**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра периодической печати и веб-журналистики**

КРИЧЕВСКАЯ  
Виталия Алексеевна

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ЖУРНАЛЫ ПО КУЛЬТУРЕ И ИСКУССТВУ: ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
 кандидат филологических наук,  
 доцент О. М. Самусевич

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,

кандидат филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2021

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ 4](#_Toc73185748)

[РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ 5](#_Toc73185749)

[THE ABSTRACT OF DIPLOMA THESIS 6](#_Toc73185750)

[ВВЕДЕНИЕ 7](#_Toc73185751)

[ГЛАВА 1 9](#_Toc73185752)

[ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СМИ БЕЛАРУСИ 9](#_Toc73185753)

[1.1 Система СМИ Республики Беларусь 9](#_Toc73185754)

[1.2 Специализированные СМИ Беларуси: история, современное состояние и проблемы функционирования 15](#_Toc73185755)

[1.3 Теория жанров СМИ 21](#_Toc73185756)

[1.4 Методологическая основа исследования: контент-анализ и экспертное интервью 29](#_Toc73185757)

[Выводы по Главе 1: 37](#_Toc73185758)

[ГЛАВА 2 39](#_Toc73185759)

[ЖУРНАЛ «МАСТАЦТВА» КАК СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ ПО КУЛЬТУРЕ И ИСКУССТВУ: ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ 39](#_Toc73185760)

[2.1 Журнал «Мастацтва»: концептуально-исторический аспект 39](#_Toc73185761)

[2.2 Журнал «Мастацтва» в условиях смены эпох: сравнительный анализ 43](#_Toc73185762)

[2.3 Рекомендации по улучшению работы журнала «Мастацтва» 51](#_Toc73185763)

[Выводы по Главе 2: 52](#_Toc73185764)

[ГЛАВА 3 54](#_Toc73185765)

[ЖУРНАЛ «НА ЭКРАНАХ» КАК СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ О КИНО. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 54](#_Toc73185766)

[3.1 Журнал «На экранах»: исторический аспект 54](#_Toc73185767)

[3.2 Жанрово-тематическое разнообразие журнала «На экранах» в рамках трансформации концепции: сравнительный анализ 57](#_Toc73185768)

[3.3 Рекомендации по развитию и популяризации журнала «На экранах» 66](#_Toc73185769)

[Выводы по Главе 3: 68](#_Toc73185770)

[ГЛАВА 4 69](#_Toc73185771)

[ЖУРНАЛ «БЯРОЗКА» КАК МОЛОДЕЖНОЕ ИЗДАНИЕ ПО КУЛЬТУРЕ. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ 69](#_Toc73185772)

[4.1 Журнал «Бярозка»: исторический аспект 69](#_Toc73185773)

[4.2 Динамика концепции журнала «Бярозка» 70](#_Toc73185774)

[4.3 Рекомендации по развитию журнала «Бярозка» как прогрессивного издания для подростков 78](#_Toc73185775)

[Выводы по Главе 4: 80](#_Toc73185776)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 82](#_Toc73185777)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 87](#_Toc73185778)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 91](#_Toc73185779)

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца памерам у 70 старонак. Праца складаецца з уводзін, чатырох глаў, трынаццаці пунктаў, заключэння, спіса выкарыстанай літаратуры (36 выкарыстаных крыніц), 6 ілюстрацый і 31 дадатка. Табліц няма. Ключавыя словы: СПЕЦЫЯЛІЗАВАНЫЯ ЧАСОПІСЫ, КУЛЬТУРА, МАСТАЦТВА, ЧАСОПІС «НА ЭКРАНАХ», ЧАСОПІС «БЯРОЗКА», ЧАСОПІС «МАСТАЦТВА», ЖАНРЫ, ТЭМАТЫКА.

Аб'ектамдаследаванняз'яўляецца спецыфіка функцыянавання часопісаў па культуры і мастацтву з улікам сучасных рэалій.

Прадмет ––— часопісы «На экранах», «Мастацтва» і «Бярозка», а таксама матэрыялы, апублікаваныя ў іх з 1 студзеня 1995 па 1 студзеня 1996 гадоў і з 1 студзеня 2020 па 1 студзеня 2021 года ўключна.

Мэта дыпломнай працы *––—* выявіць спецыфіку функцыянавання спецыялізаваных часопісаў па культуры і мастацтву ў Беларусі.

Для дасягнення мэты былі выкананы наступныя задачы:

* абагульнены гістарычныя звесткі пра працу і асаблівасці кантэнту такіх спецыялізаваных часопісаў Беларусі, як «На экранах», «Мастацтва» і «Бярозка»;
* метадам кантэнт-аналітычнага даследавання был праведзен параўнальны аналіз змястоўнай структуры і жанрава-тэматычных асаблівасцяў часопісаў «Мастацтва», «На экранах» і «Бярозка»;
* на падставе атрыманых вынікаў былі дадзены рэкамендаціі па паляпшэннi работы даследаваных СМІ ў медыяпрасторы Беларусі.

Метады даследавання: параўнальны аналіз, кантэнт-аналіз, метад экспертнага інтэрв'ю.

Навізна даследавання адлюстроўваецца ў падрабязным вывучэнні жанрава-тэматычнай структуры спецыялізаваных выданняў і вызначэнні ўзаемасувязі паміж якаснымі характарыстыкамі і ўзроўнем папулярнасці часопісаў дадзенай катэгорыі сярод насельніцтва.

Практычная значнасць дадзенай дыпломнай працыскладаецца ў магчымасці выкарыстання высноў даследавання для змены дзейнасці рэдакцый спецыялізаваных часопісаў па культуры і мастацтву Беларусі.

Дыпломная праца выканана самастойна.

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа размером в 70 страниц. Работа состоит из введения, четырех глав, тринадцати подглав, заключения, списка использованной литературы (36 источников), 6 иллюстраций и 31 приложения. Таблиц нет.

Ключевые слова: СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ЖУРНАЛЫ, КУЛЬТУРА, ИСКУССТВО, ЖУРНАЛ «НА ЭКРАНАХ», ЖУРНАЛ «МАСТАЦТВА», ЖУРНАЛ «БЯРОЗКА», ЖАНРЫ, ТЕМАТИКА.

Объектом исследования является специфика функционирования журналов по культуре и искусству с учетом современных реалий.

Предметом ––— журналы «На экранах», «Мастацтва» и «Бярозка», а также материалы, опубликованные в них с 1 января 1995 по 1 января 1996 годов и с 1 января 2020 по 1 января 2021 года включительно.

Целью дипломной работы является выявление специфики функционирования специализированных журналов по культуре и искусству в Беларуси.

Для достижения цели были выполнены следующие задачи:

* обобщены исторические сведения про работу и особенности контента таких специализированных журналов Беларуси, как «На экранах», «Мастацтва» и «Бярозка»;
* методом контент-аналитического исследования был проведен сравнительный анализ содержательной структуры и жанрово-тематических особенностей журналов «Мастацтва», «На экранах» и «Бярозка»;
* на основе полученных результатов были даны рекомендации по улучшению работы исследованных СМИ в медиапространстве Беларуси.

Мы использовали следующие методы исследования: сравнительный анализ, контент-анализ, метод экспертного интервью.

Новизна исследования отражается в подробном изучении жанрово-тематической структуры специализированных изданий и определении взаимосвязи между качественными характеристиками и уровнем популярности журналов данной категории среди населения.

Практическая значимость данной дипломной работы состоит в возможности использования выводов исследования для изменения деятельности редакций специализированных журналов по культуре и искусству Беларуси.

Дипломная работа выполнена самостоятельно.

THE ABSTRACT OF DIPLOMA THESIS

Diploma thesis of 70 pages. The work consists of an introduction, four chapters, thirteen sub-chapters, conclusion, bibliography (36 sources), 6 illustrations and 31 appendix. Tables no.

Keywords: SPECIALIZED MAGAZINES, CULTURE, ART, MAGAZINE «NA EKRANAKH», MAGAZINE «MASTATSTVA», MAGAZINE «BYAROZKA», GENRES, THEMATICS.

The object of the research is the specifics of the functioning of magazines on culture and art, taking into account modern realities.

The subject ––— magazines «Na ekranakh», «Mastatstva» и «Byarozka», as well as materials, published in them since January 1, 1995 to January 1, 1996 and from January 1, 2020 to January 1, 2021 inclusive.

The aim of the thesis is to identify the specifics of the functioning of specialized magazines on culture and art in Belarus.

To achieve the goal we have completed the following tasks:

* we summarized historical information about the work and content features of such specialized magazines in Belarus as «Na ekranakh», «Mastatstva» and «Byarozka»;
* using the content analysis method, we conducted a comparative analysis of the content structure and genre-thematic features of the magazines «Na ekranakh», «Mastatstva» and «Byarozka»;
* give recommendations for improving the work of these media outlets in the media space of Belarus.

We used the following methods: comparative analysis, content analysis, expert interview method.

The novelty of the research is a detailed study of the genre-thematic structure of specialized publications and the determination of the relationship between the quality characteristics and level of popularity of magazines in this category among belarusians.

The practical significance of this thesis, we see the possibility of using the findings of the study to change the activities of the editorial offices of specialized journals on culture and art in Belarus.

The work has been written independently.

ВВЕДЕНИЕ

Российский математик Владимир Игоревич Арнольд в книге «Истории давние и недавние» пересказал показательный исторический факт: дочь Ярослава Мудрого, Анна Киевская, с 1051 года королева Франции, в письмах к отцу «горько жаловалась, что во дворце французского короля нет ни одной книги и никто не умеет играть ни на одном музыкальном инструменте». Сама Анна говорила на 7 языках и подписала брачный контакт с королем Анри I на 4-х: греческом, латыни, русском и французском. Король же поставил четыре креста, а за обедом бросал куски мяса своим собакам ––— вот и вся культура [36].

Данное высказывание является уместным в контексте вступления к научной работе, так как хорошо передает смысл существования культуры в обществе. Она выполняет образовательную, воспитательную, развивающую и рекреативную функции, а в историческом контексте ––— служит основой разнообразия национальностей.

Однако в Беларуси читатели предпочитают узнавать новости культуры и знакомиться с аналитикой в универсальных изданиях, особенно сетевых (dadalog.org, CityDog.by, kaktutzhit.by, 34mag.net) и др., в то время как традиционные журналы, такие как «Мастацтва», «На экранах», «Бярозка», где публикуются известные белорусские критики и искусствоведы, аудитории не интересны. Это может быть связано как с недостаточным уровнем рекламы перечисленных журналов или с невысоким уровнем их визуального качества, жанрового разнообразия, так и с негативными тенденциями в развитии общества.

**Актуальность темы** определена снижением популярности специализированных журналов по культуре и искусству среди белорусов и необходимостью поиска причин данной тенденции. Изучение жанрово-тематической структуры этих изданий направлено на выявление, связано ли содержательное наполнение журналов с небольшими тиражами.

**Цель дипломной работы** ––— выявление специфики функционирования специализированных журналов по культуре и искусству в Беларуси и разработка стратегии их развития.

Для реализации цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Определить теоретико-методологических основы исследования белорусских специализированных изданий, их историю, место в системе СМИ; типологические характеристики и жанровые предпочтения; описать методологические основы исследования;
2. Обобщить исторические сведения для раскрытия концепции журнала «Мастацтва»; провести сравнительный анализ и описать содержательную структуру издания; разработать екомендации по улучшению работы издания в медиапространстве Беларуси;
3. Изучить теоретическую базу исследования журнала «На экранах», определить жанрово-содержательные особенности издания методом контент-анализа; разработать рекомендации по продвижению издания в культурной среде Беларуси;
4. Охарактеризовать журнал «Бярозка» как молодежное издание; определить содержательные и тематические особенности и разработать рекомендации по развитию издания в интернете.

**Объект исследования ––—** специфика функционирования журналов с учетом современных реалий.

**Предмет исследования** ––— жанры и тематика белорусских журналов по культуре и искусству.

**Эмпирическую базу** исследования составили материалы журналов «На экранах», «Мастацтва» и «Бярозка», а также материалы, опубликованные в них в периоды с 1 января 1995 года по 1 января 1996 года, а также с 1 января 2020 года по 1 января 2021 года: №7 за 1995, №3 за 1996, № 4 за 2020, №7 за 2020, №1 за 2021 журнала «Мастацтва»; №11 за 1995, №11 за 1996, №4 за 2020, №7 за 2020, №1 за 2021 журнала «На экранах»; №7-8 за 1995, №7 за 1996, №4 за 2020, №7 за 2020, №1 за 2021 журнала «Бярозка».

**Теоретическую базу исследования** составили работы таких ученых, как Слука О. Г. «Беларуская журналiстыка», Дедкова Т. Ф. «Культурологическая проблематика», Сердобинцева Е. Н. «Информационные жанры в журналистских текстах», Колесниченко А. В. «Практическая журналистика», Кодола Н. В. «Интервью: Методика обучения. Практические советы», Распопова С. С. «Основы журналистской деятельности», Тертычный А. А. «Аналитическая журналистика», Ким М. Н. «Технология создания журналистского произведения», Саенкова Л. П. «Интернет-публикации о культуре, искусстве в условиях массовых потребительских предпочтений», Дмитриев Е. И. «Социология журналистики. Конспект лекций» и др.

**Методологическая основа** дипломной работы включает: сравнительный анализ, контент-анализ, метод экспертного интервью.

**Структура дипломной работы**. Дипломная работа состоит из оглавления, реферата, введения, четырех глав, заключения, списка использованных источников, 31 приложения. Объем – 78 страниц.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СМИ БЕЛАРУСИ

* 1. Система СМИ Республики Беларусь

Формирование национальной системы СМИ началось в 1991 году, после обретения Республикой Беларусь суверенности и самостоятельности. Вместе с закреплением национально-демократического движения в государстве, появления новых партий и общественных организаций закономерно начали появляться новые газеты, журналы, теле- и радиоканалы.

Три десятилетия новейшей истории СМИ можно разделить на несколько важных периодов. Профессор О. Г. Слука предлагает выделить три основных временных промежутка, имеющих свои характерные особенности в зависимости от тех или иных ключевых факторов, в том числе и исторических событий.

Первый период, связанный с возникновением демократической прессы, начинается в 1989 году, когда появляются легальные и нелегальные издания национально-демократических организаций, а также движений, молодежных объединений и политических партий. «*Новыя беларускія перыядычныя выданні насілі больш асветны і нацыянальна афарбаваны характар*, ––— пишет О. Г. Слука. ––— *Іх галоўны змест был накіраваны на вяртанне беларускіх гістарычных каштознасцей, фарміраванне нацыянальнай свядомасці праз прапаганду роднай мовы, літаратуры і мастацтва*» [18, с. 376––—377].

С течением времени эти издания перешли к анализу советской действительности, начали критиковать деятельность властей и Коммунистической партии, а после ее роспуска занялись разработкой планов по посткоммунистической организации общества, где в основе бы находились свобода и независимость. Тогда доминирующую роль в белорусском информационном пространстве занимали официальные СМИ, которые также проходили через период общественно-политической эволюции. Почти 30% официальных газет и журналов в то время являлись изданиями соответствующих советских органов власти и редакционных коллективов.

Второй этап, по мнению О. Г. Слуки, ––— этап «*ліквідацыі монапартыйнай прэсы, дэмакратызацыі і бурнага развіцця беларускіх СМІ*» [18, с. 377] ––— начался в 1991 году и продолжался вплоть до 1996 года. Ученый уточняет, что в этот период были определены политические векторы развития независимой Беларуси, изменилась типология национальных СМИ. Данный процесс соответствовал планомерной трансформации белорусской журналистики, когда из информационной подсистемы СССР она становилась самостоятельной коммуникационной сферой суверенного государства. Новое положение Беларуси сильно изменило формат работы редакций и журналистов, расширило национальный информационный горизонт.

В эти годы на первый план в системе СМИ вышли общественно-политические газеты, ставшие своеобразным каркасом белорусской республиканской прессы. В их числе стоит перечислить такие традиционные национальные газеты, как «Звязда», «Советская Белоруссия», а также областные ––— «Магілёўская праўда», «Мінская праўда», «Віцебскі рабочы», «Гродненская праўда», «Заря» (Брэст), «Гомельская праўда», часопіс «Беларуская думка» и новые издания ––— «Народная газета» (1990), «Рэспубліка» (1991) и др. «*Пры падтрымцы дзяржавы яны пераадолелі крызіс станаўлення новых палітычных адносін і разам з беларускім радыё і тэлебачаннем сталі асновай новай рэспубліканская інфармацыйная прасторы і палітычнай апорай сістэмы дэмакратычнай улады*» [18, с. 377––—378], ––— объясняет О. Г. Слука.

Необходимо также отметить, что в этот период информационное поле Беларуси становилось всё более демократичным, освобожденным от политического равнодушия: «*фактычна, яно падзялілася на дзве плыні ––— сацыялістычную і дэмакратычную*» [18, с. 379]. Значительная часть официальных изданий поддерживали социалистическое направление, однако газеты и журналы недавно созданных общественных организаций и политических объединений пропагандировали вступление в рыночные отношения, демократизацию жизни в республике. Профессор О. Г. Слука подчеркивает, что были «*створаны шматлікія новыя дэмакратычныя газеты і часопісы»* [18, с. 379].

В 1990 году начали печатать областные газеты «Магілёўскія ведамасці», «Народнае слова» в Витебске, а также «Народная трибуна» в Бресте. В 1991 году также стал выходить новый тип изданий ––— городские газеты. В качестве примера можно назвать ««Жодзінскія навіны», «Гомельские ведомости» и «Віцьбічы». Благодаря этому значительно обогатилась информационная палитра регионов. В СМИ обсуждались не только проблемы, актуальные для молодой республики, но и происходил поиск белорусской государственности, идеологических основ независимого государства. Значительную часть содержания периодики составляли полемика и критика [18, с. 379].

На этом фоне происходят радикальные перемены в работе районных изданий. Во-первых, районные газеты обретают больше самостоятельности, их учредителями становятся не только местные исполнительные комитеты, но и редакционные коллективы. Таким образом, меняется статус этих периодических изданий: газеты перестают быть органами партийных комитетов, следовательно, преобразуются политические задачи и функциональные особенности редакций.

Профессор О. Г. Слука обращает внимание на следующие детали, характеризующие районные газеты в этот период. Партийные названия большинства газет были изменены на нейтральные, географически приближенные к своим регионам и отражающие цели издания ––— «Голас Веткаўшчыны», «Голас Касцюкоўшчыны», «Голас Краснапольшчыны». Новые названия были призваны подчеркнуть смену эпох. С другой стороны, ряд районных газет в обновленных названиях высказывали надежды на приход нового времени: «Зара» (Бешанковічы), «Зара над Друццю» (Бялынічы), «Заран над Нёманам» (Масты), «Зара над Сожам» (Карма) и т. д. Часть газет превратилась в «вестники» ––— «Гарадоцкі веснік», «Драгічынскі веснік», «Івацэвіцкі веснік» и др., а часть добавила в свои названия слово «край» ––— «Край Смалявіцкі», «Лепельскі край» и др. [18, с. 380]. Наблюдалась общая тенденция деполитизации газет, редакции стремились приблизиться к своему читателю.

Параллельно с государственными органами печати стали появляться негосударственные издания, за которыми стояли новые партии и общественные объединения. Известно, что и до 1991 года различные студенческие, молодежные и др. сообщества небольшими тиражами выпускали свои газеты / бюллетени. Например, в 1988 году был создан Белорусский народный фронт, который развернул активную издательскую деятельность: появились газеты «Навіны» в Минске, «Шлях» в Барановичах и Бресте, «Атава» в Гомеле и др. Профессор О. Г. Слука подчеркивает, что в этих изданиях «*крытыкавалася пазіцыя партыйных органаў рэспублікі, якія стрымлівалі развіццё дэмакратызацыі грамадскага жыцця, падвяргалася сумненню магчымасць Камуністычнай партыі і савецкай улады вывесці краіну з крызіснага становішча <…> Так нараджалася апазіцыйная прэса ў Рэспубліцы Беларусь*» [18, с. 381].

После января 1991 года, когда прекратил свое существование СССР и Республика Беларусь обрела суверенитет, система периодических изданий Беларуси столкнулась с невозможностью обеспечить общественность точной информацией, поэтому тиражи всех газет резко уменьшились. В трудном положении оказалось и белорусское радио, где большую часть занимали российские радиостанции. Однако в 1993 году Министерство информации Республики Беларусь вместе с Союзом журналистов разрабатывает Концепцию суверенного информационного пространства Республики Беларусь, где закладываются идеи свободы СМИ как одной из основополагающих гарантий прав человека в демократическом государстве. «*Рэспубліка Беларусь заявіла аб далучэнні да «Хартыі свабоды друку» ––— асноўнага міжнароднага дакументы бесперашкоднага распаўсюджвання інфармацыі Гэты дакумент разам з Законам аб друку развіваў тэарэтычныя палажэнні практычнай дзейнасці сучасных СМІ Беларусі* [18, с. 383]», ––— пишет историк О. Г. Слука.

Третий период развития СМИ Беларуси начался после проведения Всебелорусского референдума в 1996 году. В этот временной промежуток в Беларуси дополнялась правовая база функционирования СМИ: в 1995 году были приняты Законы «О печати и других средствах массовой информации» и «Об информатизации»; в 1996 году ––— «Об авторском праве и смежных правах»; в 1997 ––— «Об рекламе». Также вышел Указ Президента Республики Беларусь «Об реагировании служебных лиц на критические выступления в государственных СМИ». Изменения в Законе обязывали СМИ освещать деятельность Президента Республики Беларусь, Верховного Совета и других органов высшей судебной и исполнительной власти, а также государственных и национальных мероприятий. В особенности перемены коснулись работы электронных СМИ, которые так полностью попадали под контроль государственных структур [18, с. 385].

Особую роль в этих процессах сыграло следствие ––— сдерживание демократической печати в Беларуси привело к тому, что в освобождаемом информационном поле стали появляться зарубежные средства массовой информации, преимущественно газеты и журналы «приходили» из России. Особенно широкую популярность в Беларуси обрели зарубежные электронные СМИ ––— речь идет о показе на ТВ передач российских телекомпаний РТР, НТБ, ГРТ, ТБС, ТБ-Центр, «Культура».

К 1996 году была создана правовая основа для новых неофициальных СМИ, которых в 1994––—1995 насчитывалось больше 150. Издания выходили в формате бюллетеней, ежедневников, ежедневных газет различных направлений (рекламных, общественно-политических, информационных) и др. Наиболее важное место среди них занимали такие издания, как «Белорусская деловая газета», «Белорусский рынок», «Имя», «Свабода». «*Неафіцыйная прэса стварала насычаную, эмацыянальна афарабаваную і сацыяльна завостраную інфармацыйную плынь*» [18, с. 390], ––— характеризует негосударственные издания того периода профессор О. Г. Слука.

В период с 1995 по 1998 в Республике Беларусь продолжался процесс трансформации и унификации газет и журналов, за указанный промежуток времени было создано и зарегистрировано более 1000 новых изданий. Конечно, не все из них смогли справиться с конкуренцией и заинтересовать читателя информационными материалами и визуальным оформлением, поэтому многие быстро прекратили свое существование.

В современной Республике Беларусь существует сложная система средств массовой информации двух общественно-политических направлений ––— это официальные СМИ, которые базируются на идеологической основе социально-регулируемой рыночной экономики, и неофициальные, определяющие свою концепцию, в основном, через либеральную идеологию.

Важно также подчеркнуть роль специализированных журналов Беларуси, которые выступают в качестве своеобразного авангарда национальной публицистики, литературы, науки и искусства. «*Услед за газетнай перыёдыкай у часопісах развіваецца беларуская культурная прастора новага сучаснага зместу, у якой адлюстроўваюцца і фарміруюцца інавацыйныя патрабаванні да грамадства і дыхоўныя інтарэсы асобнага чалавека*, ––— подчеркивает О. Г. Слука. ––— *Беларуская часопісная перыёдыка сваім зместам, вастрынёй думкі, распрацоўкай сучасных ідэй, публіцыстычнай вобразнасцю і літаратурным майстэрствам накіравана ў будычыню*» [18, с. 407].

Новым явлением в процессе интеграции белорусских СМИ стало еще и постепенное создание медиа-холдингов: в литературно-художественный холдинг объединились такие журналы, как «Полымя», «Маладосць» и газета «Літаратура і мастацтва»; интересным примером может также послужить столичное комбинированное медиа объединение «Минск-Новости», куда вошли информационное агентство «Минск-Новости» с новостным порталом minsknews.by, а также радиостанция «Столица», газеты «Минский курьер» и «Вечерний Минск» и компания «Столичное телевидение».

На первый план в информационной системе вышли наиболее тиражные общественно-политические газеты, такие как «Беларусь сегодня», «Народная газета», «Звязда» и др., а также республиканское телевидение и радиовещание. По последней опубликованной статистике, на 1 февраля 2020 года в Республике Беларусь издавались «722 газеты и 851 журнал» [33]. Абсолютное большинство изданий выходит на русском и/или белорусском языках, однако присутствует и периодика на польском, украинском, английском и немецком.

