інтэрв'ю-дыялог* – размова ў форме пытанняў і адказаў;
2) *інтэрв'ю-маналог* – выглядае ў форме адказаў героя матэрыяла на пытанне пастаўленае ў пачатку тэкста;

3) *інтэрв'ю-партрэт* – перш за ўсё матэрыял накіраваны на стварэнне партрэта суразмоўцы, у тэксце з'яўляюцца элементы біяграфіі і жыццёвая пазіцыя па шматлікім пытанням;

4) *інтэрв'ю-гутарка* – журналіст выступае на роўных з суразмоўцам. Прадмет размовы – праблемная сітуацыя, выхад з якой трэба знайсці падчас працэсу камунікацыі. Важная асаблівасць – журналіст не толькі атрымлівае неабходную інфармацыю, але і можа выказаць свай пункт гледжання;

5) *калектыўнае інтэрв'ю* – аўтар рыхтуе меркаванні мноства людзей па канкрэтным пытанням;

6) *анкета* – масавы від інтэрв'ю, у разуменні аўтара класіфікацыі – пытанні задаюцца на старонках газеты, а чытач высылае адказы ў рэдакцыю (завочная размова);

7) *бліц-апытанне* – атрыманне адказаў некалькіх людзей рознага сацыяльнага статусу на адно актуальнае пытанне [9, с.178].

Перад аналізам таго ці іншага СМІ на наяўнасць інтэрв'ю і яго разнастайнасць трэба перш за ўсё вызначыцца з прадметам, які хацелася б даследаваць. Бясконца колькасць прапануемых класіфікацый дазваляе разгледзець адзін тэкст з розных бакоў. Найбольш зразумелай і змястоўнай для аналізу спецыялізаваных выданняў можа стаць класіфікацыя, пададзеная ў кнізе Н.В. Туміловіч “Асновы творчага майстэрства”. Сумяшчэнне мэты і прадмета інтэрв'ю спрашчае вызначэнне нікірунку размовы, таму ёсць сэнс больш падрабязна разгледзець гэту класіфікацыю:

1) *інтэрв'ю-дыялог* – пытална-адказнае ўзаемадзеянне, у якім суразмоўцы могуць пастаянна мяняцца камунікатыўнымі ролямі. Для дыялога, у адрозненні ад спрэчкі ці дыскусіі, характэрна ўзгадненне меркаванняў,

супрацоўніцтва і ўзаемадапамога ў плане раскрыцця тэмы, а не адстойванне сваіх пазіцый;

2) *інтэрв'ю-маналог* каштоўнае працэсам унутранага самараскрыцця чалавека, своеасаблівым самааналізам. Ад журналіста ў такой шчырай размове патрабуецца максімум увагі і душэўнага такту. Інтэрв'ю-маналог можа выкарыстоўвацца ў мэтах дэманстрацыі светапоглядаў чалавека, як спосаб інтымнага ці публіцыстычнага выражэння думак героя, як эфектыўны прыём раскрыцця ўнутранага свету асобы і яе жыццёвых каштоўнасцей. Маналагічная мова суразмоўцы правацыруецца, як правіла, пытаннямі журналіста. Пры падрыхтоўцы да друку пытанні не публікуюцца;

3) *працэсualнае інтэрв'ю* праводзіцца з мэтай атрымання афіцыйных тлумачэнняў па тым ці іншым пытаннім палітыкі дзяржавы. Інтэрв'юіруемы – афіцыйная асоба высокага ранга. Асабістае меркаванне журналіста ў гэтай сітуацыі не мае месца. Функцыя СМІ ў такім выпадку – забяспечыць распаўсюджванне афіцыйнай кропкі погляду;

4) *інфармацыйнае інтэрв'ю* ставіць за мэту толькі інфарміраванне чытача аб прадмеце аўтарскай зацікаўленасці, але ніяк не прааналізаваць гэты прадмет. Адрозненне яго ад другіх інфармацыйных жанраў у тым, што паведамленне даецца не ад асобы журналіста, а ў выглядзе рэплік інтэрв'юіруемага;

5) *аналітычнае інтэрв'ю* праводзіцца для аналізу якой-небудзь падзеі, з'явы. У адрозненне ад другіх жанраў, дзе на пытанні як? чаму? якім чынам? па якой прычыне? адказвае сам журналіст, у аналітычным інтэрв'ю адказы фармуліруе суразмоўца, аўтар тэксту толькі задае напрамак даследавання, якое здзяйсняе спецыяліст ці эксперт у вобласці закранутай праблемы. Тут могуць быць выкарыстаны палемічныя, дыскусійныя прыёмы ўздзеяння на інтэрв'юіруемага;

6) *партрэтнае інтэрв'ю* – яго папулярнасць выклікана цікавасцю чытача да знакамітых людзей, магчымасцямі жанра, якія дазваляюць пранікнуць ва ўнутраны свет героя, біяграфічнай дакладнасцю;

7) сацыялагічныя віды інтэрв'ю – *анкеціраванне і апытанне* – ад звычайных адрозніваюцца вялікай колькасцю суразмоўцаў, адкрытым, паўзакрытым і закрытым характарам пытанняў і пры гэтым іх выразнай фармулёўкай. У іншых відах інтэрв'ю ў большай ступені носяць адкрыты характар, так як шмат у чым арыентаваны на атрыманне аднаго, але арыгінальнага і кампетэнтнага адказа. У сацыялагічным інтэрв'ю цікавасць прадстаўляе менавіта савакупнасць меркаванняў людзей, якія адказалі на адно і тое ж пытанне;

8) *бліц-апытанне* – журналісцкі матэрыял, які базіруецца на атрыманні адказаў на адно і тое ж пытанне ад мноства людзей. Мэта бліц-апытання –

кароткае паведамленне аўдыторыі пра існаванне якіх-небудзь меркаванняў, выяўленне грамадскага меркавання па тым ці іншым праблемам, падзеям;

Розныя па форме інтэрв’ю выконваюць дзве важныя задачы: выявіць пункт гледжання суразмоўцы па канкрэтнаму пытанню і расказаць пра суразмоўцу, стварыць яго псіхалагічны партрэт. У аснове тэксту ляжыць выказванне, жывая мова, якая адлюстроўвае асаблівасці мыслення суб’ядніка. Задача журналіста – заўважыць і зафіксаваць гэтыя асаблівасці.

Вынікі па главе 2

1. У гісторыі інтэрв’ю можна вылучыць тры этапы развіцця жанру. У савецкі час інтэрв’ю не карысталася такой папулярнасцю. Матэрыялы, якія былі апублікаваны падобнымі да інтэрв’ю, не з’яўляліся ўвасабленнем меркавання асобы інтэрв’юіраванага, а адлюстроўвалі калектыўную думку з вуснаў чалавека, які быў часткай гэтага калектыва. Замацаванне інтэрв’ю ў савецкіх СМІ адбывалася ў два этапы: час хрушчоўскай “адлігі” і час “перастройки”.

2. Даследчыкі жанру інтэрв’ю вылучаюць некалькі падыходаў да яго вывучэння. Існуе два асноўных падыхода да вывучэння інтэрв’ю – метадычны і жанравы. Першы разглядае інтэрв’ю ў якасці інструмента збора інфармацыі, другі – як метады арганізацыі тэкста. Значнасць і распаўсюджанасць жанру інтэрв’ю садзейнічаюць з’яўленню новых навуковых падыходаў.

3. Найбольшая колькасць класіфікацый жанру вылучаецца па форме інтэрв’ю. Інтэрв’ю мае інфармацыйную і аналітычную прыроду, што дазваляе аднесці яго да абедзвюх груп. Зараз інтэрв’ю займае вядучыя пазіцыі сярод іншых жанраў журналістыкі. З асноўных пераваг інтэрв’ю як жанра можна адзначыць надзённасць, палітычную мэтанакіраванасць, грамадскую значнасць, цікавасць для многіх і змястоўнасць.

ГЛАВА 3

ІНТЭРВ'Ю Ў ГАЗЕТАХ “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА” І “КУЛЬТУРА”: АСАБЛІВАСЦІ І ТЭНДЭНЦЫІ

3.1 Традыцыі і новыя жанравыя формы інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях

Папулярны на старонках спецыялізаваных выданняў жанр інтэрв'ю мае мноства асаблівасцей. Перад тым, як з'явіцца на паласе, тэкст праходзіць некалькі этапаў. Форма, у якой ён будзе прадстаўлены ў выданні можа вырашыцца як падчас планавання, так і пры апрацоўцы напісанага матэрыяла. Здаецца, такі нязначны момант афармлення, але менавіта гэта можа стаць вырашальным фактарам для будучыні інтэрв'ю. У лічбавую эпоху чытач кожны дзень атрымоўвае бясконца шмат інфармацыі, часам, аднатыпнай, ад якой хутка наступае “перанасычэнне”. Затрымаць увагу аўдыторыі і быць адзначаным можна толькі ў тым выпадку, калі будучь выкарыстоўвацца існуючыя магчымасці, а падача інфармацыі будзе ажыццяўляцца заўжды цікава і па-новаму.

На старонках усіх нумароў прааналізаваных спецыялізаваных выданняў са студзеня па канец красавіка 2020 было знойдзена 85 матэрыялаў, напісаных у жанры інтэрв'ю. Выкарыстоўваючы класіфікацыю па А.А. Грабельнікаву, апісаную ў папярэдняй главе, былі прааналізаваны інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях на наяўнасць разнастайнасці ў падачы інтэрв'ю ў газетах.

Самай часта выкарыстоўваемай формай інтэрв'ю ў прааналізаваных інтэрв'ю з'яўляецца інтэрв'ю-дыялог. Гэта звычайная форма арганізацыі размовы па схеме: пытанне – адказ. Вялікая колькасць прыкладаў размешчана на старонках газет “Літаратура і мастацтва” і “Культура”. Усяго было вынайдзена 40 матэрыялаў, аформленых у выглядзе дыялогаў. Зрабіць іх арыгінальнымі можна пры дапамозе пытанняў ці версткі. Як правіла, такая форма адразу раскрывае чытачу сэнс тэкста. Многія спярша чытаюць інтэрв'ю не цалкам, а толькі пытанні, каб зразумець, ці будучь закранутыя актуальныя тэмы. Гэта адна з прычын, па якой неабходна вельмі шмат часу аддаваць менавіта на падрыхтоўку да інтэрв'ю. У такім выпадку годнымі павінны выглядаць не толькі адказы суразмоўцы, але і пытанні журналіста.

Сярод мноства інтэрв'ю-дыялогаў можна адзначыць тэкст Юрыя Чарнякевіча, аглядальніка газеты “Культура”. Паслядоўнасць, канкрэтнасць і суцэльнасць структуры ў матэрыяле “*“МоцАрт” для невідучых, альбо Што такое аўдыядэскрыпцыя?*” (К, № 9 ад 29.02.2020) дапамагаюць раскрыць усе аспекты закранутых пытанняў. Праведзеная аўтарская праца над тэкстам

паказвае глыбокія веды журналіста пр жанр інтэрв’ю. Адзіны момант, з-за якога тэкст можа стаць не самым прывабным на паласе – нізкаякасны фотаздымак.

Для таго, каб падняць шмат пытанняў у інтэрв’ю і пры гэтым не заблытаць чытача аўтары дзеляць інтэрв’ю-дыялогі на часткі. Гэта спрашчае ўспрыманне і візуальна і сэнсава. Зрабіць тэкст больш зручным для чытача вырашыў Алёг Клімаў у матэрыяле “Сучасная беларуская вёска перастала быць крыніцай фальклорнай спадчыны” (К, №10 ад 07.03.2020).

Газета “Літаратура і мастацтва” не адстае ад “Культуры”. Тут інтэрв’ю-дыялог таксама займае галоўныя пазіцыі. Да гэтага тыпу інтэрв’ю можна аднесці абсалютную большасць з апублікаваных тэкстаў у гэтым жанры. Таксама не самы лепшы расклад для любога выдання. Кампенсаваць аднатыпнасць можна толькі вербальнымі сродкамі ці якасным тэкстам. У тым, што апублікаваныя інтэрв’ю-дыялогі якасныя, няма сумненняў. Добрую падрыхтаванасць журналіста і змястоўнасць тэкстаў можна адзначыць у інтэрв’ю з Алёнай Стэльмах “Мінулае лагодней падпускае пісьменніка да сябе, чым будучыня” (ЛІМ, № 3 ад 24.01.2020), а таксама ў тэксце “Я прывязаны не да часу, а да гісторыі!” (ЛІМ, №5 ад 07.02.2020). Аўтары інтэрв’ю – Яўгенія Шыцька і Яна Будовіч – лаканічна ставяць пытанні перад сваімі суразмоўцамі і атрымваюць якасныя адказы.

Асаблівую ўвагу падчас кантэнт-аналізу выклікала інтэрв’ю-гутарка з салістам музычнага гурта “Акутэ” (К, №2 ад 11.01.2020). Журналіст Алёг Клімаў і Стас Мытнік у тэксце разглядаюць снежаньскія аўдыя- і відэапрацы айчынных выканаўцаў. Гэта новы ўзровень для жанру рэцэнзіі на старонках спецыялізаванага СМІ і незвычайная форма інтэрв’ю для друкаванага выдання. Нягледзячы на тое, што такая форма больш падобная да тэлевізійнай ці радыёнай, але, тым не менш, увагу такі матэрыял усё роўна прыцягне хутчэй, чым звычайная апублікаваная класічная рэцэнзія.

Традыцыйная інтэрв’ю-гутарка сустракаецца ў прааналізаваных выданнях рэдка – выяўлена 6 матэрыялаў. Галоўнае адрозненне ад астатніх відаў інтэрв’ю ў тым, што журналіст атрымлівае магчымасць выказацца і ўступіць у канкрэтнае абмеркаванне з суразмоўцам. У размову са сваім героем матэрыял ўступае і аўтар тэксту “Мяне ў Беларусь прывёў Бог...” (К, №15 ад 11.04.2020). Пётра Васілеўскі размаўляе са скульптарам Хізры Асадулаевым на роўных. Ад гэтага інфарматыўнасць тэкста адразу ўзрастае.

