

ІНТЭРВ'Ю Ў СПЕЦЫЯЛІЗАВАННЫХ ВЫДАННЯХ ПА КУЛЬТУРЫ: ЖАНРАВЫЯ АСАБЛІВАСЦІ

Ю. А. Маціеўская

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
julia.matiewskaja@gmail.com*

У артыкуле прыводзяцца вынікі даследавання інтэрв'ю ў спецыялізаваных выданнях па культуры. Аўтар адзначае асаблівасці жанру, віды і формы інтэрв'ю ў газетах «Літаратура і мастацтва», «Культура». Тэматычны разбор усіх матэрыялаў дазваляе стварыць вобраз сучаснай прэсы, якая асвятляе пытанні мастацтва і культуры. Падрабязна раздгледжаны жанр інтэрв'ю, які сёння з'яўляецца запатрабаваным ва ўсіх СМІ. У выніку кантэнт-аналізу робяцца некаторыя рэкамендацыі па прадстаўленні жанру інтэрв'ю.

Ключавыя словы: інтэрв'ю; газета; культура; мастацтва; жанр.

INTERVIEWS IN SPECIALIZED CULTURAL PERIODICALS: GENRE FEATURES

Y. A. Matsieuskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Y. A. Matsieuskaya
(julia.matiewskaja@gmail.com)*

The article presents the results of the study of interviews in specialized cultural periodicals. The author notes the peculiarities of the genre, types and forms of interviews in the newspapers «Literature and Art», «Kultura». A thematic analysis of all materials allows you to create an image of modern print media covering issues of art and culture. The genre of interviews, which is in demand today by all mass media, is discussed in detail. As a result of the content analysis, recommendations are given on the presentation of the interview genre.

Key words: interview; newspaper; culture; art; genre.

На сучасным этапе назіраецца хуткі рост спецыялізаванай прэсы. Накірункі выданняў могуць быць разгорнуты па тэматычнай і аўдыторнай прыкметах. Вылучаюць больш за 30 асноўных тэматык такіх СМІ. Па мэтавым прызначэнні спецыялізаваныя выданні вырашаюць мноства задач: ад фарміравання каштоўнасцей да звычайнага інфармавання аб навінах той ці іншай сферы.

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.

Большасць матэрыялаў у газетах «Літаратура і мастацтва» і «Культура» адносяцца да інфармацыйнай групы жанраў. Самыя папулярныя сярод іх – нататкі, агляды, інтэрв'ю. Сустрэкаюцца рэдкія для сучаснай прэсы жанры, напрыклад, фельетон, журналісцкае расследаванне. Тэматычны спектр больш шырока прадстаўлены ў газеце «Культура». Галоўныя тэмы для абедзвюх газет – літаратура, грамадства, культура.

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 рэспандэнта, а адлюстроўвалі калектыўную думку з вуснаў чалавека, які быў часткай гэтага калектыву. Замацаванне інтэрв'ю ў савецкіх СМІ адбывалася ў два этапы: час хрушчоўскай «адлігі» і час «перабудовы».

Даследчыкі такога жанру, як інтэрв'ю, вылучаюць некалькі падыходаў да яго вывучэння. Асноўныя два – метадычны і жанравы. Першы разглядае інтэрв'ю ў якасці інструмента збору інфармацыі, другі – як метаад арганізацыі тэксту. Значнасць і распаўсюджанасць жанру інтэрв'ю садзейнічаюць з'яўленню новых навуковых падыходаў. Не менш разнастайная і класіфікацыя жанру. Часцей за ўсё, навукоўцы вылучаюць інтэрв'ю па форме. Гэты жанр 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 такіх тэкстаў можна адзначыць надзённасць, палітычную мэтанакіраванасць, грамадскую значнасць, цікавасць для многіх і змястоўнасць.

Жанр інтэрв'ю ў спецыялізаваных СМІ прадстаўлены мноствам відаў. На старонках усіх нумароў прааналізаваных спецыялізаваных выданняў са студзеня па канец красавіка 2020 г. 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. Некаторыя з іх на старонках «Літаратуры і мастацтва» і «Культуры» не выяўлены. 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.

Падчас кантэнт-аналізу інтэрв'ю ў газетах «Літаратура і мастацтва» і «Культура» намі было вылучана 11 тэм. 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 прысвечана 35 % інтэрв'ю, выдавецкай справе – 18 %, мастацтву – 14 %. Найменшая колькасць дыялагічнага жанру закранае тэму адукацыі, навукі і музеяў. Сацыяльная праблематыка інтэрв'ю раскрываецца ў тэкстах на тэму грамадства. Тэмы культуры і мастацтва адлюстраваны ў аднолькавай колькасці прааналізаваных матэрыялаў. Вызначана, што тэматычная палітра ў «Культуры» больш шырокая, чым у «Літаратуры і мастацтве».

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 прадстаўленні жанру інтэрв'ю:

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 яго формы і віды.

Сустракаліся 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.

Каб пазбегнуць «перагрузкі» аўдыторыі аднатыпнай інфармацыяй, можна загадзя прадумаць колькасць інтэрв'ю на адзін нумар і аддаваць больш увагі іх тэматычнай разнастайнасці і афармленню на палосах.