Тематика изданий включает около двадцати трех позиций, способных заинтересовать и удовлетворить информационные потребности даже требовательного читателя: есть издания, посвященные бизнесу, государству и праву, экономике, общественной жизни государства, литературно-художественной области, образованию, здравоохранению, науки и др. [33] Одними из самых влиятельных газет могут считаться «Беларусь сегодня» и «Республика», но наибольшей популярностью у аудитории пользуется «Комсомольская правда в Беларуси». На втором и третьем местах находятся, соответственно, «Беларусь сегодня» и «Республика».

Перспективным, если не ведущим для значительной части населения, каналом получения информации в Беларуси также является сеть Интернет, представленная большим количеством интернет-изданий. По состоянию на 1 мая 2021 года в Беларуси было зарегистрировано 36 сетевых изданий, из них 29 ––— негосударственных, и 7 ––— государственных [35]. Это объясняется и популярностью интернета среди населения: по статистике портала DataReportal, за 2019 год количество интернет-пользователей в Беларуси выросло на 4,5% и составило 7,03 млн. человек при 9,44 млн. человек во всей стране. То есть в настоящее время не менее 74% белорусов пользуются интернетом, на просторах которого для них работают информационные агентства, новостные порталы, сайты общественно-политических и культурных изданий, а также социальные медиа (вид массовой коммуникации посредством интернета) ––— качественно новое явление в системе СМИ Республики Беларусь, которое, тем не менее, быстро завоевывает свою площадку и аудиторию и по ряду объективных причин может составлять серьезную конкуренцию традиционным СМИ ввиду тесных коммуникаций с аудиторией и таким образом упрощенных схем получения информации, что, в свою очередь, отражается на оперативности медиа.

Таким образом, можно говорить, что за последние 30 лет система СМИ Беларуси смогла пройти значительный путь и кардинально изменить свою структуру. Начавшись, как партийная печать, белорусские СМИ были преобразованы в разветвленную сеть районных, областных и республиканских изданий, которые выходят как в традиционном и/или электронном, так и в конвергентном формате.

К сожалению, в настоящее время остро стоит вопрос об актуальности методов работы районных изданий, которые, по мнению исследователей и аудитории, активно использующей сеть Интернет, не соответствуют ожиданиям населения и поставляют слишком много новостной и официальной информации, которая не интересна читателю. Это же утверждение относится и ко многим другим изданиям, областным и республиканским, огромные тиражи которых практически в полном объеме уходят на сбыт и не реализуются в точках продаж. Вместе с этим следует позитивно отметить стремление белорусских СМИ ––— в особенности республиканского уровня ––— соответствовать тенденциям времени, развивать свои сайты и социальные сети, а также создавать для них уникальный контент, что одобряется аудиторией, которая начинает предпочитать более доступные, оперативные, визуально привлекательные и разнообразные интернет-версии газет.

В условиях конкурентной рыночной экономики важно также отметить степень окупаемости газет и журналов, которая в настоящее время сохраняет низкий уровень: многие издания существуют только за счет государственных дотаций и денег от рекламы.

1.2 Специализированные СМИ Беларуси: история, современное состояние и проблемы функционирования

Все периодические издания можно разделить не только по тематике, но и по степени глубины, с которой газета или журнал освещает выбранную область. Сегодня в науке представлены разные классификации СМИ, но в целом все издания можно разделить на *универсальные, многопрофильные и специализированные*. К универсальным СМИ относятся общественно-политические издания, примером многопрофильных могут выступать издания, которые обращаются к разным секторам общества, например, информационные порталы.

**Специализированные же средства массовой информации** ––— это периодические издания, концепция которых подразумевает публикацию материалов на конкретную (часто узкопрофильную) тематику; информация, как правило, рассчитана на определенный класс населения. Таким образом, специализированное СМИ не ориентировано на публикацию материалов универсального, общественно-политического характера.

В теории специализированные издания имеют очень много направленностей: это может быть и спортивная, и культурная, и литературно-художественная пресса, журналы для автолюбителей или охотников, деловая пресса, издания отдельных этнических групп, религиозная пресса, наконец, профессиональная периодика, направленная на удовлетворение информационных нужд бухгалтеров, банкиров, врачей, ученых, музыкантов и др. По сути, любая аудитория с узкоспециализированными интересами, обладающая определенной численностью, может создать для удовлетворения своих потребностей специализированное СМИ.

Как уже было упомянуто ранее, в системе средств массовой информации Беларуси специализированные СМИ наиболее ярко проявляются через корпоративные и профессиональные издания. Уже в начале 20 века начали появляться газеты учреждений высшего образования (например, газета «Універсітэт» для БГУ или «Вести БНТУ» для Белорусского национального технического университета соответственно), немного позже ––— банковские издания («Вестник ассоциации белорусских банков») или корпоративные издания (газета Минского тракторного завода ––— «МТЗ-обозрение»).

Ряд исследователей предлагает также классифицировать узкоспециализированную периодику как научно-популярную или литературно-художественную, что в целом не расходится с другими мнениями по этому вопросу.

С развитием сектора альтернативных негосударственных СМИ в 1990 году появилось и издание на социальную тематику ––— единственная в Беларуси газета для людей с инвалидностью «Вместе», учрежденная Белорусским обществом инвалидов. Издание целиком посвящено своей тематике, материалы направлены на информационную поддержку людей с инвалидностью, а также на углубленное раскрытие в СМИ жизни таких белорусов. Стоит отметить, что в разное время за последние 30 лет не только ОО «БелОИ» стремилось создать прессу для людей с инвалидностью. Например, у ОО «БелТИЗ» выходит звуковой журнал социальной направленности «Товарищ», ставящий перед собой примерно те же цели, что и газета «Вместе» (с уточнением на свою целевую аудиторию ––— людей с инвалидностью по зрению):

* социальная и производственная деятельность ОО «БелТИЗ», других партнерских общественных объединений;
* государственная политика в сфере прав и интеграции людей с инвалидностью по зрению;
* создание доступной среды для людей с инвалидностью по зрению;
* актуальные вопросы реабилитации и социализации незрячих и слабовидящих людей;
* духовное и творческое развитие людей с инвалидностью по зрению;
* правовые аспекты инвалидности;
* жизнь незрячих людей за рубежом;
* новинки ассистивных устройств и технологий;
* медицинская реабилитация, вопросы практической психологии;
* другие актуальные вопросы, касающиеся событий в стране и мире [27].

В настоящее время ОО «Гід па жыцці», а ранее ОО «БелАПДИиМИ» (Белорусская ассоциация помощи детям-инвалидам и молодым инвалидам) также пробовала выпускать свое специализированное издание ––— это была брошюра «Обычные люди», направленная на популяризацию образа человека с интеллектуальными нарушениями, включенного в активную общественную жизнь. В 2010-х брошюра прекратила выходить.

Однако наиболее исторически-ценными и знаковыми для системы СМИ Беларуси являются именно культурно-просветительские издания. Как пишет Р. В. Зимин в научной статье «Специализированные издания в сфере культуры: опыт классификации», ссылаясь на таких ученых, как Романов А. А. и Полонский А. В., «*специализированные издания в сфере культуры обладают богатой традицией и высокой социальной значимостью, которая определяется их духовно-нравственным потенциалом, их непосредственной нацеленностью не только на удовлетворение интеллектуальных и духовных запросов человека, но и на «выработку значимой для общества формулы социального блага*» [28].

В Беларуси культурно-просветительские издания представлены достаточно широким профилем: это и журнал «Мастацтва», направленный на освещение вопросов культуры в самом широком смысле этого слова, и журнал «На экранах», освещающий тему белорусского кино и киноискусства стран СНГ, и журнал «Бярозка» ––— подростковое издание, создающее для своей аудитории литературно-художественный и социальный контент.

В рамках более системного представления специализированной периодики по культуре и искусству в Беларуси необходимо выделить следующие «подразделения»:

* редакционно-издательское учреждение «Культура и искусство», в которых входит еженедельная культурно-образовательная газета «Культура» и упомянутый выше журнал «Мастацтва»;
* медиа-холдинг «Літаратура і мастацтва». В него входят такие издания, как газета «ЛіМ», а также несколько журналов ––— «Полымя», «Маладосць», «Нёман» и др., в них печатаются литературно-художественные произведения молодых белорусских авторов;
* издательский дом «Дом печати», частью которого сейчас является журналы «На экранах» и «Бярозка».

В систему культурно-просветительских специализированных СМИ Беларуси также входят негосударственный журнал «Дзеяслоў», активно публикующий критику и аналитические материалы; также негосударственный журнал «Arhe», который, кроме вопросов непосредственно культуры, с литературно-художественной точки зрения освещает темы политики и философии; «Краязнаўчая газета», выходящая с 2003 года и освещающая культурно-исторический аспект.

Существует также малоизвестная и малотиражная корпоративная пресса ––— например, журнал «Большой», посвященный жизни Большого театра оперы и балета Беларуси. В период с 2003 по 2008 год выходил музыкальный журнал «HOT-7», но не смог заинтересовать аудиторию и не выдержал конкуренции.

Таким образом, характеризуя специализированные СМИ по культуре и искусству в Беларуси, необходимо отметить, что они не являются самоокупаемыми, не пользуются популярностью у аудитории и нуждаются в учредителе, который будет готов на безвозмездной основе поставлять им дотации. Важно понимать, что подобные условия действуют и в отношении некоторых других специализированных СМИ Беларуси.

Однако финансирование ––— не единственная проблема, с которой сталкиваются специализированные СМИ. Определяя место этой периодики во всей системе, требуется поговорить о создании контента на культурную тематику, а точнее об особенностях освещения культуры в современных универсальных СМИ и, как следствие, о положении культуры в белорусском социуме.

Об этом подробно пишет Т. Дедкова в издании «Проблематика СМИ». Объясняя структуру культурной сферы, автор выделяет два традиционных уровня – культуру массовую (характер общения, обычаи, развлечения, предпочтения быта и т. д.) и культуру специализированную (культура отдыха, философия, театры, музеи). Также Дедкова Т. Ф. обозначает такие границы культурной сферы, как гуманитарная и художественная. К гуманитарной культуре при такой классификации относятся «*религиозная, философская, научная, художественная культуры, образование, учреждения культуры, право и политика*», а к художественной – все виды профессионального искусства и искусство народное. Сущностной частью художественной культуры является также «эстетический опыт как некое специфическое духовное поле, которое предопределяет вектор развития каждого из искусств» [7, с. 144–145].

Таким образом, в современном обществе можно выделить следующие функции культуры:

* Через категории культуры человек оценивает, осмысливает и переживает мир, сводит в единое целое все явления действительности;
* Культура выступает фактором сплочения общества, формирует национальное самосознание;
* Культура способствует возрождению традиций, видов искусств, ремесел, национальной кухни и т. д.
* В условиях глобализации культура становится главным фактором консолидации народов отдельных регионов и мира в целом [7, с. 145].

Массовая культура, по мнению автора, изначально несла демократический заряд и даже повысила уровень образованности в обществе ––— Дедкова Т. подчеркивает, что «*книга в «карманном» формате донесла до массового читателя не только детективы и любовные романы, но и произведения подлинного искусства, рассказы об истории мировой культуры, достижениях науки*» [7, с. 146]. Однако в настоящее время во всех странах мира киноманы «*смотрят одни и те же комедии и боевики, повсюду любители беллетристики читают книги японца Х. Мураками, итальянца У. Эко, бразильца П. Коэльо и т. д., миллионы любителей музыки слушают одни и те же альбомы успешных гастролеров*» [7, с. 146].

Исследователь также обращает внимание на зрелищный характер массовой культуры, который выражается, в первую очередь, через главные носители информации этой культуры ––— телевидение, кино, видеоклипы и видеодиски. «*По существу современное постиндустриальное общество стало обществом театрализованных зрелищ. Олимпиады, футбольные матчи, парады, массовки антиглобалистов приковывают к экранам миллиарды зрителей. Концерты рок-музыкантов и исполнителей «попсовой» музыки собирают сотни тысяч участников действ. <...> Все более театрализованной и зрелищной становится политическая жизнь с ее сценариями избирательных кампаний* [7, с. 147]», ––— пишет Дедкова Т.

Сейчас в связи с популяризацией массовой культуры исследователи рассматривают две главные проблемы. Во-первых, вопрос об основных направлениях развития художественной культуры, во-вторых, проблему коммерциализации в культуре. В качестве решения предлагаются три основных принципа:

1. Организация эстетизированной среды проживания современного человека (город, жилище, офис и проч.);
2. Организация неутилитарного досуга, массовых шоу и зрелищ;
3. Организация виртуальной реальности в киберпространствах электронных сетей, создание интеллектуальных игр с предельным вовлечением игрока в процесс творчества [7, с. 150].

Проблема коммерциализации культуры решению не поддается, как отмечает Дедкова Т. Ф., так как подобная тенденция пришла из США и Великобритании в форме деятельности транснациональных корпораций, которым отечественный кинематограф, периодическая печать, музыка и иные культурные отрасли не смогли противостоять ––— это одна из ведущих проблем, с последствиями которой сталкиваются специализированные СМИ по культуре в Беларуси (и не только). «*В настоящий момент в большинстве стран мира массовая культура превратилась в отрасль экономики, а производство книжно-журнально-газетной продукции, кино, музыки и шоу начало носить серийные черты и приносить отдельным монополиям огромный доход*» [7, с. 150].

Эта тенденция, пишет исследователь, является крайне негативной, так как дестабилизирует исторически сложившуюся *культурную модель* общества.

Говоря же об отражении всех перечисленных тенденций в деятельности культурных отделов СМИ, автор заостряет внимание на то, что «*современный человек, как правило, не имеет более или менее целостной системы знаний о культуре и ценностях общества. Он получает сведения о них из масс-медиа и использует в жизни и своих оценках набор переменчивых установок, диктуемых ими же*» [7, с. 158]. Таким образом, деятельность культурных отделов общественно-политических изданий (особенно республиканского масштаба) является особенно важной, так как именно из таких изданий большинство читателей «*узнает о событиях в искусстве, о проблемах развития культуры страны, края, родного города*» [7, с. 158–159]. Однако, опираясь на свои предыдущие научные исследования, мы можем утверждать, что универсальные издания в Беларуси не подходят к освещению культурной тематики углубленно: специальные культурные отделы не пишут аналитических текстов, ограничиваясь новостными заметками и интервью с известными артистами, при этом даже на информационном уровне не предоставляя поддержку молодым талантам, которые «раскручиваются» посредством социальных медиа и/или малотиражных специализированных изданий. Многие издания также активно печатают тексты в рубриках «из жизни звезд», «звезды говорят» и др., которые обычно представляют собой некачественные произведения, направленные на удовлетворение сиюминутного интереса аудитории.

Таким образом, подводит итог Дедкова Т. Ф, «*когда открываешь иную массовую газету, натыкаешься на «фактурные цветочки», подробности, не адекватно передающие содержание того, что же происходило на самом деле, встречаешься с невыявленностью жанра, бедным языком, поверхностной аргументацией*» [7, с. 165].

В это же время специализированные издания по культуре, как отмечает исследователь, имеют такие особенности журналистских материалов, как, например, «*формирование портрета интервьюируемого, который складывается из интервью с героем полосы, критико-публицистических эссе о его творчестве, больших фотоснимков*» [7, с. 159]. Спектр используемых жанров также очень широкий: это и новости, и актуальные интервью, эксклюзивные репортажи, корреспонденции, отчеты с фестивалей / премьер / гастролей / выставок, хроники, анонсы, аннотации, библиографические заметки, мини-рецензии, рецензии и т. д.

Рассуждая о взаимосвязи культуры и журналистики, Е. В. Выровцева в статье «Культура и журналистика: эволюция взаимоотношений», обращает внимание на факт того, что «*для элитарного, эстетического уровня культурных материалов в СМИ важен также интеллектуальный уровень читателя, так как образы культуры, включенные в журналистский текст, вызывают у реципиента определенные ассоциации, но этот процесс возможен только в том случае, если фоновые знания автора и реципиента более или менее совпадают*» [6, с. 39]. Таким образом, Е. В. Выровцева заявляет, что классические произведения искусства, классические образы уходят из массовой культуры, сменяясь на образы актуальные, и это вынуждает журналистов в написании текстов руководствоваться понятиями узнаваемости и скандальности заголовков и тем. В качестве примера Е. В. Выровцева приводит создателей передачи «Большая разница» (на Первом канале), которые вынуждены выбирать объекты для пародии среди явлений современной культуры.

Наталья Булацкая в книге «К вопросу об уровнях культуры» комментирует эту ситуацию следующим образом: «*В культуре есть ракурс, называемый культурным контекстом. Важно попасть в свой контекст, в свою аудиторию, ибо художественное творение, попадая в чужой контекст, может утратить, потерять смысл и значение*» [3, с. 480].

Всё это приводит к выводу, что специализированные СМИ по культуре и искусству, существующие в современном медиа-пространстве Беларуси, вынужденно испытывают большие трудности с заинтересованностью аудитории, так как их читатель увлечен западной культурой и воспитан в лучших традициях универсальных массовых газет, не предполагающих аналитического подхода к освещению культурной тематики.

1.3 Теория жанров СМИ

В современной научной литературе термин ***жанр*** трактуется как «*исторически сложившийся тип произведений (искусства, литературы, журналистского творчества), которые объединяет совокупность структурных, содержательных и стилистических свойств. Жанр никто не придумывает специально, он складывается исходя из потребностей общества*» [17, с. 3].

У каждого журналистского жанра существует своя функция: к примеру, информационная заметка в сжатой форме передает актуальную информацию, при этом в тексте не заостряется внимание на деталях и не выражается авторская позиция. В то же время главная цель репортажа ––— рассказать о каком-либо событии таким образом, чтобы читатель почувствовал себя частью происходящего, поэтому автор имеет больше свободы в выражении своих мыслей, в передаче динамики и нюансов действия.

Исследователь Сердобинцева Е. Н. также утверждает, что смысловым ядром понятия «жанр» в разных источниках выступают разные составляющие. Так, А. А. Тертычный считает, что «*жанрообразующими факторами являются «предмет отображения, цели журналистского творчества, методы отображения, роль различных жанрообразующих факторов в формировании жанров, образование жанров и «жанровые имена»* [20, с. 10]. При этом важнейшую роль станет играть цель, с которой журналист создает свой текст.

Ключевой составляющей жанра выступает композиционное строение текста ––— оно может быть линейным или фабульным. Как пишет Сердобинцева Е. Н., «*в зависимости от выбранной композиционной формы используется определенный способ изложения*» [17, с. 5]. Традиционно выделяют три типа: повествование, описание и рассуждение.

Повествованием будет являться рассказ о событиях в их хронологической последовательности. Описание ––— это перечисление качеств изображаемого предмета. Рассуждение предполагает текст, в котором изучаются предметы и явления, обнаруживаются их признаки, утверждаются и доказываются определенные тезисы [17, с. 5].

В настоящее время в журналистских текстах жанры и формы изложений активно смешиваются, Сердобинцева Е. Н. подчеркивает, что «*читатель знает, что и как он хочет узнать <…> поэтому важно соблюдать жанровые нормы*» [17, с. 5].

Таким образом, основываясь на способе отображения (фактографический, аналитический или наглядно-образный), в журналистике определяют три группы жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические. Исследователи предлагают классификации, которые в разной степени отличаются друг друга, но в качестве наиболее общего разделения можно предложить следующее:

* Информационные жанры: заметка, репортаж, интервью, отчет, письма читателей;
* Аналитические жанры: комментарий, корреспонденция, статья, обозрение, журналистское расследование и др.;
* Художественно-публицистические: рецензия, отзыв, очерк, фельетон, памфлет, пародия, эссе.

Хотелось бы отметить, что некоторые ученые относят корреспонденцию к информационным жанрам, а рецензию ––— к аналитическим. Подобные разночтения связаны с теоретическими характеристиками жанров, а также их практической реализацией и трансформацией с течением времени. В настоящее время многие жанры не только трансформируются, утрачивают первоначальные черты и обретают больше схожести с информационными, но и практически полностью исчезают из профиля изданий. На основе предыдущих научных работ могу утверждать, что для Беларуси, например, мало актуальными являются художественно-публицистические жанры: памфлеты и пародии пока мало встречаются в универсальных массовых изданиях, впрочем, и в специализированных также. Рецензия приобретает ярко выраженные черты отзыва и лишена качественной аналитической составляющей, а очерки имеют гибридную форму репортажа и интервью с редкими авторскими комментариями.

Перейдем к краткой характеристике всех перечисленных жанров и начнем с информационных.

***Заметка*** ––— это короткое оперативное сообщение о социально-значимом событии. Она выступает основным носителем информации во всех видах современных СМИ и также является одним из древнейших журналистских жанров [17, с. 6].

Сердобинцева Е. Н. объясняет, что «*отличительная особенность заметки ––— оперативность и сжатость*» [17, с. 6]. Автор уточняет, что новость должна быть доведена до сведения потребителя информации как можно быстрее, при этом форма заметки может использоваться не только для сообщения о некоем факте со строгими временными рамками, но и «*при описании определенной ситуации, к которой необходимо привлечь внимание (в Октябрьском районе опять задерживают подключение отопления) или о предстоящем событии, о котором должны знать читатели (с 11 июля начитается плановая замена котлов в районе поселков Запрудного, Прилучного и Лесного)*» [17, с. 6]. В подобных случаях, по словам автора, временной признак не выходит на первый план.

***Репортаж*** ––— это рассказ участника или очевидца событий, написанный таким образом, чтобы у читателя была возможность почувствовать себя частью происходящего. Главной жанрообразующей чертой репортажа является эффект присутствия [11, с. 49].

Основным инструментом при написании репортажа становятся использование метода наблюдения, поэтому журналисту необходимо присутствовать на месте действия, следить за развитием, определять и фиксировать ключевые моменты события. «*Репортаж читают не ради того, чтобы узнать о событии (обычно новостная информация в репортаже минимальна), а чтобы это событие пережить*» [11, с. 49], ––— уверен Колесниченко А. В.

Журналист заинтересовывает читателя описываемым событием благодаря детализации описаний, динамики в повествовании, а также эмоциональной экспрессии при оценке происходящего[17, с. 19].

Большинство исследователей выделяют 4 вида репортажа: событийный ––— оперативно отражает социально-значимое событие в хронологической последовательности; познавательный ––— раскрывает выбранную автором тему, например, рассказывает про ассортимент барахолки «Open Skaf»; проблемный ––— наравне с освещением события в текст включены элементы анализа происходящего; репортаж с экспериментом ––— чаще всего журналист примеряет некую роль (продавца / уличного музыканта / и др.) и описывает свои наблюдения, исходя из этого положения.

**Интервью**, как объясняет М. Н. Ким, ––— это «*беседа с одним или несколькими лицами, раскрывающая мнение респондентов о конкретном событии. Интервью также может быть аналитическим, тогда упор делается на показ явления, выяснение его причин*» [32].

Исследователем выделяются такие типы интервью, как интервью-диалог, интервью-монолог, портретное интервью и социологическое (в форме опроса или анкетирования).

Интервью, по результатам предыдущих исследований, является одним из самых популярных жанров на сегодняшний день. Во-первых, интервью ––— это универсальная форма, при помощи которой журналист может написать текст на любую тему, заручившись при этом экспертным мнением по выбранному вопросу. Во-вторых, при грамотной подаче за счет наличия разговора двух людей во время чтения создается ощущение динамики, что вовлекает в текст, вызывает желание дочитать до конца. К сожалению, это свойственно только интервью-диалогу или, как его принято называть, интервью-беседе, когда и журналист, и интервьюируемый выступают на равных, однако в современных печатных СМИ Беларуси из-за ограничения в символах редакторы требуют писать интервью в формате «вопрос-ответ» с минимальным участием журналиста. Это делает текст очень сухим и дежурным, но позволяет уместить на полосе больше информации непосредственно от интервьюируемого.

Н. В. Колода также утверждает, что достоинствами интервью как жанра являются «*злободневность и общественная значимость*» [10, с. 7].

**Отчет** ––— это «*развернутое информационное сообщение о событии, на котором происходит масштабный обмен информацией (конференции, заседания, симпозиумы, семинары, собрания и т.п.)*» [17, с. 52].

Исследователь Сердобинцева Е. Н. подчеркивает, что тема отчета напрямую отражает содержание мероприятия, которое освещает журналист, а целью материала является отражение выступлений участников события, их идей, положений, позиций и т. п. [17, с. 52].

В качестве наиболее распространенных видов отчета традиционно выделяются следующие: прямой информационный отчет ––— воспроизводит событие в хронологическом порядке; тематический отчет ––— при написании текста автор ориентируется на темы, и связывает части материала при помощи последовательного освещения разных тематических блоков события; аналитический отчет ––— как и в случае с репортажем, при освещении мероприятия допускаются авторские комментарии журналиста.

В настоящее время жанр отчета очень популярен в традиционных печатных СМИ, особенно это касается районных газет, которые вынуждены освещать все события райисполкома. В более прогрессивных медиа жанр используется в меньшей мере, а для описания событийных мероприятий, как правило, журналисты используют жанр репортажа.

**Письма читателей**, как пишет С. Х. Аргошокова, ––— это «*конгломерат эпистолярного и газетно публицистического стилей*» [22]. Письма размещаются в специально отведенных для них рубриках, могут складываться в полемику, но, как правило, в современных печатных СМИ выражаются в форме поздравлений или ответов на вопросы / загадки.