Добрым прыкладам інтэрв’ю-гутаркі можа стаць інтэрв’ю “Дбаем пра выхаванне ўдумлівага чытача”, апублікаванае ў “Літаратуры і мастацтве” ад 06.03.2020. Алёна Масла – аўтар матэрыяла – разважліва падтрымлівае дыялог з суразмоўцам, што сказваецца на развіцці гутаркі.

Другой па папулярнасці формай інтэрв'ю ў спецыялізаваных культурных выданнях з'яўляецца інтэрв'ю-маналог. Гэта таксама зручны метада перадаць тэкст аўдыторыі. Пры гэтым ён максімальна зніжае нагрузку з аўдыторыі, так як ёй не трэба знаёміцца з вялікім спектрам пытанняў, што задаваліся журналістам. Прыклады інтэрв'ю-маналогаў у прааналізаваных газетах: *“І вясковец, і прыроджаны шляхціц!”* (К, № 8 ад 22.02.2020), *“Людзі перастаюць быць летуценнікамі”* (ЛІМ, №10 ад 13.03.2020), *“Чытанне дапамагае прайсці праз выпрабаванні”* (ЛІМ, №14 ад 10.04.2020).

На паласе такі від інтэрв'ю глядзіцца таксама кампактна за кошт аўтарскіх аб'яднанняў рэплік у падтэмы. З вопыту правядзення інтэрв'ю можна сказаць, што менавіта інтэрв'ю-маналог – самая зручная форма перадачы асноўнай думкі, якую хацеў раскрыць журналіст. Безумоўна, гэта зніжае пазнавальнасць інтэрв'ю сярод іншых матэрыялаў, але гэта можна кампенсавать іншымі візуальнымі і семантычнымі сродкамі. Пры аналізе было знойдзена 12 тэкстаў у форме інтэрв'ю-маналога.

Не выклікаюць здзіўлення тэксты, напісаныя ў форме інтэрв'ю-партрэтаў. Паколькі газеты спецыялізуюцца на культуры і літаратуры, журналісты маюць магчымасць расказаць аб новых ці ўжо знакамітых дзеячах сферы праз інтэрв'ю. Асабліва часта такая форма сустракалася ў *“Літаратуры і мастацве”*. Часта пад такія матэрыялы адводзіцца цэлая паласа, дзе журналіст можа праявіць навыкі псіхолога, каб паказаць героя максімальна натуральна. Удамымі аказаліся спробы інтэрв'ю-партрэтаў у тэкстах *“Мне падабаецца працаваць з тымі, хто любіць працэс і вынік, а не толькі грошы”* (ЛІМ, №1 ад 10.01.2020), *“Нарадзіцца пад кроснамі”* (К, №8 ад 22.02.2020).

Важнай акалічнасцю пры вызначэнні гэтага віда інтэрв'ю з'яўляецца тое, што вызначыць яго можна толькі пасля паглыбленага азнаямлення з тэкстам. Гэты тып вызначыць толькі праз структурнае размяшчэнне на паласе нельга. Наяўнасць партрэтных інтэрв'ю таксама ўказвае на спецыялізацыю выданняў і іх асноўныя мэтавыя накірункі.

Калектыўныя інтэрв'ю выдзяляюцца на фоне астатніх відаў жанру дзякуючы колькасці суразмоўцаў. Гэта вызначае іх знешняе афармленне і сэнсавую напавяральнасць. Чым большая колькасць людзей удзельнічае ў размове, тым лепш для аўтара, так як павялічваецца аб'ём карыснай і цікавай інфармацыі. Мабыць, гэта адна з прычын па якой прааналізаваныя газеты размяшчаюць калектыўныя інтэрв'ю. *“Літаратура і мастацтва”* выкарыстоўвае магчымасці такога віда інтэрв'ю значна радзей, чым *“Культура”*: тут распрацавана цэлая рубрыка для такіх інтэрв'ю. Запрошаныя на размову сем'і, што ўяўляюць сабой не толькі саюз, але і творчыя тандэмы. Да калектыўных інтэрв'ю адносяцца тэксты *“Тэа і Оля. Музыка, сям'я, каханне”* (К, №7 ад 15.02.2020) і *“Naviband ханае ўдачу за хвост”* (К, №6 ад 08.02.2020).

Цікавым вопытам для журналістаў рэдакцыі газеты “Культура” стала гутарка з першым намеснікам Міністра культуры Рэспублікі Беларусь Наталляй Карчэўскай. У размове ўдзельнічалі пяць чалавек з рэдакцыі, а сам тэкст стаў прыкладам з’яўлення новых падыходаў да арганізацыі і публікацыі інтэрв’ю. Пазнаёміцца з матэрыялам можна ў №10 ад 14.03.2020, дзе ён размешчаны пад загалоўкам “*Ледзі-кіраўнік у атачэнні творчасці*”. Такія інтэрв’ю выразна дэманструюць не толькі майстэрства журналіста, які павінен зацікавіць, акрамя аўдыторыі, яшчэ некалькі суб’яседнікаў, але і раскрываюць зносіны паміж суразмоўцамі, якія з’яўляюцца героямі матэрыяла. Гэты аспект можа стаць візітоўкай для тэксту, калі правільна скарыстацца магчымасцю назірання за суб’яседнікамі.

Яшчэ адзін від інтэрв’ю, у якім прымаюць удзел некалькі чалавек – бліц-апытанне. Звычайна, гэты тып інтэрв’ю асацыіруецца з кароткімі пытаннямі і кароткімі адказамі, але гэта не зусім правільнае трактаванне. У цэнтры бліц-інтэрв’ю з’яўляецца адно канкрэтнае пытанне ад розных людзей. Газеты, якія былі прааналізаваны, умяшчалі у сябе і такія від інтэрв’ю. Інфармацыйныя поведы для іх былі не самыя добрыя, але, тым не менш, такія тып быў выяўлены ў тэкстах “*Сваё слова ён сказаў*” (К, №6 ад 08.02.2020), “*Вірусы прыходзяць і сыходзяць, а творчасць*” (К, №16 ад 22.04.2020). А вось у матэрыяле “*Час дзівос і чараўніцтва*” (ЛІМ, №1 ад 10.01.2020) дзеячы культуры расказалі пра свой Новы год. Журналісцкая задача – своечасова знайсці момант для апытання. Нельга не ўлічваць спецыфіку гэтага віда інтэрв’ю падчас афармлення яго на газетнай паласе. Бліц-інтэрв’ю – добра пазнавальны від інтэрв’ю, які складана не заўважыць пры правільнай падачы. Кароткі, але інфарматыўны від інтэрв’ю выгадна вылучаецца сярод астатніх.

Не было выяўлена на старонках прааналізаваных выданняў анкет. Магчыма, гэта звязана з сацыялагічнай прыродай жанру, а таксама адсутнасцю недахопу адваротнай сувязі з чытацкай аўдыторыяй. Спецыфіка выданняў ужо загадзя вызначае вузкае кола людзей, якім такая тэма будзе сапраўды цікава. У гэтым асноўная перавага спецыялізаваных выданняў, у тым ліку па культуры, таму што веданне сваёй аўдыторыі дазваляе больш праўдзіва зпрагназаваць поспех таго ці іншага матэрыяла і вызначыцца з жанравымі прыхільнасцямі аўдыторыі.

Вынікі аналізу форм інтэрв’ю ў спецыялізаваных выданнях можна паглядзець у дадатку Е.

3.2 Праблематыка і тэматычны дыяпазон інтэрв’ю

Тэматычная палітра выданняў па культуры прадстаўлена мноствам накірункаў. Перавага той ці іншай тэмы на старонках газет залежыць ад тэмы

нумара і падзей, якія адбываюцца ў краіне ці ў свеце, а таксама актуальных праблем у той ці іншай сферы. Тэматыка газеты “Культура” больш разнастайная, чым у “Літаратуры і мастацтве”. Журналісты штотыднёвікаў стараюцца ахапіць усе аспекты, усе сферы кожнай асобнай галіны культурнага жыцця, але спецыфіка выданняў так ці інакш уносіць свае карэктывы ў тэматыку інтэрв’ю.

Падчас аналізу тэматычнай і праблематычнай скіраванасці жанру мы вылучылі 11 асноўных тэм, якія закранулі журналісты ў сваіх матэрыялах: адукацыя, гісторыя, грамадства, кіно, культура, літаратура, выдавецкая справа, мастацтва, музыка, навука, тэатр, музей. Для таго, каб вылучыць асаблівасці кожнага з выданняў, неабходна разгледзець тэматычныя накірункі штотыднёвікаў па-асобку.

Самай папулярнай тэмай для інтэрв’ю на старонках спецыялізаваных выданняў па культуры стала музыка, якая складае 14% ад агульнай колькасці прааналізаваных інтэрв’ю. Музыка – галоўная тэма інтэрв’ю ў “Культуры”, чаго нельга сказаць пра “Літаратуру і мастацтва”. Сустрэкаюцца як партрэтныя інтэрв’ю з музыкантамі, так і тэксты, дзе журналіст імкнецца раскрыць важныя праблемы шоу-бізнеса. Дастаткова часта інфармацыйным повадам для інтэрв’ю становяцца юбілей музыкантаў, альбо прэм’еры. Напрыклад, у матэрыяле “*Юбілей? На радзіме!*” (К, №5 ад 07.02.2020) журналіст размаўляе з дырыжорам Аркадзем Берыным, які адзначыў 75-гадовы юбілей, пра прафесійны шлях, майстэрства і планах на будучыню. Інтэрв’ю з Уладзімірам Спіковым “*Прыязджаю ў Мінск як дадому...*”, апублікаванае ў газеце “Літаратура і мастацтва” ад 13 сакавіка 2020 года прысвечана VI Міжнароднаму фестывалю “Співакоў запрашае...”. Герой публікацыі падзяліўся з карэспандэнтам сваімі думкамі і ўражаннямі наконт атмасферы фестывалю. Элеанора Скуратава – аўтар матэрыяла – задала шмат пытанняў пра арганізацыю фестывалю і асаблівую ўвагу чытача звярнула тое, як фестываль акрывае новыя імёны.

Цікавы погляд на праблемы маладых выканаўцаў можна разгледзець у інтэрв’ю Надзеі Кудрэйка з Кірылам Ермаковым – спеваком, паспяховым аўтарам, прадзюсарам. Юны выканаўца не мае такой вялікай папулярнасці сярод публікі, хаця яго музыка і тэксты ведае слухач не толькі з краін былога СНД, але і ўся Заходняя Еўропа. Яго кампазіцыі выконваюць такія вядомыя артысты, як Zivert, Мот, Валерыя, але сам музыкант заўсёды застаецца ў цені сваіх калег. Падчас размовы журналіст падводзіць свайго суразмоўцу да адказу на пытанне, якое размешчана ў загаловку “*Навошта Кірыл Гуд гэта робіць?*”. Аргументаванае меркаванне і лаканічныя адказы размешчаны ў №16 газеты “Культура”.

З яшчэ адным таленавітым маладым выканаўцам можна пазнаёміцца ў інтэрв'ю “Для “Славянскага базару” я нефарматны” (К, №12 ад 25.03.2020). Раман Волазнеў у гэтым годзе будзе прадстаўляць Беларусь у конкурсе выканаўцаў эстраднай песні “Віцебск-2020”. Выканаўца расказвае пра цяжкасці кар’еры музыканта і розніцу паміж беларускім і расійскім шоу-бізнесам.

Больш за ўсё публікацый на тэму літаратуры і кнігавыдавецтва зафіксавана на старонках “Літаратура і мастацтва”. Канцэпцыя выдання дыктуе накірунак для працы журналістаў. Паколькі чытага спецыялізаванага выдання цікавіць не проста навіна, а меркаванне і абгрунтаванне, то часта суразмоўцамі ў інтэрв'ю выступаюць эксперты. Прафесійны погляд на праблему, прапановы яе вырашэння і прагназаванне сітуацыі – вось у чым перавага такіх матэрыялаў. Прыкладам экспертнага інтэрв'ю на тэму выдавецкай справы можа стаць размова з Вольгай Ванінай – дырэктарам выдавецтва “Беларуская энцыклапедыя імя Петруся Броўкі”. У інтэрв'ю падымаліся пытанні аб трэндах, фарматах выданняў і цяжкасцях рэдактарскай працы. З тэкстам “Дбаем пра выхаванне ўдумлівага чытача” можна пазнаёміцца ў №9 ад 6 сакавіка 2020.

Не менш складаныя і важныя пытанні былі падняты ў інтэрв'ю з дырэктарам дзяржаўнай установы “Цэнтралізаваная сістэма дзіцячых бібліятэк г. Мінска” Таццянай Швед. Аб тым, што новае пакаленне паступова перастае ўспрымаць кнігу як важную крыніцу інфармацыі, розныя СМІ пішуць часта, але менавіта статыстычныя дадзеныя і погляд практыка на праблему робіць інтэрв'ю больш якасным. У інтэрв'ю “Чытанне дапамагае прайсці праз выпрабаванні” (ЛІМ, №14 ад 10.04.2020) разглядаецца дынаміка наведвання дзіцячых бібліятэк, расказваецца пра асноўны запыт і трэнды, а таксама прыводзіцца разважанне суразмоўцы наконт таго, як неабходна змяняцца бібліятэкам, каб адказваць патрабаванням часу і не пазбавіцца аўдыторыі.