В блок аналитических жанров входят: комментарий, корреспонденция, статья, обозрение, журналистское расследование и др. менее известные жанры. Как пишет Н. В. Кодола, аналитическая группа жанров отличается от других показом взаимосвязей суждений, оценкой явлений и формированием выводов. При этом у аналитических текстов в центре всегда находится проблемная ситуация, которая подлежит анализу со стороны журналиста и/или экспертов [10, с. 54].

Исследователь С. С. Распопова дает следующее определение термину «проблема»: проблема (или противоречие) – «*это вопрос, который требует решения, но не сразу ему поддается. Противоречия характерны для всех социальных отношений: между новым и старым, инновационным и консервативным*» [13, с. 187].

**Комментарий** ––— это «*аналитический жанр журналистики, самостоятельное произведение, которое отображает мнение автора по какому-либо вопросу. То есть этот жанр дает оперативное и наглядное представление о событии через мировоззрение автора, его участника или очевидца*» [26]. Примечательно, что автором комментария может выступать как эксперт в какой-либо области (в таком случае это будет экспертный комментарий), так и журналист (тогда текст будет выполнен в форме авторской колонки или же авторского комментария).

В современных СМИ тексты в жанре комментария преследуют следующие цели:

* «направить внимание аудитории на важные новые факты, выходящие на первый план общественной жизни, оценить их;
* поставить комментируемое событие в связь с другими, выявить причины этого события;
* сформулировать прогноз развития комментируемого события;
* обосновать, как правило, с помощью примеров, необходимые способы поведения или решения задач» [34].

**Корреспонденция** ––— жанр журналистики на стыке аналитики и публицистики, предметом которого выступает анализ конкретной ситуации, ограниченной местом и временем. Необходимо подчеркнуть, что корреспонденция по структуре очень похожа на тексты в таких жанрах, как репортаж и отчет, однако в теории отличается от них. Корреспонденция не будет являться репортажем, так как в материале этого жанра журналист фиксирует не только свои наблюдения, но и также описывает «внешние» мнения, пытается решить проблему через совокупность различных взглядов. Корреспонденцию не стоит путать и с отчетом, потому что второй жанр передает события постфактум и в статике (как прошло заседание / собрание / симпозиум и др.), а корреспонденция, как правило, затрагивает работу предприятия / офиса / др., то есть демонстрирует событие и проблему в процессе.

**Статья,** согласно определению М. Н. Кима, ––— это «исследование совокупности ситуации для выхода на крупномасштабную проблему или тенденцию, актуальную для страны или даже для всего мира. По тематике выделяются общественно-политические статьи, теоретические (популяризация теорий или положений), проблемные (обсуждение значимых проблем, поиск выхода из кризисных ситуаций), полемические (реакция на выступление оппонентов, развенчание их точки зрения и доказывание собственной)» [32].

Исследователь Тертычный А. А. в своих научных работах также называет статью важнейшим жанром в аналитической группе. В то время как исследователь С. С. Распопова выделяет структурные особенности статьи как публицистического явления и называет в качестве предмета отображения публикации, написанной в данном жанре, «*масштабную проблемную ситуацию в процессе выработки оперативного знания*» [13, с. 195].

Тертычный А. А. отмечает, что к настоящему моменту в прессе сформировались относительно устойчивые формы статьи как жанра:

* *общеисследовательская (в материалах анализируются вопросы общезначимого масштаба);*
* *практико-аналитическая (текст обращен к актуальным практическим проблемам в различных сферах жизни государства);*
* *полемическая (становится популярной, когда в обществе возникают споры по поводу определенной проблемы)*» [19, с. 264 – 275].

Ким М. Н. также выделяет два вида вопросов, которые ставит журналист в начале статьи:

* исследовательские (определяются поиском ответов на нерешенные социально значимые вопросы);
* коммуникативные (журналист стремится передать сведения, которые узнал из других источников) [9, с. 264].

Существуют также два вида композиции статьи: риторический и логический. Ким М. Н. ссылается на римских риториков и предлагает следующую схему построения риторической композиции (акцент делается на содержательной составляющей текста): «*1) вступление; 2) изложение (постановка проблемы); 3) доказательство; 4) опровержение; 5) резюме частной темы; 6) вывод*» [9, с. 265].

**Обозрение** ––— это «*обзор типичных явлений общественной жизни по определенной тематике*», как утверждает Тертычный А. А. [32]. При этом нельзя путать обозрение с другим самостоятельным жанром ––— обзором, так как последний предполагает изучение ряда аналогичных событий / явлений / др., в то время как обозрение концентрируется на чем-то одном.

**Журналистское расследование** ––— это, по мнению исследователя Тертычного А. А., «*анализ негативного явления действительности с целью выяснить его причины, придать преступление огласке*» [32]. В настоящее время по ряду социально-политических причин, крайне редкий жанр в белорусском медиапространстве.

Группа художественно-публицистических жанров традиционно состоит из рецензии, отзыва, очерка, фельетона, памфлета, пародии и эссе. Исследователь С. С. Распопова отмечает, что очерковая журналистика – это «*группа жанров, ориентированная на удовлетворение общественной потребности в знаниях о различных моделях человеческих отношений*» [13, с. 198].

Согласно словарю, **рецензия** есть «*статья, содержащая критический анализ и оценку научного или художественного произведения, спектакля, концерта и т.п.*» [30]

Более распространенное определение, позволяющее вникнуть в суть рецензии как вида критики, дал в свое время Воровский В. В. в статье-обозрении «Ева и Джоконда». Он написал о рецензии следующее: «*Относительно нового художественного произведения мы должны выяснить, является ли оно действительно вкладом в сокровищницу человеческого духа, то есть стоит ли на должной художественной высоте, и если да, то действительно ли обогащает эту сокровищницу, то есть дает ли что-нибудь новое, или, если не новое, то в новом освещении, новой форме*» [5, с. 355].

Это определение жанра перекликается с высказыванием Саенковой-Мельницкой Л. П., что критика должна соответствовать своему первичному назначению и «воспитывать анализом», образовывать читателя и структурировать мир искусства, а не нести информацию скандального или рекламного характера [14, с. 84].

Все эти требования, предъявляемые к классической рецензии как жанру, отличают ее от отзыва ––— другой формы художественно-публицистических журналистских текстов, анализирующих произведение искусства. Если рецензия предполагает критику и объективные суждения, основанные на ряде внешних факторов, **отзыв** ––— это субъективное высказывание журналиста о произведении искусства. Как правило, этот жанр не требует глубины и может базироваться на личном мнении автора.

**Очерк** ––— по мнению исследователя С. С. Распоповой, один из самых сложных жанров в художественной публицистике, поскольку строится по законам литературного текста, и, в то же время, не утрачивает черты журналистского материала [13, с. 198].

По определению М. Н. Кима, **очерк** ––— это «*рассказ о частных фактах с использованием элементов различных жанров для общего вывода к глобальному вопросу, требующему ответа на настоящий момент. Различают художественно-выразительный (впечатления от события), художественно-публицистический (создание образа человека и трактовка его судьбы), исследовательский (рассмотрение социально-важной проблемы), путевой (описание путешествия)*» [32].

Также Ким М. Н. проводит очень важную для очерка параллель между типами композиционных форм и типами временных и причинно-следственных связей. В соответствии с этим исследователь выделяет несколько **типов очерковых структур**:

1. Хроникальное построение очерка, для которого свойственно описание жизненных событий во временной последовательности;
2. Композиция, основанная на логике причины и следствия (например, очерк-анализ);
3. Свободная форма построения, в основе которой находятся сложные ассоциативные связи и образные обобщения [2, с 267]

**Фельетон**, по определению Тертычного А. А., ––— это «*художественный текст, осмеивающий негативные общественные явления*» [32]. Разные исследователи определяют этот жанр как форму короткую или средних объемов, однако важно не путать фельетон с памфлетом, так как **памфлет** ––— это «*сатирическое произведение, не просто осмеивающее негативные явления, но и ставящее цель уничтожить противника морально*» [32]. Через эти, пусть и в меру экспрессивные, определения можно четко рассмотреть разницу между жанрами: если фельетон лишь очерчивает проблемные явления в обществе, мягко высмеивает их и в рамках одного текста может говорить о разных темах, памфлет «бьет в одну точку», концентрируясь на одной теме, нередко высмеивает определенную личность и в этом жанре журналист может позволить себе довольно резкие высказывания. В современной журналистике последнее десятилетие памфлеты практически не встречались и исследователи начали говорить о вырождении жанра в белорусском медиапространстве, однако общественный и политический кризис 2020 года привел к возрастанию популярности сатирических жанров, поэтому в настоящее время мы можем часто встречать памфлеты, например, авторов газеты «Беларусь сегодня».

**Пародия**, по определению Тертычного А. А. и вопреки расхожим мнениям, ––— это не только осмеяние, но прежде «*подражание действиям и словам различных известных людей, традициям и обычаям для создания модели явления*» [32].

**Эссе**, по мнению исследователя Е. В. Черниковой, ––— это «*рассуждения о «вечных», не теряющих актуальность проблемах с примерами из окружающей действительности*» [32]. Стоит отметить, что, как и многие другие жанры художественной-публицистики, в настоящее время эссе теряет свою актуальность, отдельные черты жанра остаются только в авторских колонках, где журналист может позволить себе поговорить об актуальной проблеме, привести пример и на основе собственных умозаключений сделать либо не сделать вывод. Для эссе в классической форме наиболее свойственен второй вариант финала, когда жанр только зарождался, считалось, что эссе ––— это журналистский «поток сознания», который может оборваться на многоточии в любой момент.

Таким образом, журналистские жанры представлены широким спектром форм и содержательных особенностей, однако, как ранее отмечали, в современных СМИ Беларуси на данном этапе развития общества наиболее востребованными становятся информационные жанры. Этот факт, в свою очередь, воздействует на трансформацию жанров из аналитической и художественно-публицистической групп: жанры вроде статьи, обзора, очерка, рецензии и некоторые другие преобразуются, становясь более информационными и утрачивая глубину проработки тематики.

1.4 Методологическая основа исследования: контент-анализ и экспертное интервью

Важной частью методологической основы научной работы стали такие методы, как контент-анализ и экспертное интервью. В совокупности применения эти способы позволяют не только определить специфику содержания изучаемого предмета исследования, но и найти обоснование, дать оценку полученных данных.

**Контент-анализ** (*дословный перевод ––— «анализ содержания»*) ––— это количественно-качественная техника по изучению содержания документов, которая направлена на объективную оценку текстов с целью исследования социальных процессов, общностей и явлений, которые эти тексты представляют [8]. Критерий полезности использования методики контент-анализа заключается в том, что позволяет определить направленность, эффективность и объективность средств массовой информации различных форматов, а также по содержанию понять, что стоит за этим содержанием.

Проведение исследования в подобном формате требует соблюдения ряда правил. Во-первых, перед проведением контент-анализа СМИ необходимо определить, в чем состоит проблема, и лишь затем проводить ее исследование ––— выполнение этого правила обеспечивается за счет определения объекта и предмета изучения, а также непосредственно проблемы и проблемной ситуации.

Объектом контент-анализа могут выступать СМИ во всех доступных на сегодняшний день форматах ––— печатные, аудиовизуальные, медиахолдинги, телеканалы, радиостанции, отдельные материалы, отдельные теле- и радиопрограммы и др. В качестве предмета исследования ученый может определить для себя: направленность СМИ (социальную и/или политическую), объективность и независимость СМИ, эффективность СМИ, место СМИ среди социальных институтов и др.

В рамках данного научного исследования предполагаемая проблема заключалась в несоответствии текстов специализированных СМИ по культуре требованиям современной журналистики. Таким образом, в качестве объекта изучения были определены некоторые специализированные журналы культурной тематики в Беларуси («Мастацтва», «Бярозка» и «На экранах»), а в качестве предмета ––— эффективность выбранных периодических изданий в занимаемой нише медиапространства.

Следующими шагами по подготовке к проведению контент-аналитического исследования должны стать *составление категориальной сетки*, где будут прописаны все необходимые для анализа пункты и критерии, а также определены **единицы анализа**. В качестве единицы анализа может выступать любая самостоятельная единица журналистского материала: слово, абзац, текст целиком, площадь, которую занимает материал на полосе / в эфире и др. Единица анализа должна сопоставляться с целью исследования автора, поэтому для данного исследования в качестве единицы были выбраны все материалы, напечатанные в определенных для изучения номерах специализированных СМИ, вне зависимости от их формата, объема и содержания.

Второе правило контент-аналитического исследования звучит следующим образом: «Для отбора единиц не могут использоваться так называемые квотные выборки (включая их разновидности: районированные, стратифицированные, многоступенчатые, послойные и т. п.) При их составлении необходимо обладать информацией о распределении каких-то признаков в генеральной совокупности. Но при контент-анализе СМИ целью как раз является выявление распределения признаков текста в каком-то масштабе. Поэтому в контент-анализе СМИ должен использоваться тип вероятностных, или случайных выборок» [8].

Случайные выборки отличаются большей степенью репрезентативности, что и необходимо для качественного контент-анализа. Однако в ходе выборки важно не забывать придерживаться определенной схемы: например, если ученый сравнивает жанрово-тематический аспект в определенном журнале за конкретный период времени, в каждом году он должен анализировать одни и те же номера издания. Это требование базируется на вариативности контента в пределах одного СМИ, так как на содержание номеров и их тематическую направленность влияют пора года, государственные и негосударственные праздники и др.

Таким образом, для обеспечения репрезентативности выборки при проведении исследования номера всех СМИ были отобраны, во-первых, в пределах одинаковых временных промежутков: за 1995—1996 годы, а также за 2020—2021 (январь). Во-вторых, методом бесповторной выборки определялись номера за разные поры года:

* для журнала «Мастацтва»: июль 1995 и март 1996, а также апрель 2020, июль 2020 и январь 2021, то есть итоговые данные исследования издания в настоящем времени составляют тематическую и содержательную картину большей части года;
* для журнала «На экранах»: ноябрь 1995, ноябрь 1996, а также апрель 2020, июль 2020 и январь 2021. Необходимо отметить, что в случае с данным изданием выборка за временной период 1995—1996 ограничивалась доступными для изучения номерами, так как большая часть старых выпусков была утеряна при переезде редакции;
* для журнала «Бярозка»: июль-август 1995, июль 1996, а также апрель 2020, июль 2020 и январь 2021, то есть по результатам исследования была составлена содержательная картина издания за большую часть года.

Так как жанрово-тематическое разнообразие изданий между собой не сравнивается, метод случайной бесповторной выборки применялся к каждому отобранному для анализа журналу в отдельности.

Третье правило контент-анализа предполагает, что «*выборка репрезентативна для всего выбранного временного интервала, но не для отдельного периода внутри этого интервала*». Иначе говоря, «*если для исследования выбраны 1500 материалов газеты с определенным интервалом внутри периода 1995–2000 годы, то результаты будут относиться по всему этому периоду, но не к октябрю 1999 года конкретно*» [8].

Проведение контент-аналитического исследования также предполагает соблюдения нескольких этапов. В случае изучения содержания СМИ их выделяют четыре ––— подготовительный, полевой, обработка информации, заключительный этап.

В первую очередь составляется программа контент-анализа: определяется предмет исследований, цели и задачи, тип исследования ––— в центре будет находиться тема («темацентричный») или проблема («проблемацентричный»); также разрабатываются гипотезы, выделяются категории анализа и рассчитывается выборка. В число основных процедур на первом этапе входит операционализация понятий контент-анализа ––— преобразование понятий в индикаторы, которые можно эмпирически зафиксировать, то есть деление категорий анализа на единицы анализа.

Данное контент-аналитическое исследование было определено как проблемацентричное, поскольку предметом изучения выступала эффективность специализированных журналов по культуре в белорусском медиапространстве. Первичная гипотеза гласила, что издания не справляются с возложенными на них функциями, обладают недостаточным жанрово-тематическим разнообразием и функционируют по устаревшей системе, которая не является жизнеспособной в современном журналистском пространстве. Следовательно, журналы нуждаются в выдаче рекомендаций и внесении изменений в формат своей деятельности.

По итогам исследования гипотеза оказалась верной не более, чем на 50%.

На стадии определения категорий анализа необходимо подчеркнуть, что существует ряд унифицированных категорий для анализа СМИ: модальность, оценка, адресант, жанр, тип общения, форма аргументации, позиция. Для белорусских СМИ добавляется также такое унифицированное понятие, как язык материала, при этом оно предполагает две позиции ––— русский и белорусский.

Категория «оценка» используется в традиционном значении и предполагает четыре варианта ответов ––— положительная, отрицательная, взвешенная и нейтральная. Категория «модальность» также имеет четыре доступных варианта ––— необходимо, возможно, желательно и нейтрально. **Категория «жанр»**, особенно важная в контексте темы данной научной работы, ––— это «*характеристика текста, отражающая социально-значимую позицию автора*» [8]. Жанр может быть информационным, аналитическим или художественно-публицистическим и в зависимости от группы иметь свои характерные особенности ––— в контент-аналитическом исследовании эта категория являлась определяющей, в то время как категории оценки и модальности были опущены при разработке категориальной сетки.

Категория «адресант» ––— это субъект мнения, автор материала, которые могут быть представлены непосредственно редакцией, информационным агентством, журналистом, политиком, читателем, экспертом и др. Категория «форма аргументации» подразумевает соотношение фактологических и эмоциональных средств аргументирования мнения. Категория «позиция» определяет интересы, которые представляет субъект мнения (автор или СМИ), а также их специфику ––— национальные, профессиональные, гражданские и/или смешанные. Категория «тип общения» определяет, каким образом СМИ взаимодействуют с аудиторией, здесь доступные такие значения, как:

* широкий демократический / авторитарный тип общения ––— предполагает направленность на максимально большую аудиторию, для чего изданием устанавливается низкая цена на единицу своего товара, есть устоявшаяся периодичность, распространение через государственные структуры, возможность подписки;
* узкий демократический / авторитарный тип общения ––— предполагает высокую цену на издание, ограниченное распространение, нерегулярный выход, использование специальной терминологии, например, профессиональной или сленга.

Следующий шаг в подготовительном этапе ––— это выделение единиц анализа и единиц счета, составление списка, в котором всем категориям и доступным вариантам ответов присваиваются порядковые числа. На сегодняшний день при проведении контент-аналитического исследования СМИ зачастую используется подход «опросника», когда текст «тестируют» по специальной анкете. Такой же тип контент-анализа был применен и для данной научной работы.

Полевой этап в контент-анализе СМИ ––— это процесс заполнения таблицы контент-анализа и последующего сопоставления содержания с категориями анализа. На этом этапе важно свести все категории в специальные индексы. Для анализа печатных СМИ предлагается следующая система:

1. «Индекс “география интересов» ––— фокусирует внимание не на месте события, а на том, интересы каких регионов, стран отражаются в материале, кто инициатор обсуждаемой темы, на каком уровне социально-политической структуры ведется обсуждение.
2. Индекс «тематический диапазон» ––— указывает, в какой сфере сосредоточены интересы, отраженные в материале, как они поданы, какое место занимают при ранжировании.
3. Индекс «структурированность» ––— показатель наличия у издания собственного лица.
4. Индекс «информативность» ––— сумма индексов география интересов, тематический диапазон.
5. Индекс «типологическая принадлежность» ––— суммарная характеристика издания с учетом результатов индексирования.
6. Индекс «монологичность ––— диалогичность» состоит из таких категорий, как жанр, язык, позиция материала.
7. Индекс «открытость ––— закрытость» определяется через категории авторская принадлежность, форма аргументации, жанр.
8. Индекс «популярность ––— качественность» ––— результат измерения категорий форма аргументации, жанровая принадлежность, позиция.
9. Индекс «информативность ––— аналитичность» показывает взаимодействие жанров и форм аргументации.
10. Индекс «информативность ––— дидактичность» характеризует степень дистанцирования СМИ и читателя.
11. Индекс «соборность ––— дистанцированность» ––— определяется через оценку, позицию, жанр и терминологию» [8].

При проведении контент-аналитического исследования специализированных СМИ для определения степени их эффективности особенно значимыми стали индексы географии и тематического диапазона, а также типологической принадлежности, монологичности ––— диалогичности и открытости ––— закрытости.

С целью упрощения анализа была также составлена подробная Программа контент-аналитического исследования жанрово-тематического профиля специализированных периодических изданий по культуре. Пояснительный текст этой программы приведен на стр. 34 дипломной работы, а категории анализа с переменными ввиду объема перенесены в раздел «Приложения» и озаглавлены как *Приложение 1*.

**Программа контент-аналитического исследования**

**жанрово-тематического профиля специализированных периодических изданий**

**Объект исследования** ––— содержание специализированных периодических изданий по культуре, распространяемых в информационном поле Республики Беларусь.

**Предмет контент-аналитического исследования** ––— тематическая дифференциация содержания специализированных журналов и её соответствие зарегистрированному формату периодического издания.

**Генеральная совокупность исследования** ––— все номера нижеперечисленных специализированных изданий, вышедших из печати в период с 1 января 1995 по 1 января 1996 ––— первая группа, а также в период с 1 января 2020 по 1 января 2021 ––— вторая группа.

Таким образом, для контент-аналитического анализа содержания журнала «Мастацтва» методом случайной бесповторной выборки были выбраны следующие номера: от 07.1995, от 03.1996, а также от 04.2020, от 07.2020 и от 01.2021.

Для контент-аналитического анализа содержания журнала «На экранах» методом случайной бесповторной выборки были выбраны следующие номера: от 11.1995, от 11.1996, а также от 04.2020, от 07.2020 и от 01.2021.

Для контент-аналитического анализа содержания журнала «Бярозка» методом случайной бесповторной выборки были выбраны следующие номера: от 07-08.1995, от 07.1996, а также от 04.2020, от 07.2020 и от 01.2021.

**Элементы генеральной совокупности контент-аналитического исследования** ––— статьи, под которыми понимаются любые публикации в журнале независимо от жанра, опубликованные в вышеназванных журналах в указанный отрезок времени (к статьям относятся в данном случае рекламные объявления и материалы, программа телепередач, астрологические и метеорологические прогнозы, фоторепортажи, киноафиша и т. п.). Минимальный объём текста материала, позволяющий квалифицировать его как статью, не устанавливается. Если статья состоит из нескольких частей, которые печатаются на разных полосах, либо в нескольких номерах журнала, её следует рассматривать как один материал.

**Популяция выборки** ––— все без изъятий материалы, опубликованные в анализируемых изданиях в рассматриваемый период, которые квалифицируются как «статья».

**Единица анализа** ––— отдельная статья.

**Единица счёта** ––— каждый материал, включённый в популяцию выборки (частота появления).

**Тип выборки** ––— случайная многоступенчатая систематическая выборка.

На первом этапе путём сплошного отбора выделяются все номера журнала за указанный период. На втором этапе, если журнал ежемесячный, из 12 номеров, которые могли выйти за рассматриваемый период путём случайного бесповторного отбора выбираются 3. При этом цель выборки ––— дать репрезентацию всего года, чтобы при анализе учесть отличия в объеме, тематике, структуре, функциональности номера и др.

**Класс контент-аналитического исследования** ––— фронтальный контент-анализ.

**Смысловая единица контент-анализа** ––— тема, выраженная в целостных текстах статьях.

**Систематическая ошибка контент-анализа** ––— ошибка, возникающая при определении смысловых единиц контент-анализа. Рассчитывается по формуле:

а

СО = ––—––—––— \* 100 %, где

А

СО – систематическая ошибка;

а – количество статей, тема которых на определена;

А – общее количество статей в выборке.

**Проблемная ситуация контент-аналитического исследования (предметная)** ––— существенная часть статей в общественно-политических газетах слабо или совсем не соответствует их регистрационному формату по тематике и содержанию.

**Цель исследования** ––— точно определить тематический профиль каждой из рассматриваемых газет в соответствии с их реальным содержанием.

**Экспертное интервью** ––— это метод качественного исследования, одна из разновидностей глубинного интервью, беседа по определенной теме с компетентным специалистом отрасли, который выступает в роли эксперта, и интервьюером, выступающим также в роли модератора [24]. Можно утверждать, что данный тип интервью является глубинным изучением профессионального мнения по какой-либо проблеме. При проведении экспертного интервью советуют осуществлять аудио- и видеозапись (с разрешения интервьюируемого), а также протоколировать ответы, после чего полученную информацию можно будет проанализировать «*по схожести прогнозов в развитии ситуации, оптимальным решениям обозначенных проблем*» [24].

Респондентами для экспертного интервью обычно выступают:

1. «ученые;
2. руководители компаний;
3. журналисты;
4. узкие специалисты-практики;
5. сотрудники научно-исследовательских организаций;
6. представители властей;
7. сотрудник экспертных или консалтинговых организаций» [21].

Однако, как и любой метод для проведения исследований, экспертное интервью имеет ряд преимуществ и недостатков.

К преимуществам методики можно отнести:

* «Возможность получить по всем вопросам развернутые ответы;
* Эксперт предоставляет наиболее актуальную информацию по проблеме;
* Интервьюер может понять подход и сам способ мышления участников сегмента рынка;
* Полученная информация позволяет делать прогнозы, даже при отсутствии нужного объема статистической информации» [21].

По мнению некоторых исследователей, информация, полученная во время проведения экспертного интервью, также является гарантированной и не нуждается в дополнительных проверках [21]. Однако ряд других специалистов считает, что данные, даже если они получены от эксперта, за счет своей новизны и отсутствия подтверждения статистикой могут не быть гарантированно достоверными [25].

Таким образом, к минусам методики можно отнести следующие:

* «сложности с поиском отраслевого специалиста;
* получение субъективной оценки эксперта;
* отсутствие гарантий достоверности полученной информации;
* возможно получение неполной информации;
* неспособность эксперта четко формулировать мысли, что приводит к искажению информации» [25].

Чтобы подготовиться к проведению экспертного интервью, необходимо собрать как можно больше уже имеющейся информации по проблеме, которой будет посвящена беседа. Это необходимо, чтобы во время интервью суметь выступить в роли компетентного собеседника.

Рекомендуется также проработать следующие этапы подготовки:

1. **Установить цели и задачи**. Необходимо определить суть проблемы, определить список вопросов, проработать их формулировку, а также определить, что для исследования даст полученная информация.
2. **Разработать сценарий**. Для выполнения этого этапа требуется определить формат интервью (будет это беседа один на один или же групповая дискуссия), подготовить необходимые материалы для проведения беседы и проанализировать факторы, которые могут повлиять на мнение и ответы эксперта.
3. **Продумать организационные вопросы**. Найти эксперта(ов) для интервью, выбрать время и место, решить все сопутствующие задачи, связанные со сбором и обработкой информации [25].

В рамках проведения исследования для данной научной работы мы столкнулись с нехваткой теоретической информации по истории и развитию специализированных СМИ ––— это была первая причина, побудившая выбрать этот метод исследования. Также во время проведения экспертных интервью нами была собрана и систематизирована информация по современному положению, концепции, особенностям работы редакционных коллективов и работы с аудиторией некоторых специализированных изданий по культуре Беларуси («Мастацтва», «Бярозка», «На экранах»).

Выводы по Главе 1:

1. Современная система СМИ Беларуси широко представлена общественно-политическими изданиями разных географических фокусов ––— от республиканских до районных. Особое место в системе занимают информационные агентства, не только предоставляющие актуальную информацию журналистам, но и собирающие собственную аудиторию, заинтересованную в получении информации в емкой форме.
2. Специализированные СМИ ––— это узкопрофильные издания по различным направлениям. В Беларуси представлена спортивная специализированная пресса, социальная (преимущественно для людей с инвалидностью), корпоративная (газеты организаций и ВУЗов), финансово-экономическая, культурная и др. Однако исследователи отмечают, что благодаря универсальным СМИ освещение культуры приобретает массовый характер, что негативно сказывается на популярности журналов и газет по культуре и искусству.
3. Теорию жанров можно разделить на три группы: информационные (заметка, репортаж, интервью, письма читателей и др.), аналитические (статья, корреспонденция, отчет, журналистское расследование и др.) и художественно-публицистические (очерк, фельетон, памфлет и др.) В системе СМИ Беларуси наибольшее распространение получили информационные жанры, в то же время наблюдается трансформация аналитических и художественно-публицистических жанров, которые утрачивают глубину проработки тематики и становятся более информационными.
4. В качестве методологической основы были выбраны контент-аналитическое исследование и экспертное интервью. Первый метод позволяет дать объективную оценку жанрово-тематическому разнообразию изданий, определить особенности их концепции. В свою очередь, экспертное интервью позволяет получить комментарий профессионала в сфере, которая исследуется в рамках научной работы.

ГЛАВА 2

ЖУРНАЛ «МАСТАЦТВА» КАК СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ ПО КУЛЬТУРЕ И ИСКУССТВУ:  
ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

2.1 Журнал «Мастацтва»: концептуально-исторический аспект

«Мастацтва» ––— это ежемесячный общественно-политический и научно-популярный иллюстрированный журнал, освещающий вопросы белорусского искусства. Выдается с января 1983 года в Минске, до 1991 выходил также под названием «Мастацтва Беларусі».

Изначально журнал являлся органом Министерства культуры БССР, Государственного комитета по кинематографии, Союза художников, Союза композиторов, Союза кинематографистов и Белорусского театрального объединения. С 2002 года издание стало частью редакционно-издательского учреждения «Культура и искусство», куда, кроме прочего, вошла газета «Культура».

Вячеслав Войткевич, редактор отдела эстетики журнала «Мастацтва», к 20-летнему юбилею издания 2003 году в «Литературной газете» описал его концепцию следующей «блоковской цитатой» ––— «Безличное ––— вочеловечить…» [4] В статье Вячеслав Войткевич обращает внимание, что журнал с самого начала позиционировал себя как искусствоведческий и критический, однако вскоре из-за «вихрей разного рода перестроек» был вынужден перенастроить свое звучание.

«*К чести редакционного коллектива журнала, он видел и предвидел, что важнейшей составляющей в его работе призвано стать вочеловечение безличного. Коллектив осознавал, что отражение явлений и процессов искусства, истории художественной деятельности, взаимодействия культур наиболее значимо и плодотворно в живом присутствии людей и их творчества. Таким образом безличному возвращалось личное* [4]*»*, ––— пишет редактор отдела эстетики. В тот временной период, по мнению Вячеслава Войткевича, редакция журнала «Мастацтва» видела свою задачу в отстаивании высокой культуры перед лицом массовой, поэтому в юбилейный год на фоне изменений в работе издания провозгласила НЭП ––— новую эстетическую политику.

В этом же номере «Литературной газеты» Вадим Салеев, на тот момент главный редактор журнала «Мастацтва», в статье «Мастацтву 20 лет» приводит характеристики прежнего руководства издания. Например, первого главного редактора Михаила Федоровича Романюка автор описывает как «одержимого идеей», подразумевая изучение белорусского национального костюма, подчеркивает, что Романюк М. Ф. «горячо, до самопожертвования любил белорусское искусство» [16].

Новым главным редактором журнала стал Евгений Михайлович Сахута ––— доктор искусствоведения, специалист по народному искусству. Вадим Салеев пишет, что, все 80-е годы «*прошли в приумножении того, что можно назвать корневой системой национальной культуры*» [16]. Подчеркивается, что благодаря возникновению и активной работе журналистов «Мастацтва», начал расти уровень аналитики, осмысления искусства в Беларуси.

На смену Сахуте Е. М. пришел белорусский драматург Алексей Дударев. Его руководство, по мнению Вадима Салеева, увеличило интерес к журналу, подняло число «его сторонников» [16]. В этот период осмыслению подвергались судьбы многих деятелей белорусской культуры в сталинскую эпоху, заслуги отдельных художников, которые ранее получили негативную идеологически-эстетическую оценку, творчество представителей белорусской эмиграции и др. Тем не менее к концу 90-х годов стало очевидно, что свобода журналистского творчества имеет и негативные последствия.

«*Как верно отметил в своих ответах на анкету журнала “Мастацтва”, распространенную среди белорусских деятелей культуры и искусства накануне 20-летия издания, председатель Белорусского союза художников Владимир Басалыга, “резко снизились требования художников к самим себе. Не обошла такая проблема и журнал “Мастацтва”. Появились сверхвысокие оценки выявления профессиональности ––— “гениальный”, “талант от бога...” ––— в выступлениях на выставках, в критике, в статьях, особенно посвященных юбилярам. И это отрицательно сказалось на творческом процессе [16]»*, ––— описывает Вадим Салеев. Таким образом, из-за совокупности с внешними глобальными факторами в сферах экономике и социальной жизни белорусского общества в 2002 году журнал буквально оказался «на грани смерти»: не выходил 8 месяцев и сохранил за собой только 337 подписчиков. [16]

Но в этот переломный для издания период белорусская художественная общественность «*осознала, что не имеет права остаться без единственного журнала, профессионально представляющего национальную культуру и искусство*» [16]. По словам Вадима Салеева, именно это помогло «Мастацтву» возродиться. Таким образом, к 20-летнему юбилею журнал изменил концепцию: больше внимания стало уделяться анализу явлений в национальной художественной культуре, оценке истории отечественного искусство, размышлениям о связи с далекими культурами и др. «*Одновременно журнал осуществляет и просветительскую функцию: значительное место в нем занимают материалы по эстетическому воспитанию молодежи и художественному образованию ––— с тем, чтобы журналом мог пользоваться и простой учитель, ведь другого иллюстрированного издания в стране просто нет...* [16]» ––— подчеркивает Вадим Салеев.

Некоторое внимание следует уделить и стилистическим чертам издания. Например, со сменой эпох не изменилась одна из характерных особенностей ––— обложка, на которой традиционно продолжают размещаться произведения искусства белорусских авторов. Вместе с тем, после «перезапуска» в 2000-х годах ощутимо поменялась верста издания: хотя объем текстов остался прежним, подача материалов стала гораздо более выразительной: на полосах появилось больше «воздуха», иллюстраций и иллюстративных разворотов.

В настоящее время должность главного редактора журнала «Мастацтва» занимает Коваленко Елена Андреевна. Она рассказывает, что Михаил Романюк презентовал издание Министерству культуры как «*журнал для молодых художников, для молодых театралов*» [Приложение 29]. Команда, которая была создана на момент запуска издания, проработала очень долго. В этот период «Мастацтва» уже был поделен на отделы: изобразительного искусства, театра, эстетики, народного творчества, музыки и др. Примечательно, что, когда из издания уходил редактор, ответственный за отдел, прекращали существовать и сами отделы. Например, такая ситуация произошла с отделом эстетики.

«*Наша концепция остается неизменной: «Мастацтва» ––— это журнал об истории, теории и практике искусства, единственный в Беларуси с такой тематикой и уровнем журналистских произведений*», ––— объясняет Елена Андреевна. ––— *Наши тексты менее искусствоведческие, это в меньшей степени арт-журналистика*» [Приложение 29]. По словам главного редактора, даже интервью, которые встречаются на страницах издания, ––— это не детали биографии интервьюируемого, а глубокие разговоры про искусство. «*И всё равно, когда мы обсуждаем, каким хотим видеть наш журнал, мои редакторы говорят мне, что, по сравнению с некоторыми специализированными изданиями в России или Польше, «Мастацтву» всё равно не хватает аналитики*, ––— признается Елена Андреевна. ––— *Но мне кажется, что на белорусском рынке равных нам по профессионализму нет*» [Приложение 29].

Журнал «Мастацтва» пишет для широкой возрастной аудитории ––— от 16+ до взрослых людей, но одновременно с этим ориентируется на профессиональную аудиторию: режиссеров, композиторов, концептуальных художников и др. Обоснование такого выбора делает главный редактор: «*Мы хотим, чтобы они читали анализ своего творчества и им это помогало в работе*» [Приложение 29].

Размышляя об аудитории журнала, Елена Андреевна подчеркивает, что «Мастацтва» всегда позиционировалось как элитарное издание, поэтому в настоящее время редакция не может позволить себе «*понизить планку, чтобы завоевать сердца людей, которые никогда не слышали про Марка Шагала*». «*Я утрирую сейчас, но всё же мы не можем заигрывать со своими читателями, не использовать специальную лексику и терминологию*» [Приложение 29], ––— утверждает главный редактор.

Журнал ведет страницу в социальной сети Facebook, где, по словам редактора, может позволить себе «*чуть больше игривости*», однако это единственная уступка, на которую готова пойти редакция. «*Понятно, что такое издание никогда не будет иметь бешеные тиражи, но нам и не нужно, так как для комфортного существования достаточно и 2 тыс. экземпляров на номер*, ––— рассуждает Елена Андреевна. ––— *Нам нельзя опускаться «до», нам нужно поднимать людей «к*»» [Приложение 29].

Тем не менее некоторые исследователи утверждают, что в 2010-х годах был запущен процесс постепенного снижения уровня элитарности, вследствие чего издание становилось более массовым. По мнению ученой П. А. Питкевич, которое она высказывает в статье «Эволюция визуальности в журнале «Мастацтва» 2010-х годов», это выразилось и в попытках развиваться в социальной сети Facebook, и в ряде акций и мастер-классов, когда редакция журнала активно взаимодействовала с потенциальной аудиторией.

«*Ориентация на широкую аудиторию, подражание массмедиа привели к трансформации визуального стиля и содержания «Мастацтва». Это можно увидеть на примере изменения его рубрикации* [12]», ––— утверждает исследователь. Из статьи следует, что после 2015 года из журнала исчезает строгая рубрикация, и каждый содержательный раздел начинает многократно переосмысляться, что отражается на качестве публикуемого контента. Среди аналитических текстов начинают появляться информационные подборки, на подложки помещаются арт-дайджесты мировых событий культуры, объем рецензий сокращается до 2000 знаков, что, в свою очередь, отражается на качестве анализа.

Описание концепции издания «Мастацтва» будет неполным без упоминания специальных номеров ––— так называемой «фишки» журнала. Елена Андреевна рассказывает о выпусках в партнерстве с руководителями белорусских регионов, о «международных» номерах, которые выходили, в том числе, на нескольких языках. Например, в 2018 году в сотрудничестве с Польшей был выпущен номер одновременно на французском и белорусском языках. «*Была проделана огромная работа*, ––— вспоминает главный редактор. ––— *Но в тот момент я поняла, что если мы сделали это, то сможем сделать всё*» [Приложение 29]. Другим показательным примером специального номера может стать выпуск за февраль 2020 года, вышедший в сотрудничестве с компанией А1 и посвященный 100-летию витебского авангарда. По словам Елены Андреевны, в рамках выпуска этого номера также была проделана фантастическая работа, так как в ходе верстки дизайнер полностью изменила макет и подобрала коллекцию специальных шрифтов.

Почти с самого начала существования издания выходили также специальные региональные выпуски, раскрывающие уникальную культуру районов Беларуси, — один из первых таких номеров вышел еще в 1985 году и был посвящен Ивановскому району Брестской области. Галина Богданова в статье «У пошуках архетыпу (з вопыту выпуску рэгіянальных нумароў часопіса "Мастацтва" (да 1992 года ––— «Мастацтва Беларусі»)» подчеркивает, что в этом номере были представлены различные виды народных ремесел. Даже сопровождающий визуальный контент позволял сделать определенные выводы об особенностях культуры данного региона.

«*Вобраз рэгіёнаў у часопісах успрымаецца найперш праз гістарычныя помнікі, вобразы якіх зафіксаваныя на вокладках, праз творы мастакоў, тэатральныя пастаноўкі. У стварэнні нумароў прымаюць удзел як работнікі рэдакцыі, так і мясцовыя журналісты*», ––— отмечает исследователь [31].

Отвечая на вопрос о востребованности специализированных СМИ по культуре ––— в частности, журнала «Мастацтва» ––— Елена Андреевна обращает внимание, что сейчас у молодых людей есть потребность в таких изданиях. «*Я вижу этот интерес хотя бы через деятельность интернет-журнала dadalog, который ведут молодые энтузиасты. И если люди сами для себя создают такой контент, значит, им это интересно. А по количеству «лайков» я вижу, что есть и соответствующая аудитория, готовая информацию такого рода потреблять*» [Приложение 29], ––— считает главный редактор.

По словам Елены Андреевны, у журнала «Мастацтва» действительно существуют проблемы с эффективным продвижением в социальных сетях, однако в настоящий момент развитие издания в этой сфере напрямую зависит от тиража и финансирования, так как для создания веб-портала требуются значительные денежные средства.

2.2 Журнал «Мастацтва» в условиях смены эпох: сравнительный анализ

Сравнительный анализ был проведен на основе данных номеров журнала «Мастацтва» за разные временные периоды. Все перечисленные далее цифры взяты из сводных таблиц, где данные по каждому отдельному номеру представлены в совокупности. Сводная таблица в процентах за период 1995—1996 помещена в *Приложение 8*, а сводная таблица в процентах за период 2020—2021 ––— в *Приложение 10*. В *Приложении 7* и *Приложении 9* соответственно можно также ознакомиться со сводными таблицами в числах.

Первое, на чем хотелось бы заострить внимание, ––— это изменение общего объема полос и существенное сокращение тиража издания. Например, 7 номер в 1995 году вышел тиражом 1130 экземпляров на 84 цветных полосах, а в 2020 году 7 номер вышел тиражом 515 экземпляров на 52 цветных полосах (при подсчете полос учитывались 4 обложки, включая начальные и последние).

По словам редактора, сокращение объема тесно связано с падением тиража и было принято в 2012 году. Тогда же на несколько лет журнал «Мастацтва» изменил типографию и выдавался на более тонкой бумаге, однако затем удалось добиться выхода издания на бумаге более плотной ––— глянцевой и мелованной. Выпуски, анализируемые в 2020—2021 году, обладали именно такими качественными характеристиками.

«*Тираж журнала падал постоянно*, ––— объясняет главный редактор. ––— *В некотором смысле мы являемся ведомственным изданием, так как наши учредители ––— Министерство культуры и Министерство информации, и журнал сильно зависим от ведомственной подписки*» [Приложение 29].

Необходимо понимать, что ведомственная подписка обозначает определенную долю денежных средств, которые выделяются учреждениям культуры для оформления подписки на профессиональные издания. Таким образом, когда сокращается количество и учреждений, и работников культуры вследствие проведения различного рода оптимизаций, внушительно падает подписка на специализированные издания, такие как «Мастацтва». «*Это бьет по нам в первую очередь. Если газета «Культура» может поддерживать свой тираж, так как выходит еженедельно и меньше стоит в производстве, журнал очень дорогой. Себестоимость одного экземпляра «Мастацтва» ––— 30 рублей, и столько же стоит подписка*» [Приложение 29], ––— комментирует Елена Андреевна. Ввиду этих обстоятельств издание «Мастацтва» ежегодно теряет примерно по 100—150 экземпляров от тиража.

На протяжении всего периода времени неизменным оставалось позиционирование журнала (категория 1) ––— литературно-художественный и общественно-политический. Периодичность ––— ежемесячная, учредителями выступают органы власти и управления. К 2020 году у журнала появляется собственный веб-сайт, однако он имеет формальное значение.

Практически неизменным осталось тематическое соотношение материалов журнала (категория 12): ведущей сферой остается культура с небольшим процентом присутствия развлекательного контента. Например, в 1995—1996 году процент журналистских текстов на культурную тематику составил 85,9%, а в 2020—2021 ––— 94,8%. Исходя из этого, уменьшилось количество развлекательного контента: с 14% до 5%. Под «развлекательным контекстом» в данном случае подразумевается вторая обложка, фотографии с подписями произведений белорусских авторов, размещенные на последних полосах издания, и материалы типа «хроники». При этом в период 2020—2021 год 5% развлекательного контента составили именно вторые обложки, в то время как иные виды материалов не были обнаружены.

Интересно также проследить тематическую дифференциацию в рамках освещения вопросов культуры (категория 14): с течением времени почти вполовину уменьшается спектр затрагиваемых областей. В 1995—1996 в неравных долях по изданию были распределены такие темы, как кино (8,1%), изобразительное искусство (28,5%), театр (10,2%), музыка (18,3%), литература (4%), история (2%), а также 28,5% текстов кода «другое», которым в данном случае были закодированы материалы по теме народное творчество, фотография, архитектура, культура Беларуси в целом и др. Однако к 2020—2021 году ведущих тематических блоков остается 5, они также в неравном соотношении делят содержание номера журнала: кино (5,4%), изобразительное искусство (16,3%), театр (23,6%), музыка (30,9%), код «другое» (23,6%), на этот раз данную категорию преимущественно составили материалы по темам фотографии и дизайна.

Елена Андреевна рассказывает, что авторская рубрика «дизайн» появилась примерно в 2019 году, в рамках этой темы главным редактором непосредственно писались материалы о молодых белорусских дизайнерах. Затем стала появляться аналитика, ведущим автором рубрики стала Алла Пигальская, и журнал «Мастацтва» начал системно освещать тему дизайна.

Можно также заметить, что к 2021 году, в сравнении с 1995—1996 годами, существенно выросла доля материалов про театр и музыку, а процент материалов по изобразительному искусству начал сокращаться.

«*За все годы жизни «Мастацтва» несколько раз менялась структура журнала. Какое-то время отличалась рубрикация: мы открывали номер рецензиями, после ставили большое интервью, делали блок аналитики и в самом конце размещали материалы по истории культуры*» [Приложение 29], ––— вспоминает Елена Андреевна. По словам главного редактора, позже эта схема была пересмотрена и издание вернулось к первоначальной структуре, когда редактору каждого отдела было «отдано» определенное количество полос в будущем номере, которые он «заполнял» по своему усмотрению. Из опыта общения с аудиторией, как обычными читателями, так и профессионалами, Елена Андреевна отмечает, что каждый читает лишь про «своё» поле: художники ––— художников, музыканты ––— музыкантов и т. д. В связи с этим было принято решение оставить более «прозрачную» структуру.

«*Это всё издержки того, что в Беларуси нет отдельных изданий по изобразительному искусству или по театру, например, хотя по изобразительному искусству мы бы набирали достаточно материала: фотография, живопись, дизайн ––— под понятие «визуального» очень многие сферы подходят. Это можно было бы эффектно верстать*» [Приложение 29], ––— уверена Елена Андреевна.

Ведущим критерием анализа журналистского материала выступает субъект статьи (категория 16). Стоит отметить, что здесь наблюдаются минимальные изменения в дифференциации и соотношении долей. За оба временных периода ведущими переменными стали: учреждения культуры (4 и 9% соответственно), частные лица (22,4% и 21,8%), мероприятия в сфере культуры (6,1% и 14,5%), результаты творческого и интеллектуального труда (40,8% и 27,2%), а также переменная «другое» (26,5% и 27,2%).

Увеличение доли освещения мероприятий в сфере культуры, которые имеют некоторые черты жанра репортаж, свидетельствуют об общем увеличении «популярных» жанров в содержательной структуре журнала. Важно также отметить, что если в 1995—1996 под переменной «другое» понимались, в основном, материалы, где субъектами выступали культура в широком понимании определения или народное творчество, к 2021 году спектр расширился и переменная стала включать в себя больше единичных случаев, не преобразующихся в систему: например, в статье «Ідышскае сучаснае мастацтва» от 01.2021 в качестве субъекта было определено изобразительное искусство еврейского народа, в статье «Магчымасці для мастакоў у эпоху пандэміі» от 07.2020 ––— гранты и др. То есть, переменная стала обозначать более нетипичные случаи, что также указывает на определенное расширение тематического спектра издания.

Практически неизменным остался демографический фокус журнала ––— за счет белорусского языка журналистских текстов «Мастацтва» основной аудиторией как в 1996, так и в 2021 остаются белорусы (97,9% и 96,3% соответственно). Некоторые расхождения присутствуют, однако не превышают 2-4%. Например, в 1995—1996 2% материалов по демографическому критерию были ориентированы на молодежь. При проведении контент-аналитического исследования номеров за 2020—2021 годы этого же критерия обнаружено не было, однако небольшая доля материалов была ориентирована на женщин или же вовсе не имела демографического фокуса (1,8% на каждую категорию).

Также изменения почти не затронули географию статей: ведущей переменной во все годы остался республиканский фокус (75,5% и 89% соответственно), при этом можно отметить, что в 2020—2021 году удельная доля материалов, освещающих белорусские события республиканского масштаба даже выросла. Небольшой процент составили также статьи, посвященные инфоповодам стран, граничащих с Беларусью (2% и 5,4% в разные отрезки времени), а также странам, не имеющим границ с Беларусью (10,2% и 5,4%). В 1995—1996 году встречались также материалы, не имеющие географического фокуса, они составили 12,2% от всех текстов.

На основе этих данных можно предположить, что издание некоторым образом «сужает» свою географию, еще больше концентрируясь на Беларуси и ближайших к ней странах.

Стабильность наблюдается и по результатам категории «позиционирование статьи»: ведущими переменными являются «статья выражает позицию журналиста» (36% и 67,7% соответственно), «статья выражает позицию частного лица» (54% и 24,1%), «позиционирование отсутствует» (10% и 8% в разные года). Однако, считаю необходимым отметить, анализ этой категории особенно зависим от случайности выборки, то есть даже при условии соблюдения всех правил проведения контент-аналитического исследования, здесь особенно допустима погрешность, ввиду чего выводы не могут быть категоричными.

В отличие от других изданий, журнал «Мастацтва» интересен тем, что журналистские статьи имеют все допустимые виды направленностей в разных долях, хотя ведущей переменной во все промежутки времени и является нейтральная направленность (46,9% и 45,4% соответственно). Важное место занимает также апологетическая направленность (32,6% и 49%), дискредитационная (4% и 3,6%) и смешанная (16,3% и 1,8%). Подобное разнообразие указывает на широкий спектр мнений и прямоту оценки, которую дают событиям журналисты издания, что с качественной стороны характеризует «Мастацтва».

Логически вытекающая из предыдущей категория ––— форма аргументации ––— также представлена широко, однако на основе предыдущих научных работ, в том числе выполненных при помощи метода контент-аналитического исследования, хочу подчеркнуть, что этот фактор не является исключительным. Положительные трансформации в рамках этой категории наблюдаются через исчезновение к 2021 году переменной «аргументация отсутствует», в то время как в 1996 такие материалы составляли 12,2% от всех журналистских статей. Соотношение между остальными переменными практически не изменилось: фактологическая аргументация ––— 10,9 и 6,1%, эмоциональная ––— 70,9 и 67,3%, смешанная ––— 18,1 и 14,2%.