Пра класіка беларускай літаратуры ішла размова ў інтэрв'ю Кастуся Ладуцкі з туркменскім літаратарам Максатам Башымавым. Падыход аўтара да размовы ажыццяўляўся ў двух аспектах – творчая спадчына Караткевіча і беларуская літаратура вачыма замежнага аўтара. Інтэрв'ю “Пасля Уладзіміра Караткевіча пісаць іначай нельга!” (ЛІМ, №3 ад 24.01.2020) адзін са шматлікіх матэрыялаў, якія прысвечаны беларускай літаратуры. Важнай задачай, што стаіць перад журналістам падчас напісання інтэрв'ю, з’яўляецца паказ сучаснага беларускага літаратурнага працэсу ў кантэксце міжнароднага. Выданне знаёміць чытача з новымі імёнамі і фарміруе лаяльнасць аўдыторыі да твораў сучаснікаў. Некаторая стэрэатыпнасць адносна беларускай літаратуры можа знікнуць, калі пазнаёміцца з меркаваннямі аўтараў іншых краін і ўвогуле паглядзець на сітуацыю пад ракурсам выказванняў прафесіяналаў, што прыводзяцца ў размовах. Напрыклад, з поглядамі тэгеранскага пісьменніка на беларускую літаратуру можна азнаёміцца ў інтэрв'ю “Упершыню бачу Беларусь

– *светлую, пригожую краіну...*” (ЛІМ, №10 ад 13.03.2020). Свежы погляд чалавека на нашу культуру і літаратуру застаўляе не толькі задумацца, але і паразважаць аб ментальных рысах, якія добра адлюстроўваюцца ў творах сучаснікаў.

Са шматлікіх інтэрв’ю можна даведацца пра навінкі ў беларускай літаратуры. Напрыклад, у інтэрв’ю з рэктарам Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта Андрэем Каралём можна даведацца аб падрабязнасцях напісання гістарычнага рамана “Румянец анемона”, а таксама пра адрозненне працы з мастацкім і навуковым тэкстам, шчыльную сувязь эпохі элінізму і сённяшнімі інавацыямі ў педагогіцы. Асобна ў матэрыяле прайшло пытанне пра ролю вывучэння літаратуры ў фарміраванні асобы. Інтэрв’ю Дар’і Смірновой “*Мастацкі тэкст – больш прамы шлях да чытача*” надрукавана ў №15 газеты “Літаратура і мастацтва”.

Асабліва часта ў газеце “Культура” сустракаюцца і інтэрв’ю на важныя для грамадства тэмы. У тэксце інтэрв’ю з Аляксандрам Калашам, лаўрэатам прэміі “Чалавек безбар’ернага асяроддзя”, якое было апублікавана дзявятым нумары “Культуры”, падмаюцца актуальныя і зладзёныя пытанні жыцця людзей з абмежаванымі магчымасцямі і аб тым, як зрабіць яго больш зручным. Журналіст задае шмат пытанняў наконт дзейнасці суразмоўцы, а менавіта пра агучку фільмаў для невідучых. Суразмоўца падзяліўся падрабязнасцямі супрацоўніцтва з “Беларусьфільмам” і раскажаў пра спонсарскую дапамогу праектам. Такія матэрыялы на першы погляд могуць падацца не такімі важнымі, але сам факт выкрыцця актуальных праблем грамадства так ці інакш правацывае на перагляд каштоўнасцяў і абуджае ў аўдыторыі пачуццё сацыяльнай адказнасці. Інтэрв’ю выйшла пад загалоўкам “*МоцАрт*” для *невідучых, альбо Што такое аўдыядэскрыпцыя?*”.

Калі прыйшлося вылучыць наступную па папулярнасці тэму інтэрв’ю ў спецыялізаваных выданнях па культуры, назіралася дастаткова складаная сітуацыя. Адзін п’едыстал паміж сабой моглі б падзяліць тэмы культуры, мастацтва і тэатра. Агульнасць тэмы культура, якая радзей сустракаецца ў “Літаратуры і мастацтве”, але ярка прадстаўляецца ў “Культуры”, прымушае журналістаў гэтых выданняў шукаць незвычайныя падыходы. Цікава паказваецца культурнае жыццё рэгіёнаў у складаны час пандэміі каронавіруса ў інтэрв’ю “*Вірусы прыходзяць і сыходзяць, а творчасць*” (К, №16 ад 23.04.2020). Гэта першая публікацыя з серыі матэрыялаў аб культурным асяроддзі ў невялікіх населеных пунктах краіны. Кіраўнікі адпаведных устаноў раскажваюць, як змянілася іх дзейнасць у сувязі з рэкамендацыямі Міністэрства аховы здароўя для насельніцтва.

Увогуле, актуальная ў апошні час праблема развіцця культуры ў рэгіёнах не зыходзіць са старонак як грамадска-палітычных, так і спецыялізаваных

выданняў. Але асабліва канкрэтнымі і аргументаванымі можна назваць толькі некаторыя з прапанаваных тэкстаў. Да іх можна аднесці інтэрв’ю з начальнікам галоўнага ўпраўлення ідэалагічнай работы, культуры і па справах моладзі Гомельскага аблвыканкама Дзянісам Язерскім. Нягледзячы на тое, што чыноўнікі з’яўляюцца адным з тыпаў складаных суразмоўцаў у інтэрв’ю, карэспандэнт газеты “Культура” атрымаў лаканічныя і дакладныя адказы на пытанні аб эфектыўнасці працы ўстаноў культуры, пра будучыню гістарычных аб’ектаў і праблемах турыстычнага развіцця Гомельшчыны. Інтэрв’ю апублікавана пад загалоўкам “*Што развяза дырэктару клуба рукі?*” у №13 газеты “Культура”.

Амаль у два разы радзей, чым у штотыднёвіку “Культура”, публікуюцца інтэрв’ю з тэатральнымі дзеячамі у газеце “Літаратура і мастацтва”. Повадамі да сустрэч з тэатрамі часта з’яўляюцца прэм’еры. Інтэрв’ю “*Кодавае слова дзеля скіраванасці ў вышыні*” (К, №12 ад 25.03.2020) з літоўскім рэжысёрам Саўлюсам Варнасам прысвечана прэм’еры спектакля паводле абсурдысцкай п’есы “Смага і голад”, але большасць пытанняў, што задала суразмоўцу журналіст Таццяна Матусевіч, тычацца праблем развіцця тэатральнага мастацтва. Вопыт працы рэжысёра ў іншых краінах журналістка выкарыстала для падрабязнага аналізу працы беларускіх тэатраў.

Карэспандэнт “Літаратуры і мастацтва” Яўгенія Габец разам з Ірынай Шырокай, бларускім харэографам і пастаноўшчыкам, стваральніцай тэатра танца “Skyline”, асвятліла найбольш балючыя пытанні развіцця сучаснага тэатра і танца. У адказах суб’есдніцы можна прачытаць разважанні на тэму ўдзячнага гледача і мастацтва. Разгорнутае інтэрв’ю “*Хочацца выкарыстоўваць формы, якія прапануе час*” (ЛІМ, № 7 ад 21.02.2020) з Ірынай Шырокай – погляд маладой і творчай асобы на працэс развіцця тэатральнага мастацтва ў нашай краіне.

Тэма мастацтва ў прааналізаваных выданнях прадстаўлена інтэрв’ю са скульптарамі і мастакамі. У газеце “Культура” апублікаваны цыкл інтэрв’ю са скульптарамі, працы якіх знайшлі месца на новых станцыях мінскага метрапалітэна. У тэкстах “*Інтэрвенцыя сучаснай скульптуры, або Час пік у метро*” (К, №9 ад 07.03.2020) і “*Падземнае сонца транспартных артэрыяў*” (К, №5 ад 01.02.2020) скульптары Аляксандр Шаппо і Максім Пятруль растлумачваюць свае ідэі і разважаюць наконт таго, ці гатова наша грамадства да мастацтва ў метро, а таксама расказалі, як ствараліся вобразы, якія цяпер будуць выконваць эстэтычную функцыю ў падземцы. Разважанні суразмоўцаў шмат у чым і з’яўляюцца падрыхтоўкай грамадства да новага падыходу ў афармленні бытавога, штодзённага.

Адно з інтэрв’ю на тэму мастацтва ў “Літаратуры і мастацтве” зроблена з мастачкай-графікам Раісай Спілевіч. Пытанні былі пабудаваны такім чынам,

што аўдыторыя ў асноўным атрымоўвае інфармацыю пра прафесійны шлях суб'ядніцы, а таксама аўтарскі стыль у карцінах. Цікава чытаць адказы, дзе мастачка праводзіць самааналіз прац. Інтэрв'ю апублікавана ў №9 і мае загалолак *“Не хачу ставіць кропку на сваім прафесійным развіцці”*.

Актуальная для ўсіх СМІ тэма кіно ў спецыялізаваных выданнях асвятляецца ў інтэрв'ю з артыстамі і рэжысёрамі. Асабліва шмат увагі надаецца прэстам маладых прадстаўнікоў кінаіндустрыі. Інтэрв'ю *“Сілкаяцца тым, што адбываецца наўкол”* з рэжысёрам Іванам Твардоўскім, апублікаванае ў №16 газеты “Культура”, утрымлівае ў сабе расказ суразмоўцы пра бачанне буйных кінафабрык, адчуванне двухтысячных і табуіраваныя тэмы ў сучасным кіно. Акрамя гэтага аўтар інтэрв'ю Тарас Тарналіцкі задаў некаторыя пытанні пра асацыяцыі з горадам Мінскам, які не з'яўляецца для рэжысёра чужым.

Да дня нараджэння Расціслава Янкоўскага, які шматгадоў быў старшынёй кінафестывалю “Лістапад”, было падрыхтавана інтэрв'ю з яго сынам Уладзімірам Янкоўскім – знакамітым беларускім кінарэжысёрам. Надзея Кудрэйка, карэспандэнт “Культуры”, задала пытанні пра біяграфічныя моманты і творчы шлях Расціслава Янкоўскага. Успаміны сына пра знакамітага бацьку можна прачытаць у матэрыяле *“Расціслаў Янкоўскі. Кароль на сцэне і ў жыцці”* (К, №6 ад 13.02.2020).

Невялікая колькасць інтэрв'ю на тэму гісторыі закранае праблемы захавання гісторыка-культурных каштоўнасцей. Напрыклад, матэрыял *“Альтэрнатывы “экскаватарнай” археалогіі”* (К, №4 ад 01.02.2020), дзе экспертам выступіў Ігар Чарняўскі – археолаг, былы начальнік упраўлення па ахове гісторыка-культурнай спадчыны. Разам з журналістам яны разбіраюць выпадкі пашкоджанняў гістарычных каштоўнасцей з юрыдычнага і практычнага бакоў. У інтэрв'ю падыходзіць галоўная праблема – ігнараванне мінулага і адсутнасць увагі грамадскасці да сітуацый, дзе камерцыя перамагае над духоўным. Погляд з розных ракурсаў, які прадстаўлены чытачу, можа заставіць аўдыторыю задумацца.

Менш за ўсё інтэрв'ю было прысвечана тэмам адукацыі, навукі і музеяў. Такую невялікую колькасць матэрыялаў можна растлумачыць тым, што гэтыя сферы не з'яўляюцца профільнымі для прааналізаваных выданняў.

Інфармацыю па кантэнт-аналізу тэматычнай скіраванасці інтэрв'ю ў газетах “Культура” і “Літаратура і мастацтва” можна даведацца з дадатку Ё.

3.3 Інтэрв'ю у газетах “Літаратура і мастацтва” і “Культура”: майстэрства дыялогу

“Мэтавая аўдыторыя СМІ патрабуе асаблівага падыходу ў падачы інфармацыі. Перш за ўсё таму, што спецыялізаваныя газеты і часопісы чытаюць

як спецыялісты ў сваёй вузкай вобласці, так і рады вычытаць. Значыць, мову публікацый неабходна адаптаваць пад патрэбы чытачоў рознага ўзросту адукацыі і разнастайных напрамкаў дзейнасці,” – адзначае Пінюта А.Ф. у адным з артыкулаў [24, с.94].

Працу над інтэрв’ю ўмоўна можна разбіць на некалькі этапаў: падрыхтоўка, правядзенне, завяршэнне. Першая стадыя – найважнейшая частка, ад якой залежыць поспех матэрыялу. Тут ажыццяўляецца праца па планаванню, фарміраванню мэт інтэрв’ю, вывучэнне дадатковых інфармацыйных рэсурсаў, выбіраецца стратэгія і асноўная скіраванасць пытанняў. Інтэрв’ю, як і любы другі жанр не трымае непадрыхтаванасці, а ў гэтым жанры самараскрыццё аўтара адбываецца імгненна. Некаторыя даследчыкі адзначаюць, што ступень журналісцкай педантычнасці ў падрыхтоўцы да інтэрв’ю значна знізілася.

Вельмі часта ў інтэрв’ю задаюцца пытанні, на якія сам аўтар ведае адказ. Калі ведае аўтар, то могуць ведаць і чытачы. Пытанне павінна ставіцца такім чынам, каб у ім быў шчырая і сапраўдная цікавасць атрымаць адказ, які ніхто, акрамя суразмоўцы, не ведае. Аўтар інтэрв’ю павінен валодаць мабільнасцю і ўменнем “атрымаць выгаду” з нечаканых паваротаў гутаркі.

Мы правялі аналіз пытанняў, якія выкарыстоўваюцца ў спецыялізаваных выданнях “Культура” і “Літаратура і мастацтва”, зыходзячы з класіфікацыі, якую прапанаваў Лукіна М.М. у сваёй кнізе “Технология интервью”.

Перш за ўсё, пытанні дзеляцца на дзве вялікія групы: *адкрытыя* і *закрытыя*. Як правіла, адкрытыя пытанні з’яўляюцца больш эфектыўнымі, асабліва на пачатку дыялогу. Напрыклад, з інтэрв’ю “*Лінія кіравання ў лініі стварэння*” (К, №6 ад 15.02.2020):

Чаму ўсё ж жываніс, а не скульптура?

На чым вы, яшчэ намеснікам Рыгора Сітніцы, засяроджвалі ўвагу?

А калі ж пачалося мастацкае выхаванне?

Самыя першыя мастацкія ўражанні?

У інтэрв’ю “*Моцарт для невідущых, альбо Што такое аўдыядэскрэпцыя*” (К, №9 ад 07.03.2020) журналіст выкарыстоўвае, у асноўным, адкрытыя пытанні:

Што, на вашу думку, удалося зрабіць з найбольш значнага за два гады дзейнасці “МоцАрта”?

А ўвогуле, наколькі рэгіянальныя ўстановы культуры Беларусі — музеі, бібліятэкі, Дамы культуры — гатовы сёння працаваць з невідущымі людзьмі?

Якія праблемы стаяць цяпер перад арганізацыяй?