Изменения также в значительной мере не затронули категорию источников информации, за прошедшие ~25 лет изменилась лишь доля между ведущими переменными. Как правило, источниками информации для статей в «Мастацтве» являются: информанты ––— 17,4 и 38,1%, источники отсутствуют / не указаны ––— 60,7 и 58,1%, переменная «другое», под которой в большинстве случаев подразумеваются книжные источники ––— 21,5 и 1,8%. При этом стоит отметить, что в 2020—2021 году появляется новая переменная, согласно которой источниками информации для статьи выступает интернет, однако пока ее удельная доля составляет лишь 1,8% от всех материалов.

Об отлаженной работе редакционного коллектива говорят результаты следующей категории ––— авторство статей. В ходе контент-аналитического исследования были определены 5 ведущих переменных, которые в неравных долях делят между собой издание. Необходимо уточнить, что абсолютное большинство авторов «Мастацтва» ––— внештатные специалисты. При этом самой весомой переменной являются статьи за авторством деятелей искусства, культуры и др. ––— 55,1 и 41,8% соответственно. На втором месте находятся материалы, авторство которых трудно определить, так как неясно, кому принадлежат указанные имя-фамилия: журналисту или эксперту; такие статьи составили 30,6% в 1995—1996 годах и 18,1% в 2020—2021. Затем удельная доля различных переменных сильно меняется и определить четкую градацию становится затруднительно: например, в 1995—1996 лишь 4% всех материалов были написаны коллективом редакции, а в 2020—2021 этот показатель вырос до 27,2%. Нечто похожее случилось с двумя следующими переменными: доля материалов, написанных редакцией издания, в разные годы составила от 8,1 до 1,8%, а доля статей, под которыми не указана фамилия автора, ––— 2 и 10,9%.

Основной вывод по вопросу авторства материалов Елена Андреевна сделала в ходе экспертного интервью. Главный редактор «Мастацтва» рассказала, что люди, которые делают журнал, ––— это редакторы отделов, и у каждого есть свои внештатные авторы, которые занимаются непосредственно написанием текстов. Редакторы же выполняют свои прямые обязанности ––— обрабатывают готовые материалы. «*Иногда тексты приходится переписывать целиком, чтобы он соответствовал всем стандартам качества журнала, так что наши редакторы ––— безымянные герои*, ––— делится Елена Андреевна. ––— *Но такое количество внештатных авторов объясняется еще и тем, что журналисту сложно у нас работать: ты чувствуешь, что тебе не хватает компетенции, чтобы профессионально писать об искусстве*» [Приложение 29].

Одна из наиболее обширных и интересных категорий контент-аналитического исследования ––— жанры статей в «Мастацтве». Из-за большого количества переменных и с целью упрощения восприятия все данные представлены в форме диаграмм ниже:

*Диаграмма 1*

*Диаграмма 2*

Таким образом, очевидным становится сужение жанрового спектра: полностью исчезают переводы, эссе и зарисовки ––— примеры художественно-публицистической группы жанров. Падает доля аналитических текстов, однако возрастает количество интервью ––— следствие некоторой «популяризации», о которой заявляет главный редактор в ходе экспертного интервью. Значительно повышается процент рецензий, что указывает на фокус издания на оценке культурных событий.

«*Конечно, была эссеистика, была статьи о культуре в целом… но это ушло и мы всё-таки стремимся к более популярным, более читабельным форматам*» [Приложение 29], ––— комментирует Елена Андреевна. По ее словам, в журнале осталось очень мало страниц, и, так как издание стремится к эффектной верстке, приходится уменьшать объем текстов.

Абсолютно очевидными являются результаты контент-аналитического исследования в категории языка ––— издание «Мастацтва» подтверждает свой статус белорусскоязычного журнала, так как абсолютно все тексты за все периоды времени написаны на белорусском языке. «*Это наша принципиальная позиция ––— журнал выходит только на белорусском языке*, ––— убежденно говорит Елена Андреевна. ––— *Мне приходилось слышать мнение, что белорусский язык мешает нашей аудитории воспринимать тексты, но мы живем в Беларуси и у нас достаточно русскоязычных изданий*» [Приложение 29]. О национальной культуре важно писать на белорусском языке ––— в этом главный редактор «Мастацтва» не сомневается.

Таким образом, на основе результатов сравнительного анализа и контент-аналитического исследования хотелось бы отметить, что журнал «Мастацтва» может выступать показательным примером элитарного издания о культуре, однако не является общественно-политическим СМИ, так как эта характеристика требует материалов на социальную тематику, которая в издании полностью отсутствует.

Не глядя на большой временной разрыв, выбранный для контент-анализа, смену главных редакторов и заметное изменение визуальной подачи, внутренняя структура и наполнение издания во многом сохранили стабильность: это заметно и по результатам тематической дифференциации, и по субъектам статей, и по позиционированию, и др. Наиболее очевидны трансформации в жанровом разнообразии, однако, на наш взгляд, отказ от эссе и переводов вызван требованиями нового времени и распространением сети интернет, а также тенденцией глобализации.

2.3 Рекомендации по улучшению работы журнала «Мастацтва»

На вопрос о популяризации журнала «Мастацтва», заданный в ходе интервью, Елена Андреевна задалась ответным вопросом: «*Но хотим ли мы стать более популярными? Если это значит, что мы должны сделать наши тексты более доступными, то ни в коем случае*» [Приложение 29].

Однако считаем необходимым отметить, что уровень развития общества в настоящее время уже достиг уровня, когда элитарным изданиям, пишущим о культуре, нет необходимости упрощать материалы в целом и аналитические статьи в частности. Благодаря распространению интернета и становлению информации более доступной, в обществе появился запрос на специальную журналистику. Из-за воздействия тех же факторов, в рамках личного образовательного процесса каждый читатель сможет найти недостающие знания и восполнить «пробелы» в терминологии, в событийной хронике, в анализе творчества деятеля искусств и др.

Таким образом, в данных обстоятельствах консервативное отношение негативным образом сказывается на дальнейшем успешном функционировании издания. Не стоит забывать, что современные СМИ (общественно-политические и специализированные, республиканские и районные, печатные и электронные) обоснованно стремятся к самоокупаемости. Во-первых, это позволяет следить за интересами аудитории без использования социологических методов (например, анкет-опросников). Во-вторых, это освобождает от зависимости от мнения учредителя и напрямую влияет на качественность контента. В-третьих, действительность и наличие конкуренции на рынке СМИ требует ухода от стандартизированного существования в качестве «ведомственного» издания, которое распространяется лишь по библиотекам, иначе присутствие издания в медиапространстве страны может оказаться под вопросом.

На основе этих факторов, основная рекомендация для журнала «Мастацтва» ––— задуматься о переходе в интернет-пространство. Концепция издания не подразумевает сложного красочного сайта, поэтому в определенной мере будет позволительно сэкономить на разработке. Постепенный отказ от печатной версии позволит снизить расходы на выпуск журнала, а также начать пользоваться функцией «монетизации»: размещать аннотации и предлагать ознакомиться со статьей за денежное вознаграждение. Если же вначале «Мастацтва» не будет готово к настолько решительным трансформациям, другую тактику может предложить общественно-политический журнал «Планета», на сайте которого материалы выходят значительно позже, чем в журнале.

В рамках этой рекомендации считаю важным отметить необходимость сформировать менее требовательное отношение к аудитории со стороны редакторского коллектива, так как самое продуктивное функционирование в интернете потребует от издания соответствовать форматам всемирной сети. Недостаточно позволять «больше игривости», нужно изучить схемы работы в интернете, придать информации читабельный для интернет-пространства вид и продвигать журналистские материалы и журнал через социальные сети. При этом, на наш взгляд, Facebook является не самым удачным выбором, так как наибольшей популярностью сейчас пользуются другие платформы. Для «Мастацтва», например, с обилием визуального контента отлично подойдет Instagram, в котором, не глядя на определенные предрассудки, присутствует и потенциальная аудитория издания ––— искусствоведы, культурологи, актеры, художники и др. деятели искусства, люди, не безразличные к культуре.

Некоторое заигрывание с аудиторией ––— неотъемлемая часть работы современного СМИ, которое обязано удовлетворять запросы читателей, а не создавать контент, который интересен лишь им.

Таким образом, следующая и основная рекомендация ––— больше взаимодействия с аудиторией. Понимание потребностей читателей является залогом успешного специализированного СМИ, так как издания с узкой тематикой отличаются от универсальных тем, что не могут рассчитывать на точное совпадение видения редакции и интересов аудитории, для этого необходимо двустороннее общение. Как следствие, когда потенциальные читатели узнают о «Мастацтве», увидят площадку для коммуникации и обмена мнениями, поймут, что могут быть услышанными ––— они с большей вероятностью заинтересуются контентом, который создает журнал.

Если рассматривать этот совет в совокупности с озвученными выше, то интернет и социальные медиа обеспечат более быструю и полноценную связь между редакцией и читателями, а также позволят в режиме реального времени получать новости и запросы на информационные / аналитические материалы от аудитории, выполнение которых станет повышать заинтересованность к изданию.

Выводы по Главе 2:

1. Журнал «Мастацтва» ––— специализированное издание по культуре, созданное в 80-е годы 20-го века. Учредителем являются Министерство культуры и Министерство информации. В 2000-х издание находилось под угрозой закрытия. В настоящее время журнал имеет тираж ~500-600 экз., распространяется только по подписке.
2. В рамках тематики журнал сфокусирован на белорусском информационном поле и освещает различные области культуры: изобразительное искусство, музыку, театр, новым направлением стал дизайн. Наиболее популярными жанром является рецензия, далее ––— комментарий и интервью.
3. Для издания были разработаны следующие рекомендации: создавать больше контента, при этом обратить внимание на возможность развития в интернете; больше взаимодействовать с аудиторией.

ГЛАВА 3

ЖУРНАЛ «НА ЭКРАНАХ» КАК СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ О КИНО. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

3.1 Журнал «На экранах»: исторический аспект

Журнал «На экранах» ––— это специализированный журнал, освещающий тематику белорусского кинематографа и кино стран СНГ. Учредителем и издателем выступает «Белорусский Дом печати». Издание было создано в 1957 году, за десятилетия существования несколько раз меняло язык выхода (с русского ––— на белорусский, а затем снова начало печататься на русском), а на рубеже веков, в 90-х годах, существенным образом изменило концепцию, став версией журнала, которая присутствует в белорусском медиапространстве до настоящего времени.

Исторический аспект запуска «На экранах» подробно отражен в документальной программе «Время кино», выпущенной в 2007 г., к 50-летию издания.

В 1957 году специальным постановлением ЦК КПСС на местах при республиканских конторах кинопроката и кинематографических главках учреждаются ежемесячные кинобюллетени, которые были призваны проводить информационно-рекламную работу и «*всемерно способствовать продвижению в массы продукции отечественных киностудий и лучших достижений мирового экрана*» [29]. В рамках этого документа в Минске, в августе 1957 Главным управлением кинофикации и кинопроката Министерства культуры РБ начинает издаваться бюллетень о кино «На экранах Беларуси». Издание выходило в формате 60 на 84, объемом в 1 печатный лист и с тиражом в 40 тыс. экземпляров. Ответственным за выпуск являлся специалист Министерства культуры, выпускник ВГИКа Константин Романовский.

Исследователь медиакультуры Саенкова-Мельницкая Л. П. в статье «Трансформация типологических параметров Белорусского киноиздания: от ведомственного бюллетеня к специализированному журналу» указывает, что в ту эпоху на страницах бюллетеня доминировал идеологический принцип, так как в первую очередь освещались показы советских фильмов, снятых на студии «Беларусьфильм», на втором месте находились фильмы «*стран социалистического лагеря*» [15]. При этом киновед подчеркивает, что в бюллетени размещалась информация даже о кино стран, которые не представляли важности в кинематографическом плане ––— например, Албании, Индонезии, Монголии и др. В последнюю очередь освещались фильмы капиталистических стран, даже если речь шла о признанных шедеврах экрана, которые были отмечены многочисленными наградами всемирно известных кинофестивалей.

Киновед Алла Бобкова на съемках программы «Время кино» рассказывала, что бюллетень «На экранах Беларуси» существовал не для зрителя и использовался исключительно в служебных целях: высылался в конторы кинопрокатов, чтобы местные работники понимали, какие картины будут выходить. «*Формат был бедный, я бы сказала*, ––— вспоминает Алла Бобкова. ––— *Печать тем более стандартная такая, ракурсы не очень интересные. Он был чисто деловым, малохудожественным*» [29].

В конце 60-х годов бюллетень получил развитие: увеличил объем до 2 печатных листов, что было связано, помимо изменений в государственной политике и расширении кинопрокатной сети, с рекордным для такого небольшого издания тиражом в 500 тыс. экземпляров. В этот же период качественно иной статус получает кинокритика: если ранее киноведы могли печататься только в общественно-политических изданиях и литературных газетах, теперь у них появлялась отдельная «площадка» для критических материалов. И, так как рубрики о кино пользовались большой популярностью у читателей, они занимали достаточно много места в республиканских, областных и даже районных газетах той эпохи, аудитория закономерно проявляла интерес и к новому кинобюллетеню.

Действующий главный редактор журнала «На экранах», Перегудова Людмила Ивановна, утверждает, что на страницах бюллетеня можно проследить начало творческой деятельности таких известных сейчас критиков, как Ефросинья Бондарева, Анатолий Красинский и др. «*Тогда публикации были анонимными и фамилии авторов стояли только в выходных данных, в списке редколлегии*, ––— вспоминает Перегудова Л. И. на съемках программы «Время кино». ––— *<…> Очень интересное было время, потому что мы, листая полосы издания, можем ощутить, как менялось киновремя, как появлялись новые имена*» [29].

В 80-х годах «На экранах Беларуси» переживает более масштабную трансформацию и начинает выходить в качестве рекламной газеты «Кинонеделя Минска». При этом все прежние функции за изданием сохранялись. Саенкова-Мельницкая Л. П. отмечает следующее: «*В газете появилась возможность разнообразить анонсы и репертуарные таблицы авторскими текстами в жанре интервью, зарисовками и мини-рецензиями. Продолжающаяся линия специализированного издания позволила проявиться первому опыту кинокритического творчества, предназначенного для этого типа издания*» [15].

Неотъемлемой частью концепции издания «На экранах» той эпохи ––— равно как и в настоящее время ––— является освещение фестивального движения, в частности белорусского. Автор программы «Время кино», Сергей Катьер, приводит в качестве аргумента к этому тезису номер бюллетеня за 1962 год, где на первой полосе размещена информация, что «с 1 по 30 ноября проводится фестиваль кинофильмов, посвященных советской молодежи». Далее прилагается подробное описание, как и где фестиваль будет проходить, а также что на нем будет показано. «*Фактически, больше 45 лет журнал постоянно освещает все кинофестивали, где участвуют белорусские фильмы*» [29], ––— говорит Сергей Картье.

Особое внимание журнал «На экранах» уделяет белорусскому кинофестивалю «Лiстапад»: соответствующий номер издания «отдается» под репортажное и аналитическое освещение мероприятия, а редколлегия активно участвует в организации фестиваля. Исключением из традиции стал только 2020 год, когда по причине пандемии коронавируса фестиваль был отменен.

В 1996 году происходит самая важная перемена в жизни издания ––— на основе газеты создается новый журнал «На экранах». Саенкова-Мельницкая Л. П. отмечает, что «*в модифицированном издании акцент был сделан на представлении экранной культуры как значимой части современного социокультурного пространства*» [15]. При этом, хотя издание продолжает развивать тематику кино, иногда в номерах появляются материалы о телевидении, компьютерных технологиях, возможностях современной фотографии и др. Однако в этот период журнал также не отказывается от тенденций коммерциализации и популяризации, продвигает идеи корпоративной культуры. Особенно это заметно через присутствие таких рекреационных рубрик, как «Аплодисменты», «Таланты и поклонники», «Белорусская классика. Аншлаг!», «Красавица с обложки» и др.

В рамках экспертного интервью действующий главный редактор вспоминает, как в 90-х редакция поняла, что делать издание такого типа легче. «*Тираж расходился на «ура», «Титаник» вообще сделал нам запредельные тиражи, за номером приходили в редакцию, дрались…* ––— вспоминает Перегудова Л. И. ––— *Мы устроили конкурс двойников Леонардо Ди Каприо, в нем участвовали даже девочки. Это было легче, но совершенно неблагородно*» [Приложение 30].

Именно поэтому редакцией начали предприниматься попытки уйти от коммерциализации и начать создавать журнал исключительно про белорусское кинопространство. Перегудова Людмила Ивановна пришла на пост главного редактора в 1993 году. Она вспоминает, что в то время «*путала дату рождения белорусского кино*». По ее мнению, неудивительно, что тогда у аудитории возникали трудности с восприятием белорусского кинематографа: чего можно было ждать от людей, если в редакции журнала о белорусском кино не помнили точно такие важные даты?

«*Стоял вопрос: делать коммерческий журнал или всё-таки нести светлое доброе вечное и помогать белорусскому кино?* ––— задается вопросом действующий главный редактор журнала. ––— *Мы выбрали второе*» [Приложение 30]. Однако проблема эпохи 90-х заключалась в том, что к кино начали относиться как к способу зарабатывания денег, поэтому решительное изменение концепции журнала было рискованным. Как вспоминает Перегудова Л. И., первая попытка была предпринята в юбилейный для кинематографа Беларуси 1994 год, когда редакцией был сделан номер целиком о белорусском кино с фотографией Стефании Михайловны Станюты на обложке. Презентация проходила в Доме ветеранов. В самый разгар банкета на сцену вышел народный артист Беларуси Виктор Тимофеевич Туров. «*Прибежал из бани, в дубленке и сказал слова, которые перевернули мою жизнь: «Легче было бы делать обычное глянцевое издание»*, ––— рассказывает Перегудова Л. И. ––— *Он прижимал к сердцу этот журнал, изданный на офсетной бумаге, и говорил: «Вы не представляете, какое важное дело делаете! Нам [белорусскому кино] сейчас как воздух нужна поддержка! Кто о нас напишет? Как вы нас поддерживаете?» И это была отправная точка для журнала «На экранах»*» [Приложение 30].

3.2 Жанрово-тематическое разнообразие журнала «На экранах» в рамках трансформации концепции: сравнительный анализ

В настоящее время журнал «На экранах» является единственным из советских изданий ежемесячником о кино, который смог пережить и перестройку, и глобальную голливудизацию, и искушение писать о коммерческом кино, чтобы стать уникальным в своем роде для Беларуси специализированным изданием о кино.

Журнал выходит 1 раз в месяц на 22 полосах, полностью в цвете, печатается на глянцевой плотной мелованной бумаге, средний тираж одного номера составляет примерно 500-600 экземпляров. Тематическое поле находится в рамках событий в белорусском кинематографе, а также, в меньшей степени, кинопремьер и мероприятий в странах СНГ и Европе. Изданием продолжает активно освещаться фестивальная повестка. Два раза в году также выходят специальные номера, выполненные в формате иллюстрированных календарей. При этом у каждого номера есть своя особенная тематика, как правило, это праздничная дата (день рождения белорусской анимации) или же премьера нового фильма («Авантюры Прантиша Вырвича»).

Специальные номера выходят каждый август-сентябрь и ноябрь-декабрь, то есть объединяют между собой два месяца. Главный редактор объясняет это тем, что в коллективе редакции числятся всего 3 человека, и состав не меняется с 1993 года. Создавать целый журнал таким коллективом, даже при наличии пула внештатных авторов, трудно, и работники нуждаются в отдыхе. «*Состав редакции сохранился лишь потому, что мы входит в издательство «Белорусский Дом печати». В 1993, когда распался СССР и все СМИ забирали себе министерства, нас оставил Дом печати*, ––— вспоминает Перегудова Л. И. ––— *Во-первых, потому что генеральный директор очень любил кино. Во-вторых, он часто говорил, что «стены Дома печати наполовину построены за счет тиражей журнала «На экранах*» [Приложение 30]. По мнению Людмилы Ивановны, при другом учредителе изданию не удалось бы сохраниться.

Приведенные ниже выводы основаны на результатах контент-аналитического исследования номеров журнала «На экранах» за разные временные периоды и проведенного далее сравнительного анализа. Все процентные доли взяты из сводных таблиц. Сводная таблица в процентах для журнала «На экранах» за период 1995—1996 годы помещена в *Приложение 17*, а сводная таблица в процентах за период 2020—2021 ––— в *Приложение 19*. В *Приложении 16* и *Приложении 18* соответственно можно также ознакомиться со сводными таблицами по количеству материалов.

Первое, что хотелось бы подтвердить эмпирически, ––— сокращение тиражей примерно в 10 раз. Если количество экземпляров 11 номера 1996 года составило 5576 единиц, то к январю 2021 это число снизилось до 503.

Главный редактор журнала объясняет это следующим образом: «*Конечно, тиражи упали, сейчас они небольшие. Но зато я знаю, что нас читают те, кому нужен кинематограф. Во-первых, очень благодарны кинопрокатчики, особенно не из Минска. На ежегодной книжной выставке наш читатель приходит за автограф сессиями, за памятными*» *календарями* [Приложение 30]. Издание стало в значительной мере более кулуарным, но, по мнению Перегудовой Л. И., не упало от этого в качестве. Возможно, даже наоборот.

«*Дело в том, что чужие звезды уже открыты, а открывать свои гораздо благороднее, поддерживать собственное, хоть и не очень благополучное киноискусство ––— это важнее*, ––— размышляет Людмила Ивановна. ––— *О голливудских, европейских премьерах можно прочитать где угодно. А попробуйте найти серьезную объективную, но по-хорошему субъективную, через сердце пропущенную, аналитику о белорусских фильмах?*» [Приложение 30].

Следующее важное наблюдение касается работы издания в интернете. Собственный сайт присутствует у журнала исключительно формально: «На экранах» представлен как СМИ в рамках веб-портала издательского дома «Белорусский Дом печати». На сайте размещена краткая история журнала, а также обложки номеров, что выглядит немного более презентабельно, чем в журнал «Мастацтва», однако остается нефункциональным для потенциального читателя.

На этом этапе необходимо также обратить внимание, что изданию «На экранах» к 2021 году удалось сохранить объем в 22 полосы (без учета передней и задней обложек), что сопоставимо с его объемом в 1995—1996 годах, когда тираж журнала был в разы выше.

Эмпирическим доказательством значительных изменений в концепции становится полный отказ издания к 2020—2021 году от материалов развлекательного характера, в то время как в период 1995—1996 годы такой контент составлял около 10% от всех журналистских статей. Таким образом, абсолютное большинство материалов в журнале раскрывает культурные темы, а точнее ––— посвящены кино (97,4% в 2020—2021 году и 90% в 1995—1996 году соответственно). Наблюдается также некоторое расширение тематической дифференциации издания к 2021 году: порядка 2,5% статей освещают тему политики, затрагивают вопросы идеологии. Однако стоит подчеркнуть, что из 39 проанализированных материалов только 1 текст был отнесен к этой тематической области (в материале рассказывалось о вручении государственных наград белорусским актерам). Так как статья являлась специальной и входила в блок материалов о фестивале, можно сделать вывод, что появление подобного контента в журнале носит единичный характер.

Вместе с переходом на исключительно авторские материалы к 2021 году журнал также расширил свою тематическую дифференциацию. Если в период 1995—1996 годы 100% журналистских текстов были посвящены непосредственно кино, в 2020—2021 доля таких материалов составила 84,2%. Оставшуюся часть в равной степени разделили между собой статьи по теме театра, литературы и анимации (по 5,2% на каждый блок).

Практически без изменений осталась категория субъектов материалов. В течение обоих временных промежутков ведущими переменными являлись частные лица (48,1% и 53,8% соответственно) и результаты интеллектуального и творческого труда (33,3% в каждом периоде). На третьем месте по частоте появления сохранилась переменная «мероприятия в сфере культуры» (14,8% и 10,2% соответственно). Как можно наблюдать, изменения коснулись только малой части материалов: в 1995—1996 годах в оставшихся 3,7% текстов субъектами выступали учреждения культуры, а в 2020—2021 годах недостающие 2,5% составили материалы, где субъектом являлись высшие официальные лица (это напрямую связано с единственной публикацией по теме политики, о которой говорилось ранее).

За счет смещения тематического вектора на белорусское кино диаметрально изменились процентные доли переменных в категории демографического фокуса. Если в 1995—1996 годах на белорусов было ориентировано только 3,7% всех материалов, в то время как оставшиеся 96,2% не имели четко выраженного демографического фокуса и могли быть интересны потенциальным читателям разного возраста, пола и национальной принадлежности, то к 2021 году процент статей, рассчитанных на интерес со стороны белорусской аудитории, составил 76,9%. Оставшиеся 23% материалов были определены как тексты, не имеющие демографического фокуса.