Галоўны ўпор на адкрытыя пытанні робіцца і ў інтэрв’ю з нумароў “Літаратуры і мастацтва”. Прыкладам можа стаць інтэрв’ю “*Мінулае лагодней падпускае пісьменніка да сябе, чым будучыня*” (ЛІМ, №3 ад 21.01.2020):

Якія тэмы прыярытэжныя для сімпозіума?

У чым каштоўнасць форуму літаратараў у Мінску?

Як бы вы ахарактарызавалі сучасны літаратурны працэс?

У большасці выпадкаў у інтэрв'ю лепш выкарыстоўваць адкрытыя пытанні. Выкарыстанне адкрытых пытанняў можна абгрунтаваць тым, што яны прымушаюць суразмоўцу працягваць адказваць. Амерыканскі медыякансультант Чып Сканлан параўноўвае адкрытыя пытанні з зялёным святлом святлафора, а закрытыя – з чырвоным.

У сваю чаргу, закрытыя пытанні больш характэрны для гутарковага стылю, так як яны патрабуюць дакладнага і кароткага адказу. Закрытыя пытанні ўжываюцца тады, калі журналісту неабходна атрымаць лаканічны адказ тыпу “так”, “не”, “магчыма” і інш. Пытанні становяцца актуальнымі, калі суразмоўца сыходзіць ад адказу. Аднак, зыходзячы з аналізу інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданняў, і закрытыя пытанні могуць выклікаць разгорнуты, падрабязны адказ, мець нечаканы працяг. Як гэта адбылося ў размове з Уладзімірам Співаковым у інтэрв'ю “*У Мінск прыежджаю як дадому...*” (ЛІМ, №10, 13.03.2020):

А зараз выступаеце як саліст-скрыпач?

А затым вырашылі стаць дырыжорам?

У гэтых канцэртах у якасці салісткі выступала флейтыстка Кацярына Карнішына?

Пытанні закрытага характару сустракаліся і ў інтэрв'ю “*Уладзімір Караткевіч – родны для мяне пісьменнік*” (ЛІМ, №14 ад 10.04.2020):

Дарэчы, ці хвалюе маладых пісьменнікаў Сербіі гістарычная праблематыка?

Ці спадабаюцца яны, на ваш погляд, сербскім падлеткам, маладому чытачу Сербіі?

Ці складана было пераўвасабляць вершы беларускага класіка на сербскую мову?

Пытанні закрытага тыпу разлічаны галоўным чынам на кароткія станоўчыя або адмоўныя адказы, у гэтых выпадках яны атрымаліся разгорнутыя і падрабязныя, паколькі суразмоўца быў настроены на размову, зацікаўлены ў размове х журналістам.

Гэты ж тып пытанняў быў выяўлены ў інтэрв'ю “*Я іграў самога сябе*” (№11, ад 21.03.2020):

А вы чыталі толькі сцэнарыі ці зацікавіліся і самой кнігай Людмілы Рублеўскай?

Ці бачылі вы ўжо фільм цалкам?

Як думаеце, ці працнецца нараніцу знакамітым, ці пачнуць вас пазнаваць на вуліцах?

А вы заўсёды марылі стаць акцёрам, як вы прыйшлі ў гэтую прафесію?

Трэба адзначыць, што найбольш правільным з’яўляецца падыход да інтэрв’ю, дзе журналісты камбінуюць абодва віды пытанняў. Гэта не ператварае інтэрв’ю ў дапыт і не выстаўляе рамкі для суразмоўцы. Такім чынам, матэрыялы атрымоўваюцца рознапланавым і ня нудным. Падчас аналізу інтэрв’ю не было выяўлена матэрыялаў, дзе аўтары выкарыстоўвалі б толькі адзін з відаў пытанняў, але быў выяўлены матэрыял, дзе аўтар з 12 пытанняў задаў сем закрытых. Так адбылося ў размове з Іванам Твардоўскім. Матэрыял “Сілкавацца тым, што адбываецца наўкол” (К, 16 ад 24.04.2020):

Мінск для вас не чужы горад. Бывалі тут раней?

Але можа ў вас сфарміравалася асабістая асацыяцыя з горадам?

Ці ёсць будучыня ў былых буйных савецкіх кінафабрык, такіх як “Беларусьфільм”, “Мосфільм”, “Одесская киностудия” ды іншыя?

На вашу думку, трэба да гэтага ставіцца больш прагматычна?

Ці адчуваеце вы канкурэнцыю ад гэтага юнага накалення?

Інфацум вам замінае або дазваляе чэрпаць новыя сэнсы для працы?

У гэтым сэнсе “эзопава мова” больш эфектыўная для зносін з аўдыторыяй?

Такія пытанні не сталі перашкодай для разгорнутых адказаў расійскага рэжысёра. Магчыма, змястоўнасць адказаў шмат у чым залежыць ад таго, наколькі разбіраецца ў тэме суразмоўца. У гэтым сэнсе інтэрв’ю ў спецыялізаваных СМІ значна адрозніваюцца ад інтэрв’ю ў грамадска-палітычных выданнях.

У большасці тэкстаў, напісаных у жанры інтэрв’ю, якія былі прааналізаваны, камбінаванне адкрытых і закрытых пытанняў выступала ў суадносінах 3:1, дзе больш адкрытых пытанняў.

Акрамя адкрытых і закрытых, існуюць пытанні іншага характару. Падчас інтэрв’ю яны выконваюць розныя функцыі. Напрыклад, стымулююць суразмоўцу да працягу гутаркі, удакладняюць дэталі, патрабуюць аргументы, дэманструюць зацікаўленасць журналіста.

Адным з такіх тыпаў пытанняў з’яўляюцца ўдакладняючыя пытанні. Як правіла, гэтыя пытанні задаюцца пасля невыразнага або двухсэнсоўнага адказу на галоўнае. З інтэрв’ю “Не хачу ставіць кропку на сваім прафесійным развіцці” (ЛІМ, №9 ад 06.03.2020):

Як складваліся адносіны на курсе? Ці не ставіліся да вас скептычна менавіта таму, што вы дзяўчына?

Які перыяд альбо сітуацыя ў творчасці і жыцці для вас найбольш памятных?

Што вы маглі б прапанаваць?

Матэрыял “Упершыню бачу Беларусь – светлую, прыгожую краіну” (ЛІМ, №10 ад 13.03.2020):

А аўтарытэт пісьменніка? Тэма таксама дыскусійная ў свеце. Як гэта выглядае ў Іране?

Як працаік у чым бачыце адметнасць сучаснай іранскай прозы?

Інтэрв'ю “У Мінск прыязджаю як дадому” (ЛІМ, №10 ад 13.03.2020):

Як выбіраеце праграму для сваіх канцэртаў?

А як трапіла на фестываль Ганна Аглатава?

А затым вырашылі стаць дырыжорам?

Удакладняючыя пытанні – адзін з самых выкарыстоўваемых тыпаў пытанняў у спецыялізаваных выданнях. Адказ на такія пытанні можа быць хоць і можа быць абмежаваны словамі “так”, “не”, але гэта дазволіць журналісту не ўпусціць важныя дэталі. Калі выкарыстаць удакладняючыя пытанні падчас актыўнага адказа суразмоўцы, гэта не зробіць рэпліку скупой. Пры пастаноўцы ўдакладняючых пытанняў могуць выкарыстоўвацца пытальныя словы *хто, што, дзе, калі, як, чаму* і г. д.

Развіваючыя пытанні задаюцца, калі на галоўнае пытанне журналіст не атрымаў поўнага, разгорнутага адказу, ці проста хоча даведацца пра дэталі. Па ўжыванні гэтых пытанняў займаюць другую пазіцыю пасля ўдакладняючых. У адрозненне ад удакладняючых, развіваючыя пытанні ў інтэрв'ю задаюцца ў момант, калі, магчыма, суразмоўца дае нешматслоўны адказ. На старонках аналізуемых выданняў былі знойдзены наступныя прыклады:

з інтэрв'ю “А з пыласоса бубен выпіліў, або Незвычайныя інструменты Блахіна” (К, №15, ад 17.04.2020):

У нас не вучаць прафесіі майстра народных інструментаў, у кожнага свая гісторыя. Якім быў ваш шлях?

Я ведаю, што вы заўсёды ўдзельнік “Славянскіх базараў у Віцебску”, вас там можна пабачыць з усімі вашымі вырабамі?

У невялікіх гарадках бывае складана з культурнымі ініцыятывамі, асабліва з тымі, якія ідуць не ад дзяржаўных органаў, Дамой культуры ці клубаў. А ў Лідзе яны маюцца, і вы якраз з тых энтузіястаў, каму ёсць справа да таго, чым жыве родны горад.

Такія пытанне журналіст пачынае з узгадвання ўжо вядомага яму факта, на аснове якога будзеца само пытанне, развівае тэму ў патрэбны бок. Як гэта зроблена ў інтэрв'ю “Ледзі-кіраўнік у атачэнні творчасці” (К, №10 ад 14.03.2020):

Наколькі мне вядома, фінансаванне цудоўнага фестывалю “M.art.кантакт” павялічылася болей чым у два разы...

Я толькі што вярнулася з Берлінскага кінафестывалю, дзе з поспехам дэманстраваўся фільм “Урокі фарсі”, зроблены з беларускім удзелам. Але сама Беларусь на гэтым форуме прадстаўленая не была...

А як вы ставіцеся да таго, што вядомы кінадзеяч Андрэй Курэйчык вельмі абурэўся з нагоды нашага няўздзелу ў кінарынку, які праводзіцца ў межах фэсту...

Кінематаграфісты не раз уздымалі пытанне аб стварэнні ў нас уласнага кінафонду — па аналогіі з іншымі краінамі. Ці разглядаецца такая магчымасць?

Пераходныя пытанні. Яны выкарыстоўваюцца для пераходу да новай або закранутай раней тэмы. Па частаце выкарыстання пераходных пытанні, як і развіваючыя, займаюць другое месца. Пытанні гэтага тыпу сустракаліся ў інтэрв'ю-гутарцы з Глебам Отчыкам “Лінія кіравання ў лініі стварэння” (К, №6 ад 15.02.2020):

Чалавек, калі прачынаецца, павінен бачыць прыгажосць, прасякнутую пазітыўнай энергетыкай. Мы яе як бы не адчуваем, але яна ёсць! Яна ўздзейнічае! Як у вашым прыкладзе з кітайскімі гледачамі. І вось паўстае такая задача для дзейнасці Саюза ды й для ўсёй дзяржавы: “мастацкі твор — у кожную кватэру!” Гэта, мне ўяўляецца, можа быць адной з самых важных мэтай дзейнасці Саюза мастакоў Беларусі...

Прафесія мастакоў — маўклівая, негаворкавая творцы, мастакі, бо мова мастацкая — адмысловая, часта авангардная, прытоеная, шараговым гледачу, часцей, не вельмі зразумелая. Як словамі перадаць фантастыку і абстракцыі колераў і іх спалучэнняў, выразнасць ліній, каларыстыкі, псіхалогіі вобразаў? Адзін з пунктаў вашай перадвыбарнай праграмы — “праблема інфармацыі”. У чым яна і як плануеце яе вырашаць?

З інтэрв'ю “Уладзімір Караткевіч – родны для мяне пісьменнік” (ЛІМ, №14 ад 10.04.2020):

Галоўны твор Уладзіміра Караткевіча — раман «Каласы пад сярпом тваім». З якімі творами сербскай літаратуры вы Даяна ЛАЗАРАВИЧ: «Уладзімір Караткевіч — родны для мяне пісьменнік» параўналі б гэты выключна важны для беларускай нацыянальнай свядомасці раман?

Ва Уладзіміра Караткевіча нямала гісторыка-публіцыстычных твораў — эсэ, нарысаў, прысвечаных розным гарадам і вёскам Беларусі. Вось каб іх усе разам перакласці на сербскую мову і выдаць адной кнігай, дадаўшы прыгожых пейзажных і гістарычных фотаздымкаў розных мясцін Беларусі! Атрымаецца цікавае віртуальнае падарожжа па нашай краіне! Ці падабаецца вам такая ідэя? Ці кладзецца на душу?

Трэба адзначыць, як журналіст пераходзіць да такіх пытанняў. Звычайна ён робіць своеасаблівую падводку, распавядаючы пра хобі суразмоўцы. Задача пераходных і развіваючых пытанняў прыкладна аднолькавая. Часта аўтары робяць такія пытанні вельмі разгорнутымі і змястоўнымі. Такі прыём паказвае, наколькі арыентуецца журналіст у абранай тэме, а таксама вызначае далейшы

ход размовы. Інфарматыўная падрыхтаванасць журналіста дазваляе яму ставіць пытанні цікава для суразмоўцы і інтрыгаваць чытача.

Наступны тып пытанняў – *гіпатэтычныя*. Яны выкарыстоўваюцца радзей, чым вышэйпералічаныя. Гэтыя пытанні выкарыстоўваюцца ў тым выпадку, калі журналісты хочуць атрымаць адказы на пытанні аб тым, што адбудзецца ў будучыні пры пэўных умовах. З інтэрв'ю “*О, суперхіт, прыйдзі!*” (К, №9, 07.03.2020):

Калі б не музыка, чым бы займаліся? Фрыдэрык Шапэн, дарэчы, мог стаць пісьменнікам...

Ці думаеце, што гэтая новая двайная інструментальная пласцінка будзе ацэнена беларускай публікай?

Што зробіў бы прадзюсар для пласцінкі, каб яна адбылася?

Гіпатэтычныя пытанні сустракаюцца рэдка на старонках спецыялізаваных выданняў. Гэтыя пытанні дазваляюць суразмоўцу зрабіць прагноз, пафантазіраваць, прадугледзець магчымыя вынікі той ці іншай сітуацыі.