Схожая трансформация произошла и в следующей категории, определяющей географический фокус статей. В 1995—1996 годах процентное соотношение было разделено на несколько приблизительно равных частей, среди которых 29,6% материалов соответствовали переменной «республиканский фокус», 22,2% ––— переменной «зарубежный фокус: другие страны», 18,5% текстов имели глобальный географический фокус, 14,8% сообщали о событиях кино в государствах, граничащих с Беларусью, 11,1% публикаций вовсе не имели географического фокуса, то есть не были сосредоточены на определенном событии в конкретной стране. Оставшиеся 3,7% были определены переменной «международный фокус: отношение Беларуси с другими странами». Как правило, в таких материалах сообщалось о совместных проектах деятелей кино из разных государств.

К 2021 году географическое разнообразие сохранилось, однако к переменной «республиканский фокус» были отнесены уже 64,1% от всех публикаций, таким образом, данная единица стала ведущей для журнала «На экранах». Оставшиеся переменные приблизительно в равных степенях разделили между собой журналистские статьи: по 10,2% соответственно составили материалы, имеющие городской фокус (в пределах городов Беларуси), а также международный (отношение Беларуси с другими странами). Переменная «глобальный фокус» составила 7,6% от всех материалов, еще 5,2% заняли материалы, рассказывающие о событиях в странах, граничащих с Беларусью. Процент же текстов, не имеющих географического фокуса, снизился до 2,5%, что подчеркивает общую тенденцию на сужение географического поля издания.

Незначительным образом уменьшилось количество переменных в категории позиционирования статей. В 1995—1996 годах все публикации были в неравной степени разделены между 5 единицами: в 37,5% текстов отражалась позиция журналиста, в 25% на каждую переменную соответственно ––— позиция частного лица либо же позиционирование отсутствовало. Малую часть составляли публикации, которые отражали позицию белорусской власти (напрямую имеет отношение к нескольким материалам, сообщающим список кинолент, допущенных к прокату в Беларуси и СССР) или же позицию редакции, по 6,25% на каждый указанный случай.

К настоящему времени все материалы, опубликованные в журнале «На экранах», в практически равном соотношении делятся между переменными «отражает позицию журналиста» и «отражает позицию частного лица» ––— 53,3 и 42,2% соответственно. Оставшуюся долю статей поровну делят такие единицы, как «отражают позицию белорусской власти» (напрямую имеет отношение к единственной статье с определенной темой «политика») и «позиционирование отсутствует», по 2,2% на каждую упомянутую переменную.

Некоторым образом изменилось соотношение переменных в категории, отвечающей за направленность статей: к 2021 году существенно возросло количество материалов, имеющих апологетическую направленность (76,9% против 33,3% в 1995—1996 годах), что может свидетельствовать о более позитивном, некритическом отношении к событиям в белорусском кинематографе. При этом значительно уменьшилась доля публикаций, имеющих нейтральную направленность: если в 1995—1996 годах она составляла 55,5% от всех статей, то к 2021 упала до 2,5%. Вместе с этим увеличилось количество материалов, обладающих смешанной направленностью: в 2020—2021 годах доля таких статей составила 20,5% против 11,1% в 1995—1996 годах.

В определенном смысле на наличие у редакции и пула внештатных авторов подобной позиции в отношении белорусского кино намекнула главный редактор в ходе интервью. «*Если заметите, я последние 2 года не пишу редакторские письма, они должны быть на болезненные темы*, ––— сообщила Перегудова Л. И. ––— *Почему? Потому что проблем нет? Нет, проблемы есть, но не хочется «добивать». Поэтому я жду какого-то позитивного момента*» [Приложение 30].

С учетом концепции, которой посвятило себя издание «На экранах», и задач, которые перед собой поставило, такая позиция в некоторой степени может быть обоснована, так как наличие статей с критической направленностью, выше или равное материалам с направленностью апологетической, могло существенным образом ухудшать в целом неблагоприятную ситуацию, в которой находится белорусский кинематограф.

Об этом говорят и непосредственные участники киноиндустрии. Например, во время съемок программы «Время кино» актриса Светлана Кожемякина вспоминала следующее: «*У актеров понятно бывают взлеты, падения, сложное время или все прекрасно, ты летаешь. И вот когда у меня было время, что казалось нужно уходить из этой профессии, ничего я не умею, ничего я не могу, я прохожу мимо и вдруг вижу журнал, а там моя фотография. Кажется, вроде мелочь, но это так много значит для актера, когда не дай бог что-то у него не складывается, а ты читаешь так много о себе хороших теплых слов и понимаешь, что ты что-то значишь. Это очень важно для актера*» *[29]*.

Этими же причинами можно обосновать формы аргументации в статьях журнала, в которых с течением времени предпочтение начало отдаваться эмоциональной: 30,7% от общего процента публикаций к 2021 году, тогда как в 1995—1996 эта же переменная составляла всего 18,5%. Примерно настолько же увеличилось число материалов, совмещающих фактологическую и эмоциональную формы аргументации, 64,1 в 2021 против 55,5% в 1995—1996 годах. Следует также отметить, что за прошедшие 25 лет существенно уменьшилась доля публикаций, не имеющих аргументации вовсе: с 18,5 до 2,5%, что, исходя из предыдущих данных, позволяет предполагать, что все нейтральные статьи приобрели очевидную эмоциональную окраску. В пользу этого аргумента говорит также доля переменной, отвечающей за фактологическую аргументацию: ее значения также уменьшаются с 7,4% в 1995—1996 годах до 2,5% к 2021 году.

Несущественные колебания происходят в категории используемых источников информации, однако здесь перемены носят скорее положительный характер, так как к 2021 году начинают формироваться явные черты новой закономерности: обращаться при написании материалов к информации, которую дают учреждения культуры, что согласуется с общей направленностью журнала «На экранах». В 2020—2021 годах доля этой переменной составила 7,6%. В ходе исследования были также выявлены три ведущие переменные, свойственные изданию во все избранные временные промежутки: пресс-службы органов власти и управления ––— 7,4 и 5,2% соответственно, информант (официальное или частное лицо) ––— 37 и 41% соответственно, и переменная «источник не указан / источники информации отсутствуют» ––— 55,5 и 46,1% соответственно.

К 2021 году существенное разнообразие начинает прослеживаться среди пула авторов. Как уже отмечалось ранее, редакция журнала «На экранах» состоит из 3-х человек, поэтому написанием текстов, в основном, занимается пул внештатных авторов. Перегудова Л. И. подчеркивает, что в него входит «свет белорусской кинокритики». «*В основном Агафонова Наталья, Карпилова Антонина, Саенкова Людмила ––— отдел кино в Академии наук*, ––— рассказывает главный редактор журнала. ––— *Позже вырос Антон Сидоренко, главный редактор «Беларусьфильм»… у нас легкая рука. Все, кто у нас начинал, потом заняли достойное место*» [Приложение 30].

Главный редактор «На экранах» вспоминает, как в конце 90-х редакция сделала один из лучших номеров журнала, посвятив его молодому белорусскому кино. Идея заключалась в том, чтобы познакомить начинающих белорусских кинематографистов с такими же начинающими кинокритиками и обозревателями. Важно обратить внимание, что номер делался не для подписчиков, а для продажи (тогда ––— в киосках «Белсоюзпечати») и ––— далее со слов Перегудовой Л. И. ––— «*разошелся как горячие пирожки*». Однако более значимыми стали последствия выхода этого номера. «*Например, героями были Виктор Аслюк, Галина Адамович ––— те, кто сейчас являются ведущими мастерами белорусского кино. А среди авторов были Даша Буслова, Артем Ковалевский, Антон Сидоренко тот же. Все они заточили перья на этом номере, и сейчас я вижу, что выпуск всем пошел на пользу*», ––— рассказывает главный редактор журнала «На экранах» [Приложение 30].

В некоторой степени это подтверждается результатами контент-аналитического исследования в категории авторов. В период 1995—1996 все материалы в неравных долях делились между тремя переменными: авторство 59,2% публикаций невозможно было определить, так как под текстами не стояла фамилия, в 37% случаев авторство было трудно определить, так как неискушенному читателю фамилии некоторых кинокритиков не являются знакомыми, следовательно, нельзя понять, к группе какой переменной отнести статью. Оставшиеся 3,7% материалов были написаны членами редколлегии издания «На экранах».

К 2021 году все материалы в приблизительно равных частях делятся между шестью переменными, ведущей среди которых, тем не менее, остается единица «авторство не указано» ––— 28,2% от числа всех статей. Еще 20,5% текстов были отнесены к группе «авторство трудно определить», а 12,8% ––— к новой устойчивой переменной ––— «авторство принадлежит деятелю культуры или искусства».

В сравнении с 1995—1996 годами существенно выросло количество материалов, написанных членами редколлегии, достигнув 7,6%. Оставшиеся публикации в приблизительно равных долях делят между собой такие переменные, как «авторство принадлежит редакции газеты» (12,8%) и «автором выступает официальное лицо» (17,9%).

Наиболее важная для темы научной работы категория жанрового разнообразия в журнале «На экранах» в оба временных отрезка представлена широким спектром, поэтому, для удобства восприятия, все данные отражены в диаграммах ниже:

*Диаграмма 3*

*Диаграмма 4*

На основании данных можно сделать вывод, что широта жанровой дифференциации в издании не изменилась, однако с течением времени журнал частично адаптировался под новые требования аудитории, добавив или сведя к минимуму использование некоторых текстовых форм. Например, в 1995—1996 годах в качестве ведущих жанров выступали интервью (25,9% от всех материалов) и тематические подборки (также 25,9%). Оставшиеся публикации разделяли между собой в приблизительно равных частях такие жанры и формы, как информационная заметка, комментарий, обзор, переводы оригинальных произведений (речь идет о переводах на русский язык статей зарубежных журналистов), письма читателей (в контент-анализе обозначенных переменной «другое», так как данная форма не проявила достаточного постоянства, чтобы выделить ее в отдельную единицу для изданий) ––— по 7,4% соответственно на каждую переменную; также встречались жанры очерка, зарисовки, рецензии ––— по 3,7% на каждую упомянутую структурную единицу.

В 2020—2021 годах ведущими становятся жанры информационной группы малой формы ––— комментарий (некоторые статьи по форме схожи с рецензиями, но не были отнесены к этой переменной ввиду нехватки объема и анализа) и информационная заметка, которые составляют 33,3 и 20,5% от всех публикаций за указанный период соответственно. Прочие жанры, как и ранее, делились между собой в приблизительно равном соотношении: 10,2% составили очерки, по 7,6% на каждую переменную ––— аналитические статьи и тематические подборки, по 5,2% ––— интервью, лонгриды и обзоры, а по 2,5% ––— репортажи и эссе. Таким образом, жанровое разнообразие дополнилось новыми формами, популярными у аудитории, в то время как более устаревший формат статей-переводов ушел.

Анализируя язык журнала, стоит вспомнить, что ранее эта категория несколько раз менялась, однако в 1995—1996 годах издание было преимущественно русскоязычным: процент материалов на белорусском языке составил всего 11,1%. К 2021 году 100% публикаций были написаны на русском языке.

Таким образом, сравнительный анализ позволяет на примере конкретных данных оценить степень трансформации развлекательного издания о кино в сдержанное информационное издание с элементами аналитики, выстроившее концепцию вокруг идеи поддержки белорусского кинематографа. Не глядя на ряд трудностей, неизбежно возникающих вследствие развития такой темы, издание старается быть современным и соответствовать современным требованиям к журналистским текстам, а также грамотно фокусируется на интересах белорусской аудитории, сочетая статьи о белорусском кино с новостями о мировых фестивалях и кинопремьерах соседних стран.

Стоит отметить, что издание «На экранах» имеет приятное визуальное оформление, небольшими фотографиями и мелким текстом отсылающее к формату бюллетеня. В соответствии с трендами журнальной верстки, полосам не хватает «воздуха», полосных иллюстраций и меньшего количества текста на разворотах, однако в своей неповторимой верстке «На экранах» ощутимо отличается от конкурентов, что выделяет его среди других специализированных изданий.

3.3 Рекомендации по развитию и популяризации журнала «На экранах»

В качестве актуальной проблемы Перегудова Л. И. выделяет потерю аудитории издания «На экранах». «*В свое время мы потеряли зрителя, в том числе и «благодаря» прессе, критикам, СМИ. Мы отдали его [зрителя] на откуп диснеевским фильмам, американскому кино*, ––— считает главный редактор. ––— *А с чего начинается воспитание ребенка? С простой народной сказки. И фильмы они должны смотреть свои, главное, чтобы хорошие. Но с хорошим проблема. Раньше кино у нас получалось, особенно детское и кино о войне. А вот сейчас долгая пауза, не получается*» [Приложение 30].

Вместе с этим главный редактор также обращает внимание, что «*неблагодарная и трудная тема*», в рамках которой существует журнал, «*направлена в завтрашний день*», так как «*белорусский кинематограф не может быть лишен зрителя*». «*Нам время выпало такое… поколение прервалось. Ушли из жизни мастера, а молодые начали делать коммерческое кино за пределами Беларуси*, ––— размышляет Людмила Ивановна. ––— *Но скоро должно начаться обратное движение. Сейчас у нас возникает конкуренция, кино начинает создаваться не только на студии «Беларусьфильм», это должно привести к результату*» [Приложение 30].

Однако, формируя позитивные ожидания, не стоит рассчитывать, что потерянная несколько десятилетий назад аудитория ––— особенно это касается нового поколения, которые могут быть и вовсе не знакомы с шедеврами белорусского и советского кино ––— вернется с выходом на экраны кинотеатров нового фильма от белорусских режиссеров. Сегодня за студией «Беларусьфильм» закрепилась весьма противоречивая репутация, которая не привлекает аудиторию, а скорее отталкивает. И, поскольку успех белорусской киностудии напрямую зависит от успеха издания «На экранах», рекомендации по изменению формата работы будут во многом связаны с этим вопросом.

Во-первых, как и в случае с журналом «Мастацтва», изданию «На экранах» необходимо начинать работать в интернет-пространстве, поскольку основная тенденция современных СМИ ––— самоокупаемость, и достичь ее во многом можно только через развитие в социальных медиа. Однако для журнала «На экранах» гораздо важнее то, что выход на новую платформу должен привести к росту аудитории.

Для подобного прогноза есть несколько причин. Как подчеркивала главный редактор журнала «Мастацтва», у нового поколения есть запрос на материалы по культуре ––— ввиду популяризации и следования тенденциям в отношении текстов, статьи издания «На экранах» отчасти схожи с контентом, производимым порталом dadalog.by, следовательно, удовлетворяют требованиям аудитории. При этом журналу не придется вносить кардинальных изменений в стилистику своих статей, так как они и в уже существующей форме подходят для размещения в интернете. Еще одним плюсом объективно станет русский язык публикаций, так как опыт многих СМИ показывает, что такие статьи набирают гораздо больше просмотров и пользуются большей популярностью. Одна из причин: публикации на русском языке могут быть прочитаны пользователями из стран СНГ, в то время как белорусский язык сильно сужает географический фокус.

При работе в интернете у журнала «На экранах» будет и другое преимущество перед конкурентами: пул внештатных авторов, среди которых присутствуют профессиональные кинокритики. Современному пользователю интересно читать о кино, интересно узнавать смыслы и символизм фильмов ––— это доказывает успех Кинопоиска как портала и онлайн-кинотеатра, а также успех видеоэссе на официальном Youtube-канале Кинопоиска, в которых разбираются плюсы и минусы различных кинолент ––— поэтому профессиональный взгляд даже на белорусское кино будет интересен аудитории.

Следующая рекомендация напрямую связана с продвижением издания в социальных медиа / сетях и, как следствие, продвижением белорусского кинематографа в интернете, который, как можно сделать вывод на основе упомянутых ранее факторов, самостоятельно популяризоваться не способен. В статье «Влияние СМИ на формирование современной культуры» Т. Т. Аймухабетов пишет, что «*средства массовой информации фактически перестают отражать действительность, а сами творят образы и симулякры, которые, собственно, и определяют реальность нашей культуры*» [1]. Посредством этого утверждения можно выстроить закольцованную смысловую связь, где популярность белорусского кино зависит от продвижения его премьер в СМИ, интересных белорусам, а популярность журнала «На экранах» зависит от белорусского кинематографа.

Хотя в соответствии с новой концепцией издание «На экранах» отказалось от освещения зарубежных премьер, поскольку «*прочитать о них можно везде*», считаю необходимым частично вернуться к такому формату для работы в социальных медиа. Во-первых, это позволит в быстрые сроки набрать аудиторию, так как пользователи заинтересуются аналитикой по знакомым синопсисам европейских и/или американских кинолент. Во-вторых, давая аудитории «легкий» контент, который ей хочется потреблять, журнал сможет внедрять информацию о белорусском кино, которая также будет поглощаться пользователями. Таким образом, можно рассчитывать на постепенное возрастание интереса к белорусской классике и к новым фильмам.

Последняя рекомендация связана с взаимодействием с аудиторией, которое в совокупности с предыдущими советами будет работать в нескольких направлениях. Во-первых, при помощи интернета можно будет на качественно новом уровне изучить читателей журнала и в полевых условиях понять, как именно завоевать их интерес. Во-вторых, потенциальным и реальным читателям нужно давать возможность высказываться в социальных медиа издания. Благодаря этому можно будет открывать новые таланты, укреплять связь между журналом и аудиторией.

В ходе экспертного интервью Перегудова Л. И. рассказывала, что журнал «На экранах» активно сотрудничает со студентами факультета журналистики, предоставляя им возможность «заточить перья» на страницах номеров. Считаем этот формат работы подходящим и для интернет-пространства. Мягкое, уважительное отношение редакции к своей аудитории может стать дополнительным преимуществом в процессе развития деятельности в интернете.

Выводы по Главе 3:

1. Журнал «На экранах» ––— специализированное издание о кино, созданное как кинобюллетень в СССР в 1957 г. Учредителем и издателем является «Белорусский Дом печати». Ранее журналом широко освещались события мирового кинематографа, однако в настоящее время издание пишет исключительно о белорусском кино.
2. Тематика издания сфокурована на белорусском информационном поле, реже присутствуют обозрения на кино стран СНГ. Наблюдается рост информационных жанров, таких как информационная заметка и тематическая подборка, уменьшается количество текстов в жанре интервью и комментария.
3. Изданию рекомендуется начать работать в интернете, сделать акцент на присутствии в социальных медиа и тесном взаимодействии с аудиторией. Возможно также использование контента, предоставляемого читателями.

ГЛАВА 4

ЖУРНАЛ «БЯРОЗКА» КАК МОЛОДЕЖНОЕ ИЗДАНИЕ ПО КУЛЬТУРЕ. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

4.1 Журнал «Бярозка»: исторический аспект

«Бярозка» ––— ежемесячный журнал для подростков, который издается с января 1924 года. С момента своего основания издание котировалось как детское, учредителями выступали ЦК ЛКСМБ и Республиканского совета пионерской организации имени В. И. Ленина.

За длительное время жизни журнал несколько раз изменял названия и даже переставал издаваться. Например, с октября 1929 по апрель 1941 выходил под названием «Искры Ильича». В годы Великой Отечественной войны не печатался. С июля 1945 продолжает выходить, но уже под названием «Б.». В этот период «взрослеет» и целевая аудитория журнала, он начинает ориентировать контент на пионеров и школьников средних и старших классов.

Дать более точные и расширенные исторические сведения затруднительно ––— в настоящее время такой информацией не располагает даже редакция современной «Бярозкi», поскольку в распоряжении работников нет архивов. Об этом сообщила действующий главный редактор журнала Екатерина Захаревич в ходе экспертного интервью.

Более подробная информация доступна по важной вехе в истории развития журнала в 2012––—2015 годах, когда «Бярозка» перешла под обложку журнала «Маладосць». Екатерина Захаревич подчеркивает, что это хоть и не являлось фактическим закрытием издания, но надолго убрало его из информационного поля. Во-первых, оба специализированных СМИ хоть и посвящены теме культуры, но создают контент для совершенно разной аудитории. Во-вторых ––— точная цитата главного редактора «Бярозкi» ––— «*вряд ли потенциальные читатели «Бярозкi» покупали или выписывали «Маладосць» для того, чтобы прочитать несколько страниц в конце*» [Приложение 31]. Существование журнала в этот период также осложнялось тем, что номера не были доступны для покупки в киосках Белсоюзпечати и в магазинах. Выходя в качестве приложения к другому изданию, «Бярозка» не имела самостоятельной обложки, хорошего красочного дизайна, системы наполнения, уникального стиля. Все перечисленные условия не позволяют привлекать новых читателей.

«*С учетом того, что целевая аудитория достаточно узкая в плане возраста (12––—17 лет), за время, что журнал не выходил, он потерял всю свою аудиторию: выросло поколение подростков, которые никогда не слышали про «Бярозку*»» [Приложение 31], ––— объясняет Екатерина Захаревич.

Таким образом, когда в 2014 году началась работа по восстановлению журнала как самостоятельного издания (этим занималась главный редактор журнала «Маладосць» в то время, Светлана Вотинова), пришлось заново разрабатывать концепцию и набирать аудиторию.

Екатерина Захаревич рассказывает, что изначально была идея сделать «Бярозку» познавательным журналом для школьников, который, впрочем, был бы полезен не только им, но и учителям (возможно, доходил бы до подростков именно через преподавателей). «*В журнале освещались школьные темы и проблемы, такие как школьная программа, отношения учеников и учителей, школьная и внешкольная жизнь)*, ––— вспоминает главный редактор издания. ––— *Конечно, не могло обойтись без тестов по психологии (часто тоже связанных с темой школы) и литературы от школьников и уже взрослых писателей, потому что в «Бярозке» всегда печатались литературные произведения*» [Приложение 31].

В январе 2015 года вышел первый самостоятельный номер «Бярозки» после закрытия. Тогда удалось достигнуть тиража около 1000 экземпляров, однако через какое-то время этот показатель начал стабильно понижаться.

К настоящему моменту журнал выходит тиражом примерно в 400-500 экземпляров, и главный редактор отмечает, что в марте-апреле редакция увеличила его на 200 единиц (с 405 экземпляров в феврале до 616 в апреле). В перспективе это может рассматриваться как тенденция роста интереса к изданию, что, как можно заметить из содержания предыдущих глав научной работы, выступает уникальным явлением и совершенно определенным образом характеризует качество издания. Возрастная маркировка «Бярозки» составляет 12+, в журнале печатаются материалы на социальную и литературную тематики, что соответствует позиционированию данного СМИ как общественно-политического и литературного.

4.2 Динамика концепции журнала «Бярозка»

Уточняя заключение, сделанное выше, необходимо подчеркнуть, что журнал «Бярозка» ––— единственное из исследуемых изданий, которое за выбранный период времени изменило специализацию. Если в 1995—1996 журнал котировался как литературно-художественный, к 2021 на страницах издания на равных сосуществуют материалы на литературно-культурную и социальную тематики.

Следующий факт, на который также уже обращалось внимание, ––— это резкое падение тиража, свойственное всем изученным прежде изданиям. Главный редактор «Бярозки» сообщила, что «золотой век» издания приходился на 80-90-е годы, когда тираж доходил до 32 тыс. экземпляров. К 1995 году количество печатных номеров сократилось примерно до 8 тыс. экз., а к 1996 ––— до 5 тыс. Тенденция продолжила развиваться и в следующие годы, в связи с чем к 2021 году средний тираж одного выпуска составил от 400 до 500 экземпляров.

Екатерина Захаревич объясняет это не только потерей аудитории, но и с изменением условий работы редакций и специализированных, и универсальных СМИ. «*Когда есть интернет с моментальным доступом к любой информации, тиражи даже самых интересных изданий будут снижаться, и это нормально*, ––— считает главный редактор. ––— *К «Бярозке» сейчас читатель обращается не за информацией, а за качественным отдыхом, за атмосферой и настроением, за возможностью посмотреть на привычные вещи под другим углом, подумать о чем-то незнакомом ранее»* [Приложение 31].

Фактически, Екатерина Захаревич объясняет ошибочность в принципе работы большинства современных универсальных СМИ (включая журнальные издания), которые при производстве контента ориентируются на новости, лайфхаки, тематические подборки и другую информацию, доступную для читателя в интернете. Однако исследуемым в данной работе специализированным СМИ подобные тенденции не свойственны, так как их контент носит обзорно-аналитический характер и не предполагает сенсаций.

Здесь же следует сделать акцент на отсутствии у журнала собственного сайта в сети интернет, что в совокупности с результатами исследования в предыдущих главах указывает на явную тенденцию. Как и в случае с изданиями «Мастацтва» и «На экранах», у «Бярозкi» есть закладка на сайте издательского дома «Звязда», где размещаются анонсы материалов в новом номере. Однако анонсы, во-первых, носят исключительно иллюстративный характер, что влияет на вовлечение читателя. Во-вторых, нахождение информации о самостоятельном журнале внутри отдельно функционирующего сайта газеты с большой вероятностью остается незамеченным со стороны пользователей. Не стоит также забывать, что потенциальные посетители сайта газеты «Звязда» не совпадают с аудиторией «Бярозкi», что также выступает в качестве помехи на пути хотя бы к базовому развитию издания в интернете.

Журнал «Бярозка» также является единственным изданием из изученных, который с течением времени сохранил элементы развлекательного контента и даже увеличил среднее количество таких публикаций в одном номере ––— с 13,8% в период за 1995—1996 годы до 25% в 2021 году. При этом их характер был кардинально изменен.