Выкрываючыя пытанні – самы рэдкі госць на старонках прааналізаваных нумароў “Культуры” і “Літаратуры і мастацтва”. Такія пытанні аўтар ставіць у выпадку супярэчлівых адказаў суразмоўцы, а таксама калі ён быў не ўпэўнены ў аргументах. Прыклады выкрываючых пытанняў былі зафіксаваны ў інтэрв'ю “Для “Славянскага базару” я нефарматны” (К, №12 ад 27.03.2020):

Лічыцца, што на падобных конкурсах перавагу маюць вакалісты з моцным голасам, таму што там трэба вельмі гучна спяваць. Ці можаце вы назваць сябе вакалістам у такім “конкурсным” разуменні? Памятаю, як на нядаўнім расійскім тэлешоу “Голас” Канстанцін Меладзэ, у чыю каманду вы трапілі, сказаў, што вы мысліце не столькі як вакаліст, колькі як музыкант.

Я так разумею, што на вялікім рахунку беларуская сцэна вас ужо згубіла, і вы развіваеце ў асноўным расійскую поп-музыку і менавіта там бачыце сваю будучыню?

Адзін з прыкладаў быў зафіксаваны ў матэрыяле “Юбілей? На радзіме!” (К, №5 ад 01.02.2020):

Мы жывём у эпоху фарматаў, якія з эстрады трапляюць і ў акадэмічную музыку. Ні для кога не сакрэт, што кампазітар, які піша твор на заказ, вымушаны прытрымлівацца патрабаванняў, якія навязваюцца зыходзячы з фармату. Думаю, гэта прыводзіць да падзення агульнай якасці музыкі, бо мэтай становіцца прыцягненне публікі любымі спосабамі. Як кампазітар вы з гэтым сутыкаліся?

У спецыялізаваных культурных выданнях такі від пытанняў сустракаецца вельмі рэдка. Часцей выкрываючыя пытанні носяць розны характар і выкарыстоўваюцца ў скандальных інтэрв'ю, дзе журналіст ставіць сабе задачу раскрыць суразмоўцу як асобу. Сярод прааналізаваных інтэрв'ю мы не сустрэлі

скандальных, але некаторыя аўтары не ўпусцілі магчымасць дабіцца ісціны, таму выкарысталі такі тып пытання. Звычайная негатыўная афарбоўка такога тыпу саступае журналісцкай зацікаўленасці. Для таго, каб пытанні не выглядалі не абгрунтаванымі, аўтары прыводзяць факты з жыцця суразмоўцы ці спасылкі на яго ранейшыя каментары. У спецыялізаваных культурных выданнях такіх пытанняў мала. Задачай такіх газет і часопісаў становіцца раскрыццё праблематыкі, а не партрэта суразмоўцы. Такім чынам, праблемны характар інтэрв'ю пераважае над партрэтным.

Асобна трэба адзначыць вобразнасць пытанняў у інтэрв'ю. Гэта можа дазволіць сабе не кожнае выданне, але спецыфіка газет і тэматыка, набліжаная да мастацтва, культуры і, што больш за ўсё важна, літаратуры, дае магчымасць журналістам зрабіць свой тэкст больш яркім у стылістычным плане. Гэта адлюстроўваецца ў зваротах да суразмоўцы, або пунктуацыйным афармленні пытанняў, дзе ясна можна прачытаць эмоцыі не толькі аўтара, але і чалавека, з якім ідзе гаворка. Пры аналізе адразу бачна, калі журналіст асабліва зацікаўлены ў інтэрв'ю. Звычайна, гэта перадаецца ў яго мове. Напрыклад, экспрэсіўным было інтэрв'ю з дырыжорам Аркадзем Берыным (К, №5 07.02.2020), дзе аўтар паказваў свае адносіны да суразмоўцы праз пытанні. Пры знаёмстве з матэрыялам асабліва ўвага аддаецца клічным сказам і зваротам:

Маэстра! Вы адзначаеце свой юбілей канцэртаў у Мінску. У чым прычына такога рашэння?

Вы заўсёды ўражвалі сваёй велізарнай энергіяй і новымі цікавымі ідэямі, якія, дарэчы, заўсёды паспяхова ажыццяўлялі! Можна сцвярджаць, што вашым вялікім дасягненнем было стварэнне першага ў Беларусі Дзяржаўнага духовага аркестра “Няміга”.

Маэстра! Якія вашы планы на будучыню?

Часта ў інтэрв'ю выкарыстоўваюцца мадальныя словы і канструкцыі, якія выражаюць аўтарскую мадальнасць, даюць эмацыйную адзнаку. Напрыклад, у наступных пытаннях словы “мяркую” і “здаецца” паказваюць няўпэўненасць у сваім меркаванні:

Цікава, але, мяркую, не ўсе мастакі згодны выстаўляцца ў такой эксперыментальнай экспазіцыйнай прасторы...

Роля ў кіно ў вас вельмі шмат (каля 100), здаецца, нават больш, чым на тэатральнай сцэне. Што прыводзіць акцёра тэатра ў кінематограф?

Звычайна падчас інтэрв'ю журналіст звяртаецца да свайго суразмоўцы. Якую форму выкарыстоўваць у звароце залежыць, у першую чаргу, ад правілаў этыкету, пажаданняў асобы і нават нацыянальнасці. Часта ў інтэрв'ю журналісты звяртаюцца да суразмоўцы, выкарыстоўваючы імя і імя па бацьку ці пры дапамозе іншых зваротных канструкцый:

Яўген Міхайлавіч, што агульнае вы заўважылі ў светапоглядзе народаў Усходу і Захаду?

Вольга Уладзіміраўна, ці не кожнае сучаснае дзіця мае сёння мабільныя прыстасаванні, камп'ютары, можа зайсці ў інтэрнэт і імгненна атрымаць адказ на пытанне. Дык для каго і дзеля чаго выдавецтва выпускае пазнавальную літаратуру?

Спадар Хізры, вы трапілі ў наш край, таму што тады Дагестан і Беларусь былі часткамі адной вялікай краіны, і размеркаванне пасля заканчэння ВНУ ці сярэдняй спецыяльнай навучальнай установы магло быць куды заўгодна?

У наступным прыкладзе эфект эмацыйнасці ўзмацняецца ужываннем шматкроп'я. Яно з'яўляецца паказчыкам незавершанасці думкі, якую развівае суразмоўца:

Атрымліваецца, не выпадкова ў Беларусь патрапілі...

Вы народны мастак дзвюх расійскіх рэспублік — Чачні і Дагестану, сябра Каардынацыйнай рады кіраўнікоў грамадскіх аб'яднанняў расіян у Беларусі. Старшыня праўлення Міжнароднага аб'яднання дагестанцаў. Можна сказаць, што вы прадстаўляеце ў Беларусі Расію...

Любыя моўныя сродкі надаюць тэксту вобразнасць, дакладнасць, дапамагаюць раскрыць тэму з розных бакоў, ахарактарызаваць прадметы, з'явы і перадаць настрой кожнага ўдзельніка размовы. Журналісты спецыялізаваных кльтурных выданняў выкарыстоўваюць гэту магчымасць, але далёка не з кожным суразмоўцам.

М.В. Пятрова, выкладчык Маскоўскага дзяржаўнага ўніверсітэта, у адной з сваіх прац пісала, што інтэрв'ю як дыялог журналіста з адным ці некалькімі суразмоўцамі па актуальных пытаннях з мэтай стварэння інфармацыйнага прадукта прадугледжвае наяўнасць у журналіста пэўных прафесійных, моўных кампетэнцый і валоданне камунікатыўнымі стратэгіямі. У правядзенні інтэрв'ю значную ролю іграе валоданне формулам мовы, якія прынятыя ў канкрэтнай сітуацыі моўных зносін [23, с.42]. Журналісты прааналізаваных выданняў, у большасці тэкстаў інтэрв'ю, праявілі ўменне пабудовы дыялогу з улікам сваіх прафесійных ведаў і жкрналісцкіх кампетэнцый, пра якія пішуць даследчыкі.

Вынікі па главе 3

1. Жанр інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях прадстаўлены мноствам відаў. На старонках усіх нумароў прааналізаваных спецыялізаваных выданняў са студзеня па канец красавіка 2020 было вылучана 85 матэрыялаў, напісаных у жанры інтэрв'ю. Самая частая форма інтэрв'ю – інтэрв'ю-дыялог. Другая па папулярнасці форма – інтэрв'ю-партрэт, пасля яе ідуць інтэрв'ю-маналогі,

калектыўныя інтэрв'ю і бліц-апытанні. Некаторых з відаў інтэрв'ю на старонках “Культуры” і “Літаратуры і мастацтва” не выяўлена. Кожная з форм выконвае сваю функцыю і мае шэраг асаблівасцей. Тое, што палова з інтэрв'ю апублікаваны ў выглядзе дыялогу, гаворыць аб тым, што журналістам трэба вар'іраваць віды і формы больш часта.

2. Вылучана 11 тэм для інтэрв'ю. Большасць інтэрв'ю ад агульнай колькасці прысвечаны музыкальнай сферы. Шырока прадстаўлены тэмы кнігавыдавецтва і літаратуры. Сацыяльная праблематыка інтэрв'ю раскрываецца ў тэкстах на тэму грамадства. Тэмы культуры і мастацтва адлюстраваны ў аднолькавай колькасці інтэрв'ю. Маюць месца публікацыі, дзе ідзе размова пра кіно са знакамітымі і новымі дзеячамі кінаіндустрыі. Найменшая колькасць інтэрв'ю закранае тэму адукацыі, навукі і музеяў. Тэматычная палітра ў “Культуры” больш шырокая, чым у “Літаратуры і мастацтве”.

3. Пытанні ў дыялогу – адзін з паказчыкаў прафесійнага майстэрства журналіста. Сярод мноства відаў пытанняў, якія былі выяўлены, першае месца займаюць удакладняючыя і развіваючыя. Часта выкарыстоўваюць пераходныя пытанні. Менш за ўсё вылучана гіпатэтычных і выкрываючых пытанняў у інтэрв'ю. Пытанні, якія выкарыстоўваюцца аўтарамі інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях, дапамагаюць раскрыць праблематыку, а не стварыць вобраз суразмоўцы. Вобразнасць – адметная рыса пытанняў у спецыялізаваных выданнях па культуры. Тэматыка газет, тып суразмоўцаў і праблематыка інтэрв'ю дазваляюць журналістам карыстацца больш вобразнай лексікай.

ЗАКЛЮЧЭННЕ

У разгалінаванай сістэме сродкаў масавай інфармацыі асаблівае месца займаюць спецыялізаваныя выданні. Можна выдзяліць больш за 30 тэматык спецыялізаваных СМІ. Рост колькасці такой прэсы можна растлумачыць вялікімі магчымасцямі ў асвятленні некаторых вузкаспецыяльных ці прафесійных пытанняў, распаўсюджваннем інфармацыі аб асаблівасцях работы асобных прадпрыемстваў, арганізацый і аб'яднанняў.

Асаблівую важнасць для грамадства маюць спецыялізаваныя выданні па культуры. Культура адлюстроўвае жыццё і гісторыю, паказвае рэчаіснасць і краіну ў творах мастацтва. Спецыялізаваныя выданні па культуры вучаць, фарміруюць адносіны і ацэнку, закладваюць маральныя, асабістыя каштоўнасці ў аўдыторыі.

Было вылучана больш за 10 спецыялізаваных выданняў па культуры і мастацтву Беларусі. Асабліва важнае месца сярод іх займаюць газеты “Літаратура і мастацтва” і “Культура” – беларускамоўныя штотыднёвыя газеты. Гэтыя выданні адлюстроўваюць увесь спектр культурнага жыцця Беларусі і карысны замежны вопыт. Газета “Культура” мае больш агульны характар, а “Літаратура і мастацтва” з’яўляецца, перш за ўсё, літаратурнай.

Сучасная трансфармацыя жанраў закранула ўсе СМІ, у тым ліку спецыялізаваныя выданні па культуры. Аналітычныя жанры набываюць рысы інфармацыйных, мастацка-публіцыстычных – аналітычных. Некаторыя жанры ўвогуле знікаюць са старонак друкаваных выданняў, а іншыя жанры, наадварот, займаюць лідзіруючыя пазіцыі. Тэндэнцыю ў павелічэнні колькасці навіннага кантэнту і інфармацыйных жанраў можна назіраць і на прыкладзе “Культуры” і “Літаратуры і мастацтва”. З прааналізаваных матэрыялаў 51% складаюць інфармацыйныя жанры, аналітычныя – 34% і мастацка-публіцыстычныя – 15%.

Найбольш распаўсюджанымі жанрамі ў “Культуры” і “Літаратуры і мастацтве” з’яўляюцца нататкі, агляды, інтэрв’ю і справаздачы.

Сустрэкаюцца на старонках прааналізаваных газет замалёўкі, нарысы, рэпартажы, рэцэнзіі. Вылучана шмат кароткіх інфармацыйных паведамленняў – хронік і анонсаў, якія публікуюцца ў асобных рубрыках. Былі зафіксаваны такія аналітычныя жанры, як артыкулы-спісы, артыкулы, карэспандэнцыі. У найменшай колькасці выяўлены некралогі, каментарыі, калонкі. Цікавай знаходкай стала журналісцкае даследаванне на старонках “Культуры”.

Тэматычная палітра кожнай з газет розная, так як прааналізаваныя выданні маюць свае спецыялізацыі. Галоўныя тэмы ў газеце “Культура” – грамадства, культура, музыка, тэатр, гісторыя. Больш за ўсё матэрыялаў у “Літаратуры і мастацтве” прысвечана літаратуры, грамадству, кнігавыдавецкай справе, кіно, культуры.

Інтэрв'ю – адзін з самых распаўсюджаных жанраў у спецыялізаваных выданнях па культуры. Дыялагічнасць – асноўная яго асаблівасць. Інтэрв'ю дазваляе высветліць меркаванне пэўнай асобы (ці некалькіх асоб) па розных пытаннях. У выніку чаго аўдыторыя атрымлівае неабходную інфармацыю.

Падчас інтэрв'ю важным з'яўляецца наступнае: уменне журналіста весці дыялог і слухаць суразмоўцу, правільная пастаноўка пытанняў, інтанацыя, разгорнутасць адказаў суразмоўцы. Найбольшая колькасць класіфікацый жанра вылучаецца па форме інтэрв'ю. Інтэрв'ю мае інфармацыйную і аналітычную прыроду, што дазваляе аднесці яго да абедзвюх груп. З асноўных пераваг інтэрв'ю як жанра можна адзначыць надзённасць, грамадскую значнасць, цікавасць для многіх і змястоўнасць.

На старонках усіх нумароў прааналізаваных спецыялізаваных выданняў са студзеня па канец красавіка 2020 было вылучана 85 матэрыялаў, напісаных у жанры інтэрв'ю. Частай сітуацыяй з'яўляецца не стабільная колькасць інтэрв'ю на адзін нумар газеты. Калі ў адным нумары іх няма зусім, то ў другім можна сустрэць адразу чатыры матэрыялы, напісаныя ў гэтым жанры і размешчаныя побач.

Найбольш частая форма інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях – інтэрв'ю дыялог. Другая па папулярнасці – інтэрв'ю-партрэт, пасля яе ідуць інтэрв'ю-маналогі, калектыўныя інтэрв'ю і бліц-апытанні. Некаторых з відаў інтэрв'ю на старонках “Культуры” і “Літаратуры і мастацтва” не выяўлена.

У выніку праведзенага кантэнт-аналізу было вылучана 11 асноўных тэм інтэрв'ю. Тэматычная скіраванасць інтэрв'ю ў выданнях адрозніваецца. Галоўнымі тэмамі інтэрв'ю ў “Культуры” сталі музыка – 20%, грамадства – 14%, тэатр – 13%. У “Літаратуры і мастацтве” літаратуры прсвечана 35% інтэрв'ю, выдавецкай справе – 18%, мастацтву – 14%. Найменшая колькасць інтэрв'ю закранае тэму адукацыі, навукі і музеяў.

Пытанні ў інтэрв'ю – адзін з паказчыкаў прафесійнага майстэрства журналіста. Праз іх можна зразумець, наколькі журналіст разбіраецца ў выбранай тэме для дыялогу. Правільная пастаноўка пытанняў можа дапамагчы аўтару будучага матэрыялу пабудаваць дыялог у патрэбным яму накірунку, а ў выпадку адыхода ад тэмы, вярнуць суразмоўцу на задуманы лад. Пасля аналізу пытанняў было больш за ўсё зафіксавана удакладняючых і развіваючых пытанняў. Другое месца па ўжывальнасці займаюць пераходныя пытанні. Сустрэкаліся прыклады гіпатэтычных і выкрываючых пытанняў. Апошняя група з'яўляецца самай рэдкай, так як мэта інтэрв'ю ў прааналізаваных спецыялізаваных выданнях адрозніваецца ад мэты выкрываючых пытанняў.

Большасць пытанняў, якія выкарыстоўваюцца аўтарамі інтэрв'ю ў “Культуры” і “Літаратуры і мастацтве”, дапамагаюць раскрыць праблематыку, а не ствараць вобраз суразмоўцы.

Тэматыка газет, тып суразмоўцаў і праблематыка інтэрв'ю дазваляюць журналістам карыстацца больш вобразнай лексікай, таму аўтарам трэба карыстацца гэтай магчымасцю часцей. Любая вобразнасць падкрэслівае журналісцкае майстэрства і робіць тэкст больш прывабным для чытача.

Зыходзячы з вышэйсказанага, можна зрабіць наступныя рэкамендацыі для згаданых выданняў па прадстаўленню жанру інтэрв'ю:

1. Больш за палову інтэрв'ю апублікаваны ў выглядзе дыялогу, а г.зн., што журналістам неабходна шукаць разнастайныя падыходы да афармлення тэксту інтэрв'ю, больш часта вар'іраваць формы.

2. Сустрэкаліся тэксты, дзе пытанні, у асноўным, насілі закрыты характар, што магло дрэнна адбіцца на адказах суразмоўцы, таму да пастаноўкі пытанняў у інтэрв'ю трэба адносіцца больш пільна, выкарыстоўваючы розныя групы пытанняў.

3. Каб пазбегнуць “перагрузкі” аўдыторыі аднатыпнай інфармацыяй, можна загадзя прадумваць колькасць інтэрв'ю на адзін нумар і аддаваць больш увагі іх афармленню на палосах.

СПІС ВЫКАРЫСТАНЫХ КРЫНІЦ

1. Белановский, С.А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. – Москва, 1993. – С.226.
2. Богуславская, В.В. Проблемы современной журналистики / В. В. Богуславская // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – Москва: Фак. журн. МГУ 2019. –С. 52-53.
3. Бондарава, Е. Л. Сучасныя тэндэнцыі літаратурна-мастацкай крытыкі: тэорыя, практычны вопыт / Е. Л. Бондарава, Т. Дз.Арлова, Л. П. Саянкова і інш.; Навук. рэд. Е. Л. Бондарава. – Мінск : БДУ, 2002. – 114 с.
4. Бондарева, Е. Л. Литературно-художественная критика : основы теории : учебно-методические рекомендации по курсу: в 2 ч. Часть 2-я / Е. Л. Бондарева; БГУ, Каф.теории и практики соврем. журналистики.– Минск : БГУ, 1994. – 38 с.
5. Бондарева, Е. Л. Литературно-художественная критика: основы теории : Учеб.-метод. рекоменд. по курсу : В 2 ч. Ч. 2 / Е. Л. Бондарева; БГУ. Фак. журналистики. Каф.теории и практики современной журналистики. – Минск, 1994. – 37 с.
6. Виды литературно-художественной критики : опыт историко-теоретического обзора : сб. науч. ст. / под общ.ред. Л. П. Саенковой. – Минск : БГУ, 2005. – 138 с.
7. Время. Искусство. Критика : сб. науч. тр. Вып. 2 / под ред. Л. П. Саенковой. – Минск : БГУ, 2010. – 200 с.
8. Горчева, А. Ю. Корпоративная журналистика / А. Ю. Горчева. – Москва : Вест-Консалтинг, 2008. – С. 230.
9. Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества/ А. А. Грабельников. – Москва : Изд-во Российского ун-та дружбы народов, 2001. – С.220.
10. Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. – Москва : РИП-холдинг, 2001. – С. – 273.
11. Гуревич, С. М.Газета : Вчера, сегодня, завтра : учеб.пособие для вузов / С. М. Гуревич. – Москва : Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
12. Засурский, И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский.– Москва : Изд-во МГУ, 1999. – 271 с.
13. Зубчонак, Н. А. 3 гісторыі спецыялізаванага друку Беларусі/ Н. А. Зубчонак // Корпоративная пресса в условиях конвергенции СМИ и глобализации информационного пространства: материалы круглого стола, 16 марта 2017 г., – Минск : БГУ, 2017. – С. 41-43.

14. История русской журналистики XVIII - XIX веков : учебник для студ. гос. ун-тов и полиграфических ин-тов / под ред. А. В. Западова. – Изд. 3-е, испр. – Москва : Высшая школа, 1973. – 518 с.
15. Ким, М. Н. Жанры современной журналистики. / М. Н. Ким. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 336 с.
16. Ким, М. Н. Интервью: технология жанра / М.Н. Ким.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-zhanra-1>. – Дата доступа: 11.03.2020.
17. Кодола, Н.В. Интервью. Методика обучения. Практические советы / Н.В. Кодола. – Москва : Аспект Пресс, 2008. – С. 174.
18. Колесниченко, А.В. Настольная книга журналиста : учеб.пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Журналистика" / А. В. Колесниченко. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 400 с
19. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учеб.пособие / А. В. Колесниченко. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 192 с.
20. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик// Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.– С.138.
21. Культура мовы журналіста :[зб. навук. арт.].Вып. 3 / падрэд. М.Я. Цікоцкага, А. І. Наркевіча. – Мінск : Універсітэцкае, 1986. – 97 с.
22. Лукина, М. М. Технология интервью : учеб.пособие для студ. вузов, обуч. по напр. и спец. "Журналистика" / М. М. Лукина. – 2-е изд., доп. – Москва : Аспект Пресс, 2012.– 192 с.
23. Петрова, М.В.Интервью как средство развития языковых навыков в обучении иностранному языку студентов-журналистов: опыт “немецкой России” / М. В. Петрова // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : мат. междунар. науч.-практ. конф. – Москва: Москва, 2020. – С 41-42.
24. Пинюта, А. Ф. Корпоративные СМИ: информационное сопровождение инновационного развития производства / А. Ф. Пинюта // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: мат. 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10-11 ліст. 2016 г., Мінск. – Вып.17. – Мінск: ААТ Паліграфкамбінат імя Я. Коласа, 2016. – С. 94–96.
25. Саенкова, Л. П. Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст / Л. П. Саенкова // Веснік Беларускага дзяржаўнага універсітэта. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2009. – № 1. – С. 87–91.
26. Саянова, Н. В. Эволюция публицистики: жанровый аспект / Н. В. Саянова // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы : мат. 19-й Міжнар.

наук.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск. – Вып. 19. – Мінск : БДУ, 2017. – С. 65-67.

27. Стрельцов, Б. Метод и жанр: основы творческого мастерства журналиста / Б. Стрельцов. – Минск : БГУ, 2002. – 118 с.

28. Сыченков, В.В. Жанр разговора в эпоху А. Пушкина и Е. Боратынского (К истокам интервью-портрета) / В. В. Сыченков // Слово и мысль Е. А. Боратынского: тезисы междунар. научн. конф., посвященной 200-летию со дня рождения Е. А. Боратынского. – Казань: АБАК-УСЛУГИ, 2000. – С.77-78.

29. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб.пособие / А.А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

30. Тертычный, А.А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати / А.А.Тертычный// Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2002, № 2. – С. 54-83.

31. Тихонова, О. В. Интервью как ключевой жанр эфира Вести fm/ О. В. Тихонова, Ю. В. Ханжина // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия : мат.междунар.научн.-практ.конф.– Москва: Москва, 2020. – С. 161–163.

32. Третьяков, В. Т.Как стать знаменитым журналистом : курс лекций по теории и практике современной русской журналистики... : учеб.пособие для студ., аспирантов и препод. фак. журналистики и политологии ун-тов и вузов России / В. Т. Третьяков ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ, Моск. гос. ин-т междунар. отнош. (университет) М-ваиностр. дел РФ. – Москва :Ладомир, 2004. – 624с.

33. Тумилович, Н. В. Основы творческого мастерства : учеб.-метод. комплекс / Н. В. Тумилович. – Минск : БГУ, 2014. – 152 с.

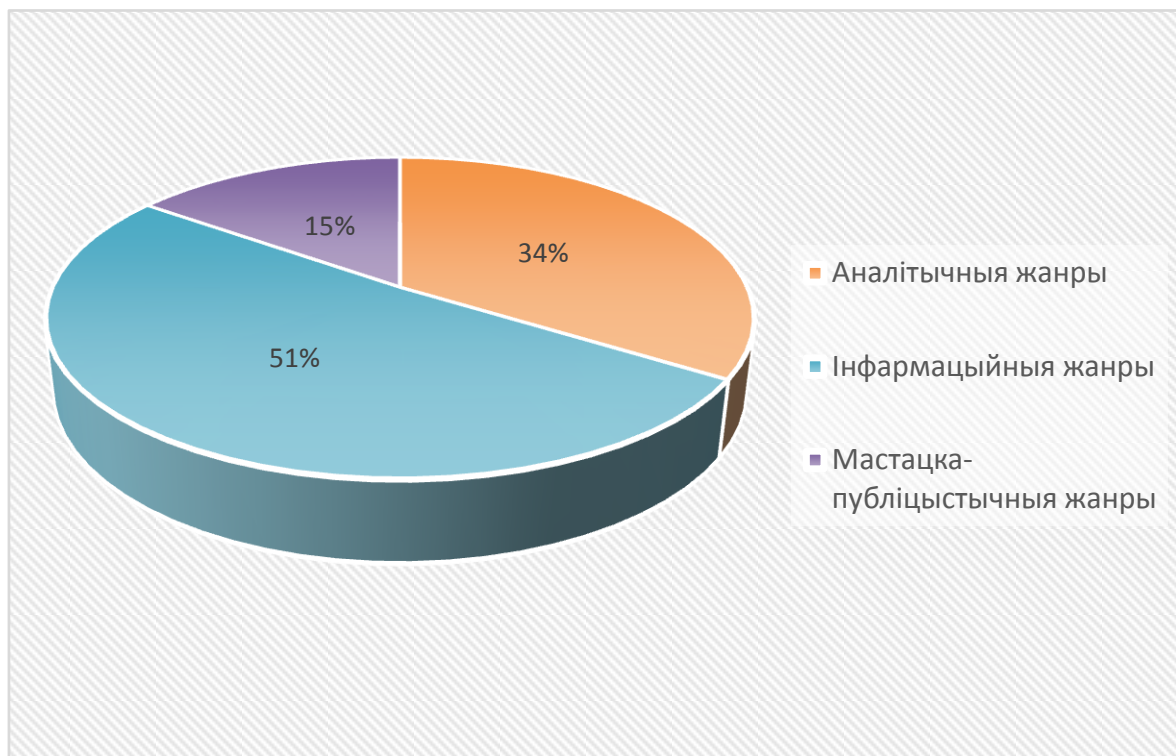
34. Шестеркина, Л. П.Методика телевизионной журналистики : учеб.пособие для студ. вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.

35. Шостак, М. И. Журналист и его произведение / М. И. Шостак. – Москва: ТОО Ген-дальф, 1998. – 96 с.