Если ранее развлекательный контент был представлен рассказами о забавных случаях и фотографиями читателей, которые преподносились как результаты фотоконкурса «Мисс «Бярозка»—199.. год», то к 2021 году подобные статьи обрели очевидную смысловую и психологическую нагрузку. Во-первых, возникла тенденция на появление мудрого высказывания, которое размещается на второй обложке номера. Во-вторых, внутри журнала стали появляться цветные рисованные комиксы, наглядно объясняющие важность того, чтобы говорить правду, не скрывать свои чувства, быть открытым для людей и др.

Также уменьшилось общее количество публикаций о культуре ––— с 77,7% в 1995—1996 годах до 55% в 2020—2021 годах. Освободившаяся часть была занята социальным контентом, обосновывая изменения в специализации журнала ––— с 8,3 до 20% соответственно.

Вполовину увеличилось количество освещаемых тематических блоков, сменилась также и ведущая переменная в данной категории. В промежуток 1995—1996 годы все материалы распределялись по четырем темам следующим образом: 57,7% были о литературе (абсолютное большинство ––— опубликованные авторские произведения малой и средней форм), 28,5% ––— материалы из разряда «другое», преимущественно охарактеризованные в ходе исследования как «любительское творчество» (речь шла о зарисовках и маленьких повествованиях от школьников), 10,7% ––— статьи об изобразительном искусстве, и 3,5% ––— об истории.

К 2021 году тематический спектр расширился до 6 источников, которые примерно в равных долях делят между собой все публикации, при этом выделяется одна ведущая переменная ––— это пункт 8, другое, который также составляется из произведений начинающих авторов.

Екатерина Захаревич указывала на эту особенность издания и в ходе экспертного интервью, и во время интервью для газеты «Беларусь сегодня» в ноябре 2019 года.

Во время интервью главный редактор «Бярозкi» сообщила, что в значительной мере авторами журнала выступают талантливые школьники, которые интересуются жизнью вокруг и хотят поделиться своими мыслями, а также увлекаются журналистикой, наукой, литературой, историей, культурой и т. д. Возможность опубликоваться предоставляется также авторам, которые занимаются написанием прозы или стихотворений. Параллельно Екатерина Захаревич отметила, что внештатными журналистами издания являются также студенты факультета журналистики БГУ, для которых «Бярозка» ––— отличная возможность попрактиковаться в таких жанрах, как интервью, рецензия, очерк, зарисовка и др.

В интервью газете «Беларусь сегодня» Екатерина Захаревич обратила внимание, что литературные произведения чаще всего присылают в редакцию ученики 6-7 классов, а вот журналистскую публицистику ––— старшеклассники [23].

Оставшиеся блоки представлены следующими темами: 18,1% ––— статьи на тему анимации, в основном это рецензии на японское анимационное искусство, 13,6% ––— литературные произведения, 4,5% ––— соответственно музыка, театр и изобразительное искусство. При этом в журнале к 2021 году не только появились новые темы, издание также демонстрирует хорошую осведомленность интересами потенциальной аудитории, так как является одним из немногих изданий в медиапространстве Беларуси, которое занимается созданием аналитики на корейскую музыку в жанре k-pop.

Следование трендам ––— важная часть успеха издания, особенно если речь идет о печатном СМИ, которые по ряду объективных причин в настоящее время находятся в уязвимом состоянии по отношению к своим электронным конкурентам.

Незначительные трансформации претерпели также материалы на социальную тематику. Если ранее все публикации были неравно разделены между материалами по интересам (66,6%) и статьями о спорте (33,3%), то к 2021 году 75% всех материалов также освещают материалы по интересам, а оставшиеся 25% ––— тему экологии или благотворительности. Однако, учитывая показатели ведущей переменной, считаю необходимым напомнить о факторе случайности при проведении выборки контент-аналитического исследования. Таким образом, точным показателем являются материалы по интересам, в то время как материалы об экологии / спорте ––— часть случайной выборки.

В определенном смысле с этим утверждением согласилась главный редактор в ходе экспертного интервью, когда рассказала, что концепция «Бярозкi» менялась постепенно, с приходом новых сотрудников и авторов, которые предлагали интересующие их темы, писали об этих вопросах. «*Это происходит постоянно, но особенно заметно, если сравнивать журналы за разные годы*» [Приложение 31], ––— объясняет Екатерина Захаревич.

Увеличение числа материалов на социальную тематику главный редактор прокомментировала следующим образом: «*В журнале и раньше были материалы на социальные темы, тексты про интересных людей, просто подавались они по-разному. Если раньше акцент был на разных формах творчества и людях, которые творчеством занимаются, то сейчас мы расширили тематическую составляющую и пишем обо всех людях, у которых есть какой-то интересный опыт, есть чем поделиться с подростками*» [Приложение 31]. При этом Екатерина Захаревич подчеркивает, что, по ее мнению, писать только литературе / культуре ––— слишком узко для ежемесячного журнала, в особенности для издания, ориентированного на подростковую аудиторию. Важно также помнить, что восприятие культуры, как и сама культура, «*невозможны без социального контекста*».

Общие тенденции сохранились в категории субъектов статей, с течением времени изменилось лишь соотношение между тремя выделенными переменными: к 2021 году становится больше материалов, где субъектами выступают результаты интеллектуального и творческого труда (80,6% против 60% в 1995—1996 годах), а также статей, где субъектами являются частные лица (с 6,6% в 1995—1996 годах до 16,1% к 2021 году). За счет этих изменений меняется соотношение в оставшейся переменной, обозначенной в программе контент-аналитического исследования как «другое» ––— с 33,3% в 1995—1996 годах количество соответствующих материалов уменьшается до 3,2%. В некоторой степени это демонстрирует конкретизацию в концепции издания, которая остается литературно-художественной, но также всё более явно проявляет социальные черты.

К 2021 году сужаются демографический и географический фокусы журнала. Как и в случае с другими изданиями, «Бярозка» становится более узконаправленной, что наглядно показывает увеличение доли статей, ориентированных на молодежь ––— с 64,5% в 1995—1996 годах до 86,6% в настоящем времени. На фоне этого понижается процент публикаций более общего характера, чей демографический фокус был определен как «белорусы» за счет языка написания ––— белорусского. В 1995—1996 годах присутствовало также незначительное количество материалов, чей демографический фокус был определен как отсутствующий, однако в период с 2020 по 2021 такие статьи обнаружены не были.

Еще более очевидно тенденция на узконаправленную концепцию показана в географическом фокусе, который в настоящее время на 100% представлен переменной «Беларусь ––— республиканский фокус», хотя еще в 1995—1996 процент таких статей составлял 96,7% и 3,2% материалов не имели четко обозначенной географии.

В два раза сужается также и количество переменных в категории позиционирования, при этом ведущие переменные сохраняются. Например, увеличивается количество материалов, не имеющих четко выраженной позиции ––— с 45,4% в 1995—1996 годах до 53,3% в 2020—2021. К настоящему времени значительно растет также число публикаций, где присутствует позиция частного лица ––— 46,6% против 21,2% в 1996 году. Благодаря этому полностью исчезают статьи, в которых отражались бы позиции учреждения или непосредственно журналиста, хотя в период 1995—1996 годов доля таких статей составляла 9 и 24,2% соответственно.

Тенденция на конкретизацию проявляется также и в категории направленности статей журнала: к 2021 году 93,3% всех материалов имеют нейтральную направленность и только 6,6% ––— смешанную (и апологетическую, и критическую одновременно). В 1995—1996 году в материалах присутствовало более очевидное разнообразие: 25,8% статей имели апологетическую направленность, 6,4% ––— смешанную, и только 67,7% ––— нейтральную. Однако при оценке трансформаций в рамках данной категории необходимо также учитывать и обновление потребностей аудитории: современные подростки скорее не нуждаются в навязывании положительного (либо критического) мнения о чем-либо, так что рассматривать подобное изменение в концепции «Бярозкi» предлагается как позитивное.

Определенные смещения произошли внутри дифференцированной категории о форме аргументации статей, при этом ведущая переменная сохранилась, хотя и некоторым образом уменьшила свою долю среди всех публикаций. Если в 1995—1996 годах процент статей с эмоциональной аргументаций составил 80,6, к 2021 году показатель снизился до 60%, за счет чего увеличилось количество материалов с фактологической и смешанной аргументацией ––— соответственно с 3,2 до 20% и с 16,1 до 20%.

В совокупности эти две категории указывают на нежелание коллектива редакции что-либо навязывать своей аудитории, что в современных условиях работы СМИ с читателями может расцениваться исключительно позитивно.

Однако вместе с сужением количества тематических и иных блоков наблюдается расширение используемых источников информации, что в некотором роде указывает на умение редакции «Бярозкi» работать с новыми тенденциями. Если в 1995—1996 годах данная категория была представлена только двумя переменными ––— 74,1% статей не имели указанных источников информации, а 25,8% статей ориентировались на информацию от частных либо официальных лиц, к настоящему времени количество переменных увеличилось вдвое, хотя при этом можно наблюдать рост числа публикаций, где источники материалов не указаны, до 86,6%. При этом 6,6% статей ориентируются на информацию, полученную от частных лиц, а 3,3% на каждую из указанных переменных соответственно ––— на интернет-ресурсы и книжные источники информации.

Важно подчеркнуть, что высокий процент количества материалов, не имеющих источников информации, связан с публикациями, имеющими литературно-художественный характер, то есть с рассказами, зарисовками и др. текстами.

Небольшая дифференциация имеет место в категории авторов, в рамках которой нюансы функционирования редакции были раскрыты ранее. Следует отметить, что подобные результаты обоснованы ввиду сохранения общей идеи работы «Бярозкi» с внештатными авторами.

Сравнивая разные временные периоды, к 2021 году можно выделить следующие тенденции: сильно понижается количество статей, написанных корреспондентами издания, ––— с 12,9 до 3,3%; исчезают материалы, написанные редакцией газеты, которые в 1995—1996 годах составляли 3,2% от всех публикаций; с 25,8 до 43,3% соответственно вырастает удельная доля статей, написанных рядовыми читателями, вместе с этим увеличивается число материалов, авторство которых трудно определить ––— с 22,5% до 33,3%. Наблюдается также рост материалов, под которыми не указывается авторство ––— с 3,2 до 10% соответственно. А количество статей, написанных деятелями культуры, напротив, падает с 32,2 до 10%, хотя на фоне роста публикаций в переменной «авторство трудно определить» нельзя отрицать, что редакция начала работу с менее известными широкой общественности (в том числе сети интернет) деятелями культуры и искусства, ввиду чего нельзя делать конкретных выводов.

В ходе экспертного интервью Екатерина Захаревич подчеркнула, что редакция журнала сотрудничает с писателями и экспертами в различных гуманитарных направлениях. О поиске начинающих авторов действующий главный редактор «Бярозкi» рассказала в интервью газете «Беларусь сегодня» в 2019 году. По ее словам, с этой целью редакцией проводятся поездки по школам и гимназиям, объявляются конкурсы по различным направлениям. «*Таксама ў супрацоўнiцтве з пiсьменнiцай Ксенiяй Шталянковай з’явiўся конкурс дэтэктыўных гiсторый. Ксенiя ў рубрыцы «Практыкум» давала парады, як напiсаць дэтэктыў. Цяпер iх можна прымянiць на справе*», ––— поделилась Екатерина Захаревич с корреспондентом газеты [23].

Работа с начинающими авторами также является весомой преградой для перехода издания в цифровой формат ––— об этом главный редактор «Бярозкi» также рассказала газете «Беларусь сегодня» в 2019 году и, на основе политики журнала в настоящий момент, есть основания предполагать, что позиция в этом вопросе остается прежней. Таким образом, Екатерина Захаревич соглашается, что работа в интернете дала бы изданию новые возможности, однако, по ее мнению, возникает вопрос об обновлении материалов не раз в месяц, а как можно чаще. «*Адпаведна, гэта ўжо не рэсурс трох супрацоўнiкаў. У нас ёсць старонка на сайце Дома прэсы. Ёсць суполка ў Вконтакте. Але якую б вялiкую ролю нi адыгрываў iнтэрнэт, усё‑ткi публiкацыя ў папяровым часопiсе, якi можна ўзяць у рукi, для пачынаючага аўтара вельмi важная*», ––— размышляет главный редактор журнала [23].

С одной стороны, с этим трудно поспорить, но не стоит также забывать, что подростки очень быстро адаптируются к новым условиям, следовательно, уже сейчас или в самое ближайшее время важность публикации на сайте издания сможет сравняться с публикацией в печатном номере.

В рамках исследования необходимо рассмотреть также и на жанровую концепцию журнала «Бярозка». Как и в случае с иными изданиями, контент-аналитическое исследование дало обширные результаты с большим числом переменных, поэтому для удобства восприятия данные по этой категории помещены в диаграммы ниже:

*Диаграмма 5*

*Диаграмма 6*

На основе данных можно отметить, что существенным образом выросло количество информационных заметок ––— с 3,2 до 13,3% соответственно, почти в два раза увеличилось чисто статей, выполненных в жанре интервью, ––— с 3,2 до 6,6%, а также появился новый жанр ––— репортаж, публикации в котором составили 6,6% от всех статей, что в совокупности указывает на большее внимание к информационной группе жанров. Тем не менее, не глядя на падение числа материалов, выполненных в жанре комментария (с 16,1 до 10% соответственно), к 2021 году в жанровой палитре издания «Бярозка» весомое место начинают занимать аналитические статьи, которые в 2020—2021 году составили 26,6% от всех публикаций. При этом особенно важно подчеркнуть, что ранее такие публикации в целом отсутствовали в системе журнала. В какой-то мере из журнала исчезают художественно-публицистические жанры, такие как очерк и лонгрид: в ходе изучения контента журнала в 2020—2021 годах они не были обнаружены, хотя в 1995—1996 годах процент таких материалов составлял 3,2 для каждой отдельной переменной. Исчезают также переводы с других языков (в 1995—1996 годах их доля составляла 3,2%) и тематические подборки, ранее занимающие 6,4% в жанровой дифференциации, однако на их место с показателем 6,6% приходит художественно-литературный жанр зарисовок.

Однако на фоне этих жанровых трансформаций существенно падает количество литературных материалов: если в 1995—1996 годах процент оригинальных произведений в прозе и поэзии составлял 35,4 и 25,8% соответственно, к 2021 году их уровень понизился до 16,6% произведений в прозе и 13,3% стихотворных произведений.

При этом необходимо подчеркнуть, что во все периоды журнал оставался на 100% белорусскоязычным.

Таким образом, посредством сравнительного анализа деятельности издания «Бярозка» в разные периоды времени можно наблюдать, как концепция журнала становилась более узконаправленной и конкретизированной, уделяя больше внимания исключительно белорусскому контенту и стремясь говорить со своей аудиторией на одном языке. При этом не обошлось без отказа от традиционных форматов наполнения журнала в соответствии с новыми запросами читателей, чему можно дать позитивную оценку и что, как можно заметить по небольшому приросту тиражей, положительно оценивается непосредственно со стороны аудитории.

4.3 Рекомендации по развитию журнала «Бярозка» как прогрессивного издания для подростков

Журнал «Бярозка» ––— издание, которому трудно давать рекомендации, в особенности по вопросам жанров и тематики, так как оно, в отличие от других проанализированных СМИ, в последнее время показывает тенденции роста и также является единственным специализированным изданием по культуре, которое стремится быть независимым и выйти на самоокупаемость.

В настоящий момент у «Бярозкi» есть большинство элементов, необходимых для достижения этой цели. Во-первых, в редакции работают молодые специалисты, которые не только обладают свежими знаниями о трансформациях в журналистской профессии и могут отвечать на вызовы времени, но и способны создавать контент, подходящий для возрастной категории журнала. Молодые журналисты лучше знают, о чем интересно читать молодым людям: сейчас это k-pop, аниме, сериалы студии Disney, интервью с героями / героинями, которые нашли себя или решили сложную жизненную проблему и могут поделиться опытом, мотивационные посылы быть более открытыми миру и обществу ––— все эти темы так или иначе пользуются популярностью среди потенциальной аудитории издания.

Во-вторых, сочетание социальной повестки с литературно-художественной делает «Бярозку» уникальным явлением в белорусском медиапространстве и позволяет создавать более разнообразный контент. Разумеется, специализированному изданию с меньшим количеством ограничений гораздо легче продвинуть себя на рынке и расширить круг своих читателей. В-третьих, журнал «Бярозка» обладает поистине уникальным стилем, в основе которого лежит система авторских иллюстраций и цветовой гаммы. Каждый номер издания смотрится очень камерно и привлекательно за счет пастельных тонов и акварельных рисунков, которые сопровождают читателя на каждой странице (встречаются и полосные иллюстрации), однако не привлекают внимание к себе, а скорее дополняют.

О стилистике рассказала и Екатерина Захаревич в экспертном интервью. «*У нас в штате есть место дизайнера, который полностью занимается визуальной частью: создает иллюстрации, верстает, подбирает фотографии. И каждый дизайнер, который приходит к нам работать, делает журнал таким, каким видит. Конечно, не выходя за пределы общего направления, выработанного за последние 3 года*, ––— объясняет главный редактор. ––— *Я и остальные редакторы минимально вмешиваемся в вопросы дизайна, полагаясь на вкус человека, который с ним работает*» [Приложение 31].

Общий характер стилистики издания можно описать следующим образом: журнал должен быть ярким, но не пестрить, удобным для чтения и не скучным, не банальным.

На сегодняшний день выполнять все эти требования у «Бярозкi» получается.

Исходя из результатов контент-аналитического исследования и тенденций рынка считаем необходимым порекомендовать журналу лишь начать развиваться в интернете путем создания собственного сайта. Как и в случае с ранее изученными изданиями, работа на интернет-платформе позволит привлечь большее число пользователей, расскажет целевой аудитории о журнале и таким образом сможет не только популяризироваться, но и выполнить воспитательную, развивающую, образовательную функции, так как контент, публикуемый в «Бярозке», можно смело относить к полезному и важному. Следовательно, наличие такого контента в интернете и распространение его среди подростков в некоторой мере может помочь решить вопрос о безопасности информации, потребляемой молодым поколением.

При разработке сайта необходимо будет обратить внимание на общее количество текста на веб-странице и создать как можно больше интерактива, поскольку исследователями отмечается снижение способности концентрироваться у нового поколения. Наличие дополнительных элементов, переключающих внимание пользователя, поможет этого избежать. В некотором смысле при разработке дизайна сайта можно будет обратиться к дизайну печатной версии журнала и попробовать переработать его для интернет-формата, чтобы сохранить единую стилистику.

В ходе продвижения журнала в интернете можно будет прибегнуть к стратегии, описанной в 1 главе научной работы для журнала «Мастацтва».

Важно также уделить внимание работе с социальными медиа, что позволит гораздо быстрее собирать аудиторию, давая при этом возможность создавать контент с меньшими затратами по времени: это могут быть тематические подборки, полезные советы, анонсы интервью, развивающие статьи на различные темы, освещение курса школьной литературы с нетипичной стороны и др.

Большое число подписчиков, например, в социальной сети Instagram, скорее всего, позволит увеличить тираж издания, так как в современном белорусском обществе активно наблюдается тенденция финансовой поддержки популярных у читателей СМИ. Это, в свою очередь, даст возможность не отказываться от печатной версии журнала и сохранить определенную традиционность, о которой говорила Екатерина Захаревич в интервью газете «Беларусь сегодня» [23].

Выводы по Главе 4:

1. Журнал «Бярозка» ––— специализированное издание, совмещающее культурную и социальную тематики, целевой аудиторией являются подростки. Начало издаваться в январе 1924 года. С 2012 по 2015 годы являлось приложением к журналу «Мастацтва». В настоящее время функционирует как отдельное издание, учредитель и издатель ––— «Белорусский Дом печати».
2. Журнал ориентируется исключительно на белорусскую аудиторию, так как все материалы написаны на белорусском языке. Однако тематика издания выходит за пределы информационного поля Беларуси: материалы освещают корейскую музыку, японское анимационное искусство и др. Жанровая концепция в равной степени состоит из аналитических (статьи), литературно-художественных (оригинальные произведения прозаического характера и поэзия) и информационных (заметки) жанров.
3. Основная рекомендация, разработанная для издания, ––— начинать работу в интернете, сохраняя при этом печатную версию журнала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате нашего исследования особенностей работы редакций специализированных журналов по культуре и искусству мы можем сделать следующее заключение:

1. Контент изданий в целом соответствует заявленному типу: специализированный контент о кино у журнала на «Экранах» и общественно-социальный и литературно-художественный ––— у издания «Бярозка». Несовпадения наблюдаются лишь у журнала «Мастацтва», которое позиционирует себя в качестве общественно-политического и художественно-публицистического издания, но производит исключительно материалы о разных сферах культуры, при этом в фокусе освещения культурных событий ––— искусствоведческий аспект, также не соответствующий социальной тематике;
2. Современные специализированные СМИ по культуре существуют в условиях потери аудитории. Это связано с узкими возрастными рамками (как с журналом «Бярозка») или же с более масштабными факторами, такими как утрата читательского интереса к изданию в целом (журналы «На экранах» и «Мастацтва»);
3. Специализированные журналы по культуре, как правило, имеют маленькие редакции до 3-х человек (журналы «На экранах» и «Бярозка»; журнал «Мастацтва» в настоящий момент составляет исключение);
4. Издания по культуре существуют в условиях стабильного падения тиража, которое началось в конце 90-х годов, и, на наш взгляд, уменьшения объема (журнал «Мастацтва»);
5. Журналы печатаются на плотной глянцевой мелованной бумаге (за исключением журнала «Бярозка», который выходит на тонкой глянцевой немелованной бумаге), имеют большое количество иллюстраций, в том числе полосных. Верстка изданий соответствует общим требованиям к современным изданиям;
6. Данную категорию изданий отличает широкая жанровая дифференциация, при этом предпочтение большинство журналов отдает информационным или художественно-публицистическим жанрам, таким как рецензия или отзыв. В ряду информационной группы наибольшей популярностью пользуется информационная заметка, а среди аналитических жанров ––— авторский комментарий. Также, в качестве менее часто упоминаемых жанров, встречаются репортажи, эссе, очерки, зарисовки, интервью, оригинальные литературные произведения и др.
7. Специализированные издания по культуре работают с разнообразной тематической повесткой, в том числе и выходящей за типологические ограничения изданий: например, журнал «На экранах», посвященный кинематографу, к 2021 году также начал на постоянной основе освещать вопросы театра, встречались материалы об иных видах визуального искусства, например, фотографии и изобразительном искусстве;
8. Общая тенденция по специализированным журналам на культурную тематику, замеченная в ходе проведения контент-аналитического исследования, указывает на сужение географических и демографических фокусов до Беларуси (республиканский охват). Это связано и с языком изданий (2 из 3 изученных журналов выходят исключительно на белорусском языке), и с информационными поводами: выставки белорусских деятелей искусства, интервью с белорусскими режиссерами, актерами и др. Наиболее ярко в этой тенденции себя проявляет журнал «Мастацтва», однако сравнительный анализ позволил увидеть, что журналы «На экранах» и «Бярозка» также функционируют в этом направлении;
9. Все изученные журналы не присутствуют в интернете должным образом: не имеют самостоятельных сайтов (веб-страницы интегрированы в сайты учредителя и/или издателя: «Издательский дом «Звязда», ГУ «Издательство «Белорусский Дом печати»), не ведут страницы в социальных сетях, не занимаются производством оригинального контента и не дублируют контент из печатных версий изданий. Следовательно, как и ряд других печатных СМИ Беларуси, редакции специализированных журналов Беларуси работают в устаревшем формате, что напрямую отражается на популярности изданий и падении тиража. Такие издания, как «Мастацтва» или «На экранах» можно смело относить к числу ведомственных, так как они распространяются исключительно по подписке, которая состоит, в основном, из государственных учреждений. Массовый читатель во многом не знает об этих изданиях и лишен возможности оценить высокий потенциал производимого ими контента, так как в настоящее время спросом у населения пользуются не библиотеки, а интернет.

Необходимо также отметить, что, к сожалению, по специализированным изданиям на тему культуры существует недостаточно теоретического и исследовательского материала, следовательно, ученые не уделяют этой сфере достаточно внимания, хотя вопрос культуры является актуальным вне зависимости от временного контекста, так как произведения искусства во всех проявлениях напрямую отражают интересы и потребности общества, что, в свою очередь, выступает важной частью исторической повестки.