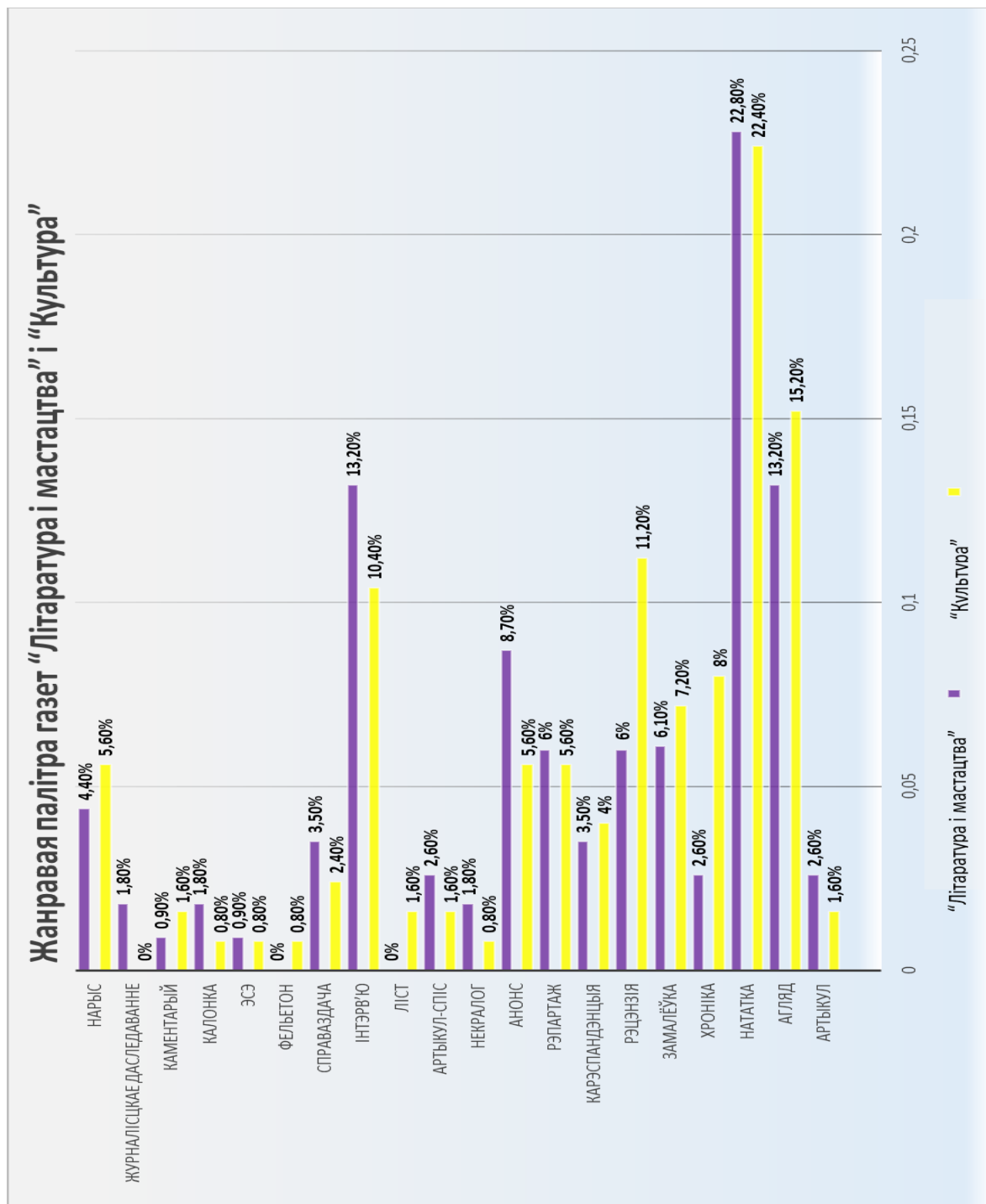
36. Щерба, Л. В. Избранные работы по языкознанию и фонетике / Л. В. Щерба; Ленингр. ордена Ленина гос. ун-т им. А. А. Жданова. – Ленинград, 1958. – 182 с.

37. Якушенко, К.В. Развитие рынка средств массовой информации в условиях глобального экономического кризиса / К. В. Якушенко. – Режим доступа: URL: <http://www.pws-conf.ru/nauchnaya/lss-2009/153-smi-mediakultura/7363-razvitie-ryinka-sredstv-m.html>. – Дата доступа: 10.03.2020.

**ГРУПЫ ЖАНРАЎ У ГАЗЕТАХ “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА” І
“КУЛЬТУРА”**



ЖАНРАВАЯ ПАЛІТРА СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫХ ВЫДАННЯЎ ПА КУЛЬТУРЫ



ТЭМАТЫЧНАЯ СКІРАВАНАСЦЬ ГАЗЕТ “ЛІТАРАТУРА І МАСТАЦТВА” І “КУЛЬТУРА”



“АДКАЗЫ ТАВ. СТАЛИНА И. В. НА ПЫТАННІ ПРЕЗІДЭНТА ПМЕРАКАНСКАГА ЮНАЙТЭД ПРЭС Х’Ю БЭЙЛІ, АТРЫМАНЫЯ 23 КАСТРЫЧНІКА 1946 ГОДА”

Политическая партия (большевиков) Белоруссия

СОВЕТСКАЯ БЕЛОРУССИЯ

ОРГАН ЦК КП(б) БЕЛОРУССИИ, СОВЕТА МИНИСТРОВ И ПРЕЗИДУМА ВЕРХНЕГО СОВЕТА БССР

№ 214 (8270)

29

октябрь

1946 г.

Цена 20 коп.

СЕГОДНЯ В ГАЗЕТЕ:

Ответ тов. СТАЛИНА И. В. на вопросы президента американского агентства Юнайтед Пресс г-на Хью Бейли, полученные 23 октября 1946 года. (1 стр.)

Предвыборное социалистическое соревнование (8 стр.)

Восстанавливается столица Белоруссии (2 стр.)

Д. Волынец. Когда Могилда получит амнистии? (3 стр.)

На сессии Генеральной Ассамблеи организации Объединенных наций. (3 стр.)

Выборы в Верховном Народном собрании Болгарии (4 стр.)

Коммунисты болгарского министерства внутренних дел (4 стр.)

Парламентские выборы во Франции (4 стр.)

На конгрессе британских трудящихся (4 стр.)

Прибытие в Прагу делегации Верховного Совета СССР (4 стр.)

Прибытие в Берлин делегации Верховного Совета СССР (4 стр.)

Раскрытие фашистской организации в Италии (4 стр.)

Знамя Совета Министров СССР — передовиком соревнования

Ответа в «Юнайтед» публиковались эти же вопросы и на территории СССР за последние годы. В октябре 1946 года, когда вступил в силу указ о создании Совета Министров СССР, указом указывалось, что Совет Министров СССР является высшим исполнительным органом государственной власти. Совет Министров СССР должен руководить всеми органами государственной власти, обеспечивая их деятельность. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР.

Знамя Советов Министров СССР — передовиком соревнования. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР. Совет Министров СССР должен обеспечивать выполнение государственных планов, указов и распоряжений Верховного Совета СССР.

Ответы тов. Сталина И. В. на вопросы президента американского агентства Юнайтед Пресс г-на Хью Бейли, полученные 23 октября 1946 года

1. Вопрос: Согласны ли вы с мнением государственного секретаря Берда, выражающим не в обличии, но радио в прошлую пятницу, об установлении напряженных связей СССР и Соединенными Штатами?

Ответ: Нет.

2. Вопрос: Если существует такое усиление напряженности, не можете ли вы указать на причину или причину такого и каковы главные средства для его устранения?

Ответ: Вопрос отвечает с точки зрения на предыдущий вопрос.

3. Вопрос: Считаете ли вы, что настоящие переговоры приведут к заключению мирных договоров, которые установят сердечные отношения между народами — бывшими союзниками в войне против фашизма, и устранят опасность развязывания войны со стороны бывших стран осей?

Ответ: Я надеюсь на это.

4. Вопрос: Каков, в противном случае, основное препятствие к установлению таких сердечных взаимоотношений между народами, которые были союзниками в мировой войне?

Ответ: Вопрос отвечает с точки зрения на предыдущий вопрос.

5. Вопрос: Каково отношение России к решению Югославии не подписывать мирного договора с Италией?

Ответ: Югославия имеет основание быть недовольной.

6. Вопрос: Что в настоящее время представляет, по Вашему мнению, наиболее серьезную угрозу миру во всем мире?

Ответ: Подписанием новой войны, прежде всего Черчилль и его клановые в Англии и США.

7. Вопрос: Если такая угроза возникнет, какие шаги должны быть предприняты народами мира для избежания новой войны?

Ответ: Нужно разрабатывать и соблюдать позитивный мир.

8. Вопрос: Вам есть ли опасения, что СССР, имея ядерный арсенал, не будет использовать его в качестве угрозы для Европы?

Ответ: Пока трудно сказать.

9. Вопрос: Думаете ли вы, что в будущем зоны оккупации в Европе будут будущим делом в области безопасности в одной или в другой из этих зон?

Ответ: Вопрос отвечает с точки зрения на предыдущий вопрос.

10. Вопрос: Считаете ли вы, что в настоящее время создание своего рода международной или европейской комиссии, по надзору за выполнением условий, которые СССР и Соединенные Штаты согласовали в отношении Европы, является необходимым для предотвращения войны?

Ответ: Да, считаю.

11. Вопрос: Уверены ли вы, что по вопросам, которые происходили эти дни в Москве в последний раз, что Германия постепенно разлагается по демократическому пути, который даст надежду на ее будущее, или мирной войне?

Ответ: Пана и не уверен в этом.

12. Вопрос: Считаете ли вы, что, как это было предложено некоторыми людьми, уровень промышленности, разрешений для Германии, должен быть связан выше определенного уровня для того, чтобы Германия была более обеспеченной?

Ответ: Да, считаю.

13. Вопрос: Что должно быть сделано, помимо существующей программы четкой держки, для предотвращения того, чтобы Германия вновь стала военной угрозой миру?

Ответ: Нужно не только использовать остатки фашизма в Германии и до конца демократизировать ее.

14. Вопрос: Считаете ли, что, разрывая германскую связь, восстановить свое производство и торговлю для того, чтобы не сбить с себя себя обеспокоен?

Ответ: Да, считаю.

15. Вопрос: Выполнили ли вы, по вашему мнению, решения Потсдамской конференции? Если нет, то что требуется для того, чтобы сделать Потсдамскую декларацию фактически исполнимой?

Ответ: Не всегда выполняются, особенно в области демократизации Германии.

16. Вопрос: Считаете ли вы, что, разрывая связь, восстановить свое производство и торговлю для того, чтобы не сбить с себя себя обеспокоен?

Ответ: Да, считаю.

МАТЭРЫЯЛЫ, ПАДРЫХТАВАНЫЯ ПРЫ ДАПАМОЗЕ МЕТАДУ ІНТЭРВ'Ю

■ Мы – молодые!

«Улыбка решает все!» – вот главное правило победительницы конкурса профессионального мастера среди проводников пассажирских вагонов Минского вагонного участка «Мисс стальных магистралей – 2019» Алены Голешовой.

Она работает на дороге немногим более года. Но и за это непродолжительное время успела проявить свои лучшие качества: трудолюбие, целеустремленность и профессионализм.

Алена родилась и выросла в Оршанском районе. Здесь немало железнодорожных предприятий. Однако о магистрали девушка поначалу не задумывалась...

— Отец очень хотел, чтобы я после окончания школы поступила в одно из учреждений образования системы МВД, связала свою жизнь с правоохранительными органами. Но вышла иначе: я выбрала другую сферу, где тоже есть красивая форма, — улыбается Алена.

В 2011 году девушка поступила в Оршанский государственный колледж железнодорожного транспорта на специальность «управление движением на железнодорожном транспорте». После окончания учебного заведения Алена осталась работать по распределению в родном колледже — трудилась лаборантом. Приняла решение поступать в вуз заочно. Выбрала ту же специальность, а документы поехала в... Смоленск.

— Там поступила в университет по итогам собеседования. Через пару недель узнала, что прошла на бюджетную форму обучения. Но радость была недолгой, — рассказывает железнодорожница. — После второго курса узнала, что университет закрывается. Нашей группе предложили два варианта: доучиться в Санкт-Петербурге и не сохранять бюд-

И форма – к лицу



жетное место или переехать в Москву, оставаясь на прежних условиях. Так я оказалась в Белокаменной. Сейчас учусь на пятом курсе Российского университета транспорта, осталось защитить диплом.

В прошлом году девушка решила попробовать себя в новом амплуа — проводника пассажирского вагона. Говорит, что несмотря на отсутствие опыта, влилась в работу быстро. Алена очень старалась и уже в первом рейсе на Адлер услышала от пассажиров слова благодарности.

Наверное, это тоже в ее характере — общительная и доброжелательная, она легко находит общий язык с любым человеком. Впрочем, Алена признает-

ся, что так было не всегда: открыть в себе этот навык ей помогли работа, постоянный контакт с людьми и опыт сцены. Новость о конкурсе «Мисс стальных магистралей» стала для Алены Голешовой неожиданностью.

— Когда мне предложили участвовать в нем, я немного засомневалась в своих силах, некомфортно чувствую себя на публике. А потом подумала, что этот опыт наверняка станет полезным. К тому же коллеги сильно меня поддержали, за что хочется искренне всех поблагодарить.

Алена рассказала, что больше всего переживала за профессиональный конкурс. Но, как выяснилось, напрасно: этот этап прошел отлично. Девушка считает себя разносторонним человеком, любит поэзию. На конкурсе даже исполнила авторский рэп. Наверное, поэтому ей больше всего запомнился именно творческий этап.

— В ходе таких мероприятий хочется показать, какая ты на самом деле. К примеру, в танце я была самой собой, настоящей и искренней, — вспоминает победительница.

Хорошие впечатления произвела и организация конкурса: все прошло на одном дыхании, быстро и четко. А еще не могу согласиться с теми, кто говорит, что главное — участие. Так или иначе, все хотят победить. А если не получилось, важно осознать, что ты выложился по максимуму, на сто процентов.

Интересно, что и до этого Алена Голешовой был опыт участия в конкурсах. В одном из них она выступала под третьим номером и также одержала победу. Теперь девушка уверена: «тройка», под которой она выходила на сцену Дворца культуры и спорта железнодорожников, стала для нее счастливым. А впереди — покорение новых высот.

Юлия МАТИЕВСКАЯ

долгие годы своим талантом и преданностью за многолетний и добросовестный труд!

Администрация, профсоюзный комитет и совет ветеранов Барановичской дистанции сигнализации и связи сердечно поздравляют ветерана предприятия

Ирену Лютянову СМОЛНЧ с 80-летием!
Также всех ветеранов предприятия, родившихся в сентябре, — с днем рождения!