Таким образом, на основе теоретического и практического опыта, полученного за 4 года обучения на факультете журналистики БГУ, предлагаю журналам «Мастацтва», «На экранах» и «Бярозка» реализовать следующие рекомендации:

1. **Переходить в интернет-пространство**. Как уже было подчеркнуто, именно в интернете сейчас находятся реальная и потенциальная аудитории специализированных изданий по культуре. Если универсальные общественно-политические газеты могут позволить себе работать преимущественно на бумаге, поскольку пока у них есть читатель ––— пожилые люди, в меньшей мере использующие интернет, вопросы культуры напрямую связаны с молодым поколением. Следовательно, именно работа в интернете сможет помочь увеличить тираж, расширить аудиторию изданий и постепенно выйти в режим самоокупаемости и независимости от учредителей, так как последнее ––— общемировая тенденция в журналистике, к которой в настоящее время начинают приходить и страны СНГ.
2. **Работать с социальными медиа**. Благодаря возможности быстрой двусторонней связи, многие СМИ начинают активно работать в социальных сетях, то есть не только презентовать на таких площадках как telegram, Instagram и др. свой контент, но и собирать его, общаться с аудиторией и удовлетворять потребности пользователей. Успешное функционирование по этой схеме обеспечивает успех того или иного СМИ. Прибегнуть к такой стратегии могут и специализированные издания, став прямыми и серьезными конкурентами для таких порталов, как, например, dadalog.org.
3. **Всесторонне освещать культурную жизнь Беларуси**. В ходе экспертных интервью мы столкнулись с мнением, что специализированные издания должны создавать лишь аналитический или художественно-публицистический контент, однако в настоящее время эта установка устаревает. Так же, как журналисты становятся универсальными специалистами в рамках своей профессии, совмещая обязанности корреспондента / обозревателя, фотографа и верстальщика, СМИ любого типа стремятся максимально широко освещать выбранную тематику, чтобы у читателей не было причин прибегать к сторонним (то есть конкурентным) источникам информации. И если печатный журнал имеет ограничения по количеству полос, в интернете этот вопрос утрачивает актуальность. Следовательно, редакции специализированных изданий могут разработать стратегию, согласно которой в социальных медиа будут освещаться информационные повестки по вопросам культуры (анонсы выставок, репортажи с фестивалей, отзывы на кино и др.), а в печатной версии ––— аналитика. Это позволит сделать акцент на бумажной версии журнала, не отказываясь от нее.
4. **Обновить коллективы**. Как показывает пример журнала «Бярозка», молодые специалисты в настоящее время могут делать издание с потенциальным коммерческим успехом, так как обладают большим багажом свежих теоретических знаний и стороннего опыта, а также осведомлены об актуальных тенденциях в журналистике и работают в соответствии с ними. Разумеется, некоторые аналитические материалы могут написать только кинокритики или искусствоведы с большим стажем работы, однако молодые специалисты, находясь на руководящих должностях, могут преподнести эти материалы аудитории, заинтересовать пользователей и таким образом популяризировать журнал, где эти материалы были опубликованы.
5. **Расширить коллектив**. Все перечисленные выше рекомендации невозможно осуществить 3-м людям, на которых также будет лежать ответственность по выпуску печатной версии журнала.
6. **Полагаться на энтузиазм молодых журналистов**. Новое поколение профессионалов в журналистике, наравне с молодым поколением белорусского общества, обладает большим энтузиазмом и зачастую готово работать «за идею». Следовательно, в условиях ограниченного бюджета и при небольших зарплатах, журналисты согласятся работать, если им дадут возможность реализовать свой творческий потенциал и пробовать новые методики работы. Разумеется, для маленьких редакций вопрос бюджета особенно актуален при внедрении новых форматов работы, свою роль играет и зависимость от средств, выделяемых учредителем, поэтому важно привлекать молодых заинтересованных специалистов и через популяризацию журнала за счет внедрения их рекомендаций постепенно уходить от прямого подчинения учредителю, что также сможет положительно отразиться на контенте, создаваемым изданием.
7. **Не бояться экспериментов.** Методики, внедряемые молодыми специалистами, могут показаться неправильными, так как за последние ~25 лет школа профессиональной журналистики существенно перестроилась. Однако в настоящее время обществом приветствуются прозрачные методы работы: лучше один раз столкнуться с неудачей при апробировании новых форм контента, чем существовать в формате закрытого СМИ и не привлекать интереса аудитории вообще.
8. **Работать с читателями.** У большинства изученных специализированных СМИ связь с аудиторией является односторонней: журнал поставляет контент, а читатель его потребляет. В настоящее время такая схема не актуальна, так как читателю интересно принимать участие в жизни СМИ, видеть его взлеты и падения, иметь возможность внести что-то свое в интересное медиа. Следовательно, вовлечение читателя в процесс создания журнала привлечет к изданию огромное внимание и позволит популяризировать белорусскую культуру и издания, которые об этом пишут.

Таким образом, хотим подчеркнуть, что специализированные журналы по культуре в Беларуси обладают большим потенциалом за счет качественной жанрово-тематической дифференциации и содержательного наполнения. Однако издания существуют в условиях потери собственной аудитории, что негативно сказывается на их тиражах и, как в случае с «Бярозкой», даже поднимается вопрос о закрытии. Этого, разумеется, нельзя допускать, так как культурные издания занимают важную нишу в медиапространстве государства, образовывая и развивая своих читателей. Аудиторию можно успешно и быстро расширить благодаря переходу на интернет-платформы. Для изданий и их главных редакторов в настоящее время это воспринимается как рискованный шаг, тем не менее, его необходимо осуществить, чтобы снять с актуальной повестки вопросы существования изданий и начать соответствовать требованиям современной журналистики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аймухабетов, Т. Т. Влияние СМИ на формирование современной культуры / Т. Т. Аймухабетов // Философия и ценности современной культуры: материалы Международной научной конференции, Минск, 10–11 октября 2013 г. ––— Минск, 2014. ––— С. 237–240.
2. Баранов, В. А. Литературно-художественная критика [Текст] : учебное пособие / Баранов В. И., Бочаров А. Г., Суровцев Ю. И. ––— Москва : Высшая школа, 1982. ––— 208 с.
3. Булацкая, Н. К вопросу об уровнях культуры / Н. Булацкая // Журналистика – 2009: состояние, проблемы и перспективы: материалы 11 междунар. науч.-практ. конф.– Вып. 11. – Минск, 2008.
4. Войткевич, В. Безличное ––— вочеловечить / В. Войткевич // Литературная газета. ––— 2002. ––— 8 апр. ––— С. 2
5. Воровский, В. В. Литературная критика / В. В. Воровский. ––— М. : Художественная литература, 1971. ––— 574 с.
6. Выровцева, Е. В. Культура и журналистика: эволюция взаимоотношений / Е. В. Выровцева // Время. Искусство. Критика : сб. науч. тр. Вып. 2 / Белорус. гос. ун-т ; редкол. : Л. П. Саенкова [и др.]. – М. : БГУ, 2010. – С. 36–41
7. Дедкова, Т. Ф. Культурологическая проблематика / Т. Ф. Дедкова // Проблематика СМИ: Информационная повестка дня : учеб. пособие для студентов вузов / Белорус. гос. ун-т ; редкол. : М. В Шкондин [и др.]. – Минск, 2008. – С. 143–178
8. Дмитриев, Е. И. Социология журналистики. Конспект лекций / Авт.сост. Е. И. Дмитриев. ––— Мн. : БГУ, 2001. ––—150 с.
9. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения : [Монография] / М. Н. Ким. ––— СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. ––— 320 с.
10. Кодола, Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы : учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Кодола. ––— Москва : Аспект Пресс, 2008. ––— 174 с.
11. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учеб. пособие / А. В. Колесниченко. ––— Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2010. ––— 191 с.
12. Питкевич, П. А. Эволюция визуальности в журнале «Мастацтва» 2010-х годов / П. А. Питкевич // 75-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета [Электронный ресурс] : материалы конф. В 3 ч. Ч. 3, Минск, 14–23 мая 2018 г. / Белорус. гос. ун-т, Гл. упр. науки ; редкол.: В. Г. Сафонов (пред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2018. – С. 466-469.
13. Распопова, С. С. Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / С. С. Распопова. ––— Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2017. ––— 272 с.
14. Саенкова-Мельницкая, Л. П. Интернет-публикации о культуре, искусстве в условиях массовых потребительских предпочтений / Л. П. Саенкова-Мельницкая // Литературно-художественная критика в современном интернет-пространстве : сборник научных трудов / Белорус. гос. ун-т ; редкол. : Л. П. Саенкова-Мельницкая [и др.]. ––— Минск, 2016. ––— С. 79–87.
15. Саенкова-Мельницкая, Л. П. Трансформация типологических параметров Белорусского киноиздания: от ведомственного бюллетеня к специализированному журналу / Л. П. Саенкова-Мельницкая // Корпоративная пресса в условиях конвергенции СМИ и глобализации информационного пространства: материалы круглого стола, 16 марта 2017 г., Минск / редкол: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]; БГУ, Институт журналистики. ––— Минск: БГУ, 2017. ––— С. 92–96.
16. Салеев, В. «Мастацтву» ––— 20 лет / В. Салеев // Литературная газета. ––— 2002. ––— 8 апр. ––— С. 2
17. Сердобинцева, Е. Н. Информационные жанры в журналистских текстах : учеб. пособие / Е. Н. Сердобинцева. ––— Пенза : изд-во ПГУ, 2019. ––— 81 с.
18. Слука, О. Г Беларуская журналiстыка : падручнiк / О. Г. Слука. ––— Мiнск : БДУ, 2011. ––— 447 с.
19. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика : учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. ––— Москва: Аспект Пресс, 2010. ––— 352 с.
20. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. ––— Москва : Аспект Пресс, 2000. ––— 320 с.
21. Исследовательское агентство «Zoom Market» [Электронный ресурс] / Иссл. аг. «Zoom Market». ––— Москва, 2005. ––— Режим доступа: [https://www.mazm.ru/article/a—1919.php](https://www.mazm.ru/article/a-1919.php). ––— Дата доступа: 01.05.2021.
22. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / Науч. эл. библ. «КиберЛенинка». ––— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pismo-chitatelya-v-smi-kak-zhanr-sovremennoy-zhurnalistiki/viewer>. ––— Дата доступа: 27.04.2021.
23. Поисковая система «Яндекс» [Электронный ресурс] / поиск. сист. «Яндекс». ––— Москва, 1997. ––— Режим доступа: <https://yandex.by/turbo/sb.by/s/articles/shlyakh-pachynaetstsa-z-byarozki.html>. ––— Дата доступа: 14.05.2021.
24. Портал практикующего маркетинг-директора «Записки маркетолога» [Электронный ресурс] / практ. марк.-дир. «Записки маркетолога». ––— Москва, 2005. ––— Режим доступа: <https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/expert_interview/>. ––— Дата доступа: 01.05.2021.
25. Сервис рассылок «Send Pulse» [Электронный ресурс] / серв. расс. «Send Pulse». ––— Минск, 2015. ––— Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/expert-interview>. ––— Дата доступа: 01.05.2021.
26. <https://alzari.ru> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://alzari.ru/kommentarij.html#q1>. ––— Дата доступа: 27.04.2021.
27. <https://beltiz.by> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://beltiz.by/tovarisch>. ––— Дата доступа: 26.04.2021.
28. http://dspace.bsu.edu.ru [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/29361/1/Zinin_Spetsializirovannye.pdf>. ––— Дата доступа: 26.04.2021.
29. https://drive.google.com [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d/1llEq6EnLp2YhiLNviKifEsUKP1FW7CXU/view?usp=sharing>. ––— Дата доступа: 01.05.2021.
30. https://www.efremova.info [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://www.efremova.info/word/retsenzija.html#.Xqm_BikzZ1s>. ––— Дата доступа: 29.04.2021.
31. https://elib.bsu.by [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/20462>. ––— Дата доступа: 21.05.2021.
32. <https://its-journalist.ru> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://its-journalist.ru/articles/zhurnalistskie-zhanry-klassifikaciya-i-tipologiya-glazami-vedushhix-specialistov.html#i>. ––— Дата доступа: 27.04.2021.
33. <https://justarrived.by> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://justarrived.by/ru/news/the-most-popular-newspapers-in-belarus>. ––— Дата доступа: 26.04.2021.
34. <https://kgu-journalist.ucoz.ru> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: [https://kgu-journalist.ucoz.ru/publ/zhanry\_zhurnalistiki/kommentarij\_kak\_analiticheskij\_zhanr\_kak\_pisat\_kommentarij/6—1-0-93](https://kgu-journalist.ucoz.ru/publ/zhanry_zhurnalistiki/kommentarij_kak_analiticheskij_zhanr_kak_pisat_kommentarij/6-1-0-93). ––— Дата доступа: 29.04.2021
35. http://mininform.gov.by [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <http://mininform.gov.by/activities/statisticheskiy/>. ––— Дата доступа: 22.05.2021.
36. <https://www.litmir.me> [Электронный ресурс]. ––— Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=177528&p=14>. ––— Дата доступа: 26.04.2021.

ПРИЛОЖЕНИЯ

*Приложение 1*

**Список категорий контент-анализа и инструкции по их кодированию**

**1. Тип журнала (несколько вариантов ответа)**

1. Специализированный

2. Литературно-художественный

3. Общественно-политический

4. Научно-популярный

Ставится код от 1 до 4.

**2. Если тип журнала ––— специализированный**

1. Кино

2. Музыка

3. Театр

4. Изобразительное искусство

5. История

6. Литература

Ставится код от 1 до 6.

**3. Форма собственности**

1. Государственный

2. Негосударственный

**4. Периодичность журнала**

1. Ежемесячный

2. Ежеквартальный

3. Ежегодный

Ставится код от 1 до 3.

**5. Учредитель (несколько вариантов ответа)**

1. Органы власти и управления

2. Редакция журнала

3. Коллектив, организация

4. Частное лицо

5. Другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставится код от 1 до 4, **после кода 5** указывается учредитель, который, по Вашему мнению, не может быть отнесён к перечисленным выше.

**6. Наличие у журнала собственного Интернет-сайта**

1. Есть собственный Интернет-сайт

2. Собственный Интернет-сайт отсутствует

Ставится код 1 или 2.

**7. Тираж журнала** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (разовый, не подписной, тираж данного номера)

Указывается тираж журнала (например, 10000).

**8. Дата публикации** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Указывается число, месяц.

**9. Качество бумаги (несколько вариантов ответов)**

1. Глянцевая

2. Матовая

3. Офсетная

Ставится код 1 или 2.

**10. Вид бумаги (несколько вариантов ответов)**

1. Мелованная

2. Немелованная

**11. Объём журнала (количество страниц)**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Указывается количество страниц в журнале (например, 36). **Внимание!** Количество страниц указывается с объёмом приложения, если таковое присутствует.

**12. Тема статьи (один вариант ответа)**

1. Политика

2. Культура **переход к категории 14**

3. Социальная сфера **переход к категории 15**

4. Развлекательный контент (или реклама) **переход к категории 26**

Чтобы облегчить определение темы статьи, сформулируйте для себя основной тезис статьи, почему она появилась в газете. Если тем несколько, выберите ту, которая преобладает.

Ставится код от 1 до 4. Смотрите пункты 16 – 18 для более быстрого кодирования.

**13. Если тема статьи – политика (один вариант ответа)**

1. Политические институты (ветви власти, политические партии и т. п., если рассматриваются они как таковые, а не их решения / позиция в сфере экономики или социальной сфере)

2. Электоральные процессы

3. Идеология

4. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставится код от 1 до 4, **после кода 4** указывается тема, которая, по Вашему мнению, может быть отнесена к политической сфере. **переход к категории 16**

**14. Если тема статьи – культура (один вариант ответа)**

1. Кино

2. Изобразительное искусство

3. Театр

4. Музыка

5. Литература

6. История

7. Анимация

8. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставится код от 1 до 7, **после кода 7** указывается тема, которая, по Вашему мнению, может быть отнесена к сфере культуры. **переход к категории 16**

**15. Если тема статьи – социальная сфера (один вариант ответа)**

1. СМИ

2. Наука и технологии

3. Образование

4. Экология / благотворительность

5. Светская хроника

6. Стиль жизни / Материалы по интересам (свободное время; машины, домашние животные, садоводство, домоводство и т. д.)

7. Спорт

8. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставится код от 1 до 7, **после кода 7** указывается тема, которая, по Вашему мнению, может быть отнесена к социальной сфере.

**16. Субъект статьи (один вариант ответа)**

1. Учреждения образования

2. Учреждения культуры (музеи, театры, кинотеатры и др.)

3. Учреждения науки

4. СМИ

5. Частное лицо

6. Эксперт в области науки, культуры, образования и проч.

7. Деятель науки, культуры или искусства

8. У статьи нет субъекта

9. Мероприятия в сфере культуры, образования, науки и проч. (форум, фестиваль и проч.)

10. Результаты творческого и интеллектуального труда (произведения искусства: музыка, кино, фильмы, сериалы, художественные изображения и др.)

11. Высшие официальные лица (Президент, Администрация Президента, Совет министров и др.)

12. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Субъект статьи – основное действующее лицо, связанное с темой статьи (например, если статья посвящена новой выставке известного художника, то тема статьи кодируется как изобразительное искусство, а субъект статьи как деятель культуры и искусства).

Ставится код от 1 до 9, **после кода 9** указывается субъект статьи, который, по Вашему мнению, не может быть отнесён к перечисленным выше.

**17. Демографический фокус (один вариант ответа)**

1. Молодёжь

2. Белорусы

3. Пожилые люди

4. Женщины

5. Нет демографического фокуса

6. Другое (Фокус на группе, не указанной в кодах 1 – 4)

Если в статье упоминаются подростки, но при этом их возраст не рассматривается как проблема, то у статьи нет возрастного фокуса. Статьи специального интереса для определённой группы (например, молодёжная музыка или женское здоровье), являются сфокусированными. Упоминания национальной кухни, национальной музыки и т. д. являются фокусом.

Если в статье более чем 1 фокус, то отдавайте приоритет тому, у которого код – меньшее число.

Ставится код от 1 до 6.

**18. Географический фокус (один вариант ответа)**

1. Беларусь – Республиканский фокус

2. Беларусь – Областной фокус

3. Беларусь – Региональный, местный фокус

4. Беларусь – Городской фокус

5. Зарубежный: страны, граничащие с Беларусью

51. Россия

52. Украина

53. Польша

54. Литва

55. Латвия

6. Зарубежный: другие страны

7. Международный (отношение Беларуси с другими странами)

8. Международный (отношение других стран между собой) / Глобальный

9. Нет географического фокуса

10. Другое (например, Антарктика или открытый космос)

Для определения фокуса полезно определить место действия главного события статьи, уровень освещения темы, тип читателей, которому статья была бы более интересна и к кому она обращена.

Ставится код от 1 до 10.

**19. Позиционирование статьи (несколько вариантов ответа)**

Отражает позицию изнутри Республики Беларусь:

1. Отражает позицию белорусской власти

2. Отражает позицию политической белорусской оппозиции

3. Отражает позицию конкретной политической партии / общественной организации (исключая оппозиционные)

4. Отражает позицию учреждения

5. Отражает позицию редакции

6. Отражает позицию журналиста

7. Отражает позицию других СМИ

8. Отражает позицию частного лица

9. Позиционирование отсутствует

10. Отражает позицию из-за пределов Республики Беларусь (не белорусской власти, не белорусских партий, предприятий и т. д.)

Сначала определитесь, отражает ли статья позицию изнутри Республики Беларусь

Ставится код от 1 до 10.

**20. Направленность статьи (один вариант ответа)**

1. Апологетическая

2. Дискредитационная (критическая)

3. Смешанная

4. Нейтральная

Апологетическая направленность – неумеренное восхваление, защита официальной позиции / позиций. Дискредитационная – стремление опровергнуть, раскритиковать основную позицию / позиции.

Ставится код от 1 до 4.

**21. Форма аргументации (один вариант ответа)**

1. Фактологическая

2. Эмоционально-образная

3. Смешанная

4. Аргументация отсутствует

Фактологическая форма аргументации – приведённые доказательства основаны на фактах. Эмоционально-образная – приведённые доказательства основаны на эмоциях, образах.

Ставится код от 1 до 4.

**22. Использованные источники информации (несколько вариантов ответов)**

1. Информационные агентства

2. Интернет-ресурсы

3. Пресс-служба органов власти и управления (в т. ч. сами органы власти и управления)

4. Информант (официальное или частное лицо)

5. Другие СМИ

6. Ни одного источника / Источник не указан

7. Учреждения культуры, образования, науки и др.

8. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Внимание!** Кодируется не авторство статьи, а источники, упоминаемые в тексте.

Ставится код от 1 до 8.

**23. Автор статьи (один вариант ответа)**

1. Журналист (включая корреспондентов газеты)

2. Редакция газеты

3. Информационное агентство

4. Другие СМИ

5. Пресс-служба учреждения

6. Официальное лицо (руководитель учреждения культуры, науки или образования)

7. Политик, общественный лидер

8. Эксперт, учёный

9. Рядовой читатель

10. Трудно определить (под статьёй указана фамилия, но неясно, принадлежит ли она журналисту или эксперту и т. д.)

11. Авторство статьи не указано

12. Деятель культуры, науки, образования и др.

13. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ставится код от 1 до 12, **после кода 13** указывается автор статьи, который, по Вашему мнению, не может быть отнесён к перечисленным выше.

**24. Тип статьи (один вариант ответа)**

1. Информационная заметка

2. Комментарий (если на треть представляет собой мнение от первого лица или мнение журналиста)

3. Интервью (большая часть статьи построена на вопросах и ответах)

4. Аналитическая статья (сравниваются различные точки зрения, рассматривается развитие процесса во времени, даётся ответ на вопрос «почему»)

5. Лонгрид

6. Очерк

7. Обзор

8. Репортаж

9. Эссе

10. Зарисовка

11. Тематическая подборка

12. Рецензия

13. Перевод оригинального произведения

14. Оригинальное произведение (проза)

15. Оригинальное произведение (поэзия)

16. Оригинальное произведение (пьеса)

17. Другое

Ставится код от 1 до 17.

**25. Язык статьи (один вариант ответа)**

1. Белорусский

2. Русский

Ставится код 1 или 2.

**26. Номер страницы**

1. Страница, на которой статья появляется\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Страница, на которой статья продолжается\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Приложение 2*

**Название журнала\_\_\_\_Мастацтва\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_1130\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_07.1995\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_3\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_­­­­­­­84\_\_полосы\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. «Ягоныя сны» | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Гармонія нацыянальнага і універсальнага ў беларускай культурнай традыцыі | 2 |  | 8, культура в целом |  | 12, культура | 2 | 1 | 6 | 3 | 1 | 4, 8 (книги) | 12, Владимир Конон | 4 | 1 | 4, 6 |
| 3. “Беларусь няхай дружна запяе...” | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 1 | 2 | 4 | 1, Тацьцяна Мушынская | 2 | 1 | 7, 9 |
| 4. Буйныя кроплі на шыбах. Антон Абрамовіч | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 9 | 3 | 2 | 8, книги | 12, Александр Мартинович | 6 | 1 | 10, 13 |
| 5. Мастацтва, якое спрабуе пераадолець сябе | 2 |  | 4 |  | 12, музыка | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Катерина Седова | 4 | 1 | 14, 15 |
| 6. “Каб і голас, і сьлёзы, і словы…” | 2 |  | 8, народное творчество |  | 12, народное творчество | 2 | 1 | 6 | 3 | 1 | 4 | 12, Тамара Варфаломеева | 4 | 1 | 15, 17 |
| 7. Заслаўе на парозе XXI стагоддзя | 2 |  | 8, народное творчество |  | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Ала Сташкэвіч | 8 | 1 | 18, 21 |
| 8. Карціна-абагульненне | 2 |  | 2 |  | 10, картина | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 8, стихи | 12, Антонина Гарон | 4 | 1 | 22, 23 |
| 9. Незапатрабаваны талент | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Леонид Дробов | 6 | 1 | 23, 25 |
| 10. Цярпенні і радасьці працоўні | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Михаил Романюк | 6 | 1 | 26, 28 |
| 11. Праўдзівае | 2 |  | 8, культура в целом |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 8, книги | 10, Галина Петровская | 5 | 1 | 29, 32 |
| 12. Спраўджанае | 2 |  | 8, культура в целом |  | 12, народное творчество | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 4, 8 (книги) | 10, Галина Петровская | 5 | 1 | 33, 37 |
| 13. Штучныя кветкі | 2 |  | 3 |  | 10, спектакли | 2 | 1 | 6 | 3 | 3 | 6 | 1, Людмила Громыко | 6 | 1 | 38, 41 |
| 14. У акцёрскім вымярэньні. Што можна было б пакінуць па-за ўвагай | 2 |  | 3 |  | 9, фестиваль | 2 | 1 | 6 | 3 | 2 | 6 | 10, Тацьцяна Ратабыльская | 4 | 1 | 42, 45 |
| 15. Містэрыяльныя вытокі тэатра. Містэрыя летняга сонцавароту | 2 |  | 8, народное творчество |  | 12, мифы | 2 | 9 | 6 | 4 | 4 | 6 | 12, Галина Алисейчик | 13 | 1 | 46, 48 |
| 16. Мастацтва рэнесансу. Італія і нямецкае формаадчуваньне | 2 |  | 2 |  | 10, картины | 2 | 9 | 6 | 4 | 4 | 8, картины | 10, Валерий Буйвол | 13 | 1 | 49, 55 |
| 17. На шляху да новага адзінства (Да 100-годдзя з дня нараджэньня Ласла Мохай-Надзя) | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 9 | 6 | 4 | 4 | 6 | 10, Валерий Буйвол | 13 | 1 | 56, 58 |
| 18. Альбом (сшытак пяты). Ландшафт, які праз шэсьць хвілін будзе зьняты з гэтай кропкі, калі