**Больше радости, чем забот,
Больше отдыха, чем хлопот,
Больше солнца, чем ненастья,
И большого настоящего счастья!**
Долгих вам лет жизни, здоровья и мира в душе!

Администрация, профсоюзный комитет и совет ветеранов Борисовской дистанции пути сердечно поздравляют работников и ветеранов предприятия с юбилейными датами:

с 65-летием — **Антония Аркадьевича ШАФРАНСКОГО,**
с 55-летием — **Василия Васильевича ФЕДОРОВА,**
с 40-летием — **Андрея Владимировича СУРЮ,**
Сергея Геннадьевича ВИГИЛЕЯ
и Юрия Петровича КОРОЛЕВА,
а также всех именинников сентября — с днем рождения!

**Пусть годы ваши медленно бегут,
А сердце только в ритме счастья бьется,
Родные пусть вас ценят, берегут,
Пусть долго вам и радостно живется!**

Примите искренние пожелания благополучия, крепкого здоровья, неиссякаемой жизненной энергии, любви и тепла близких и друзей на долгие годы.

Выражаем вам глубокую признательность и благодарность за многолетний добросовестный труд в Борисовской дистанции пути.

Юлия МАТИЕВСКАЯ

сердечно поздравляют с юбилейными датами:

с 80-летием — **Светлану Павловну ПЛЮТНИЦКУЮ,**
с 70-летием — **Длину Анастасию САВИНУ,**
с 65-летием — **Ларису Петровну ВОРОНКОВСКУЮ и Валентину Николаевну ХАРАПА,**
а также всех ветеранов, родившихся в августе, — с днем рождения!

Искренне желаем вам долгого здоровья, жизненного оптимизма, хорошего настроения, счастья и благополучия! Выражаем глубокую признательность за многолетний добросовестный труд!

Руководство, профсоюзный комитет и организация ветеранов РУП «Гомельское отделение Белорусской железной дороги» поздравляют юбиляров августа:

с 85-летием — **Араксия Александровича ТАСЛЯГАНА,**
с 80-летием — **Елену Федоровну БОРТНЕСКУЮ,**
с 65-летием — **Валентину Александровну КУЛЕЦ,**
с 60-летием — **Татьяну Анастасию ЦЕЛКОВИКОВУ,**
а также всех родившихся в августе — с днем рождения!

Желаем вам мира, радости, здоровья, счастья, бодрости духа и неиссякаемой жизненной энергии!

Руководство, профсоюзный комитет и совет ветеранов Осиповичской дистанции сигнализации и связи сердечно поздравляют ветеранов предприятия

Софию Алексеевну ВЕРИШКО и Валентину Ивановну ГАЦКО с 65-летием.

От всей души желаем вам благополучия и счастья, жизненной энергии, любви родных и близких, оптимизма и крепкого здоровья на долгие годы!

Подобрать «ключ» к сердцу пассажира

«Искренняя улыбка и хорошее настроение — верный «ключ» к сердцу пассажира. Как встретишь его при посадке, так поездка и пройдет», — уверена проводник пассажирского вагона поезда Минск — Москва Алина Шнаркевич.



Железнодорожница с первых минут общения располагает к себе. Она — интересный человек и приятная собеседница. Говорит, что не ищет легких путей и не любит сидеть на месте. Такая жизненная позиция во многом повлияла на выбор Алины, который привел ее в итоге на Белорусскую железную дорогу.

Малая родина девушки — городской поселок Городея Несвижского района. Семья, к слову, потомственные медики.

— Моя мама и многие наши родственники посвятили жизнь медицине. А вот девушка по папиной линии — железнодорожник. Мне с детства нравилась форменная одежда. Когда была совсем маленькая и ездила в поездах, всегда с интересом наблюдала за работой проводников. Недалеко от нашего дома находилась железнодорожная станция. Мы с бабушкой часто смотрели на проходящие составы и считали количество вагонов... А еще в шутку размышляла: почему вчера пассажирских вагонов было больше, чем сегодня, — с улыбкой вспоминает собеседница.

После окончания одиннадцатого класса Алина по совету бабушки решила поступать в Минский государственный профессионально-технический колледж железнодорожного транспорта имени Е. П. Юшкевича. Учеба давалась легко. И вот — первый рейс. После этого девушка окончательно убеди-

лась в правильности своего выбора. — Постоянное движение и смена лиц не дают скучать. Все пассажиры — разные. К примеру, однажды в моем вагоне ехали известные актеры — Михаил Жигалов, Анатолий Журавлев и Раиса Ризанова. Все они оказались очень приятными людьми и оставили хорошие впечатления. Профессия позволила

мне приобрести навыки, которых раньше не было. Например, в школе я была довольно стеснительной, спокойной ученицей, не любила большие компании. А сейчас понимаю, как важна характер, уверенность в себе, умение общаться. Ведь все пассажиры — разные и у каждого — своя история, есть порой чему поучиться.

После окончания колледжа Алину закрепили в ту же бригаду, где она и проходила практику. Поначалу сложности немного пугали молодого специалиста, но вскоре с помощью более опытных коллег она освоила специфику работы. Старание и трудолюбие не остались незамеченными. В этом году Алина Шнаркевич приняла участие в конкурсе «Мисс стальных магистралей — 2019» и, по ее словам, конкурс стал новым импульсом к саморазвитию и совершенству.

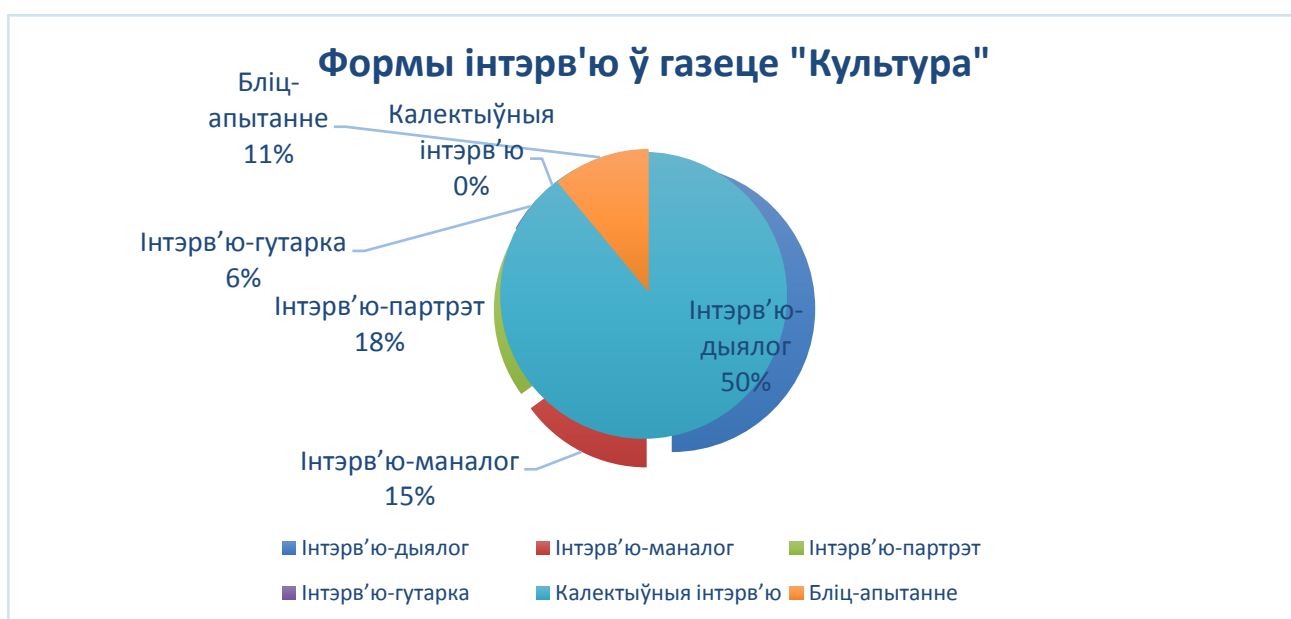
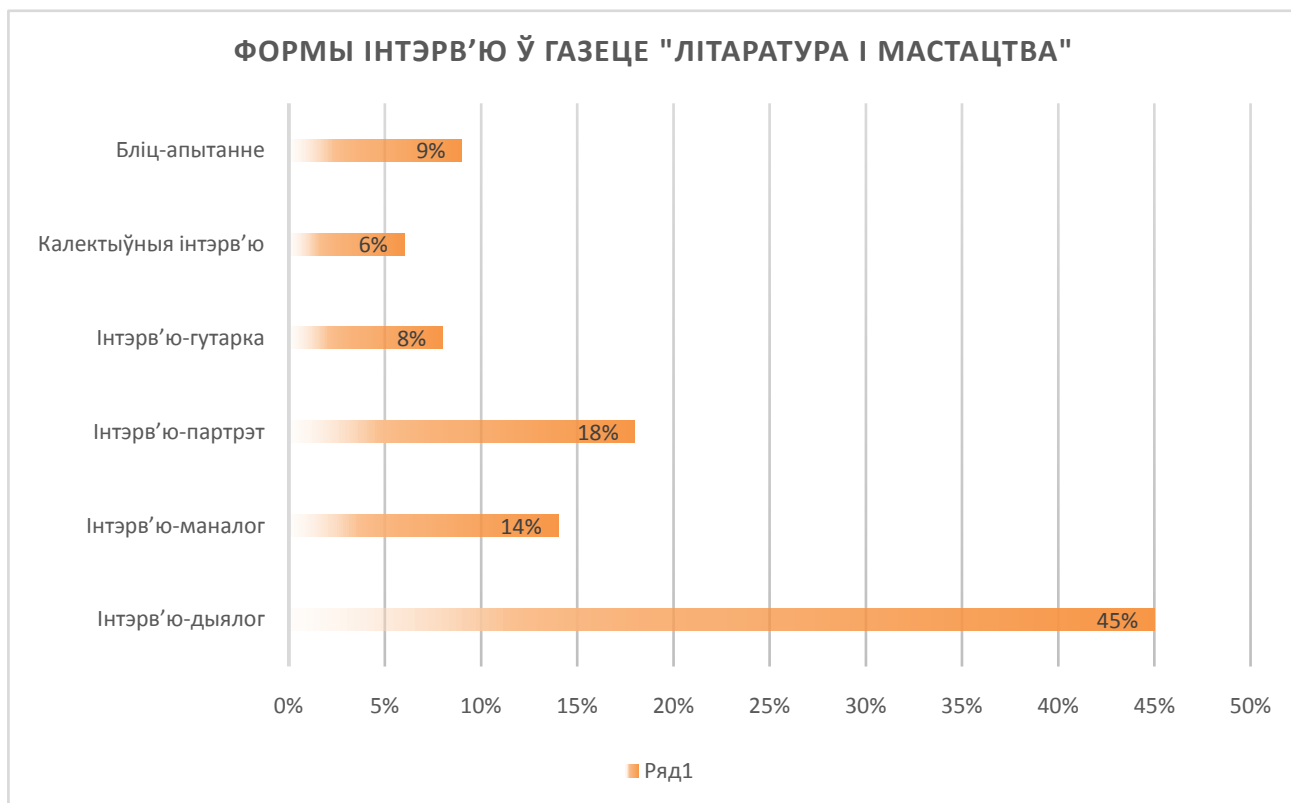
— Когда попала в число претенденток, немного растерялась. Но коллеги сразу успокоили и предложили помощь в подготовке. Приятно чувствовать поддержку коллектива и близких людей. Даже ради этого стоило выходить на сцену! К тому же мне выпала возможность получить уникальный опыт.

Самым интересным и одновременно сложным для Алины был профессиональный этап состязания. При подготовке к нему железнодорожница особо отметила дружескую атмосферу, которая сложилась между девушками: они предлагали друг другу помощь и вместе справлялись со сложностями. Алина убеждена, что конкурс помог ей раскрыться, прибавил уверенности к себе, а это, в свою очередь, положительно повлияло на профессиональную деятельность.

...Ставить перед собой цель и добиваться ее — это одно из жизненных кредо железнодорожницы. К примеру, в ближайшем будущем Алина Шнаркевич планирует получить водительские права. Серьезно готовится к экзаменам. Ответственности и трудолюбия девушки не занимать, ведь в жизни успеха добивается тот, кто не останавливается на достигнутом. А ее дорога только начинается...

Юлия МАТИЕВСКАЯ

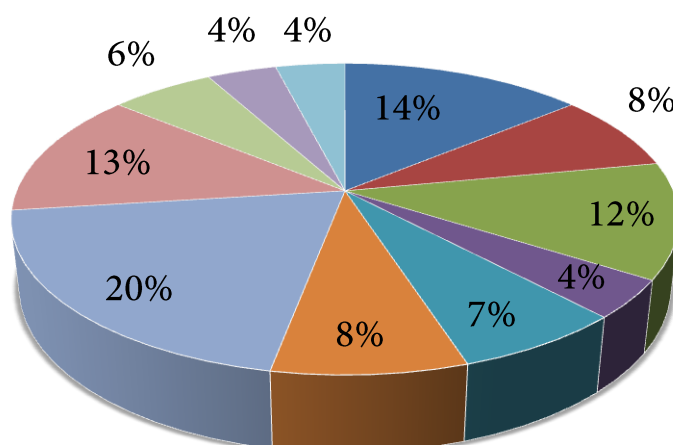
ФОРМЫ ІНТЭРВ'Ю Ў СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫХ ВЫДАННЯХ



ТЭМАТЫЧНАЯ СКІРАВАНАСЦЬ ІНТЭРВ'Ю Ў СПЕЦЫЛІЗАВАНЫХ ВЫДАННЯХ

Тэматыка інтэрв'ю ў газеце "Культура"

- | | | | |
|---------------------|-------------|------------|--------------|
| ■ Грамадства | ■ Кіно | ■ Культура | ■ Літаратура |
| ■ Выдавецкая справа | ■ Мастацтва | ■ Музыка | ■ Тэатр |
| ■ Музей | ■ Адукацыя | ■ Гісторыя | |



Тэмы інтэрв'ю ў "Літаратура і мастацтва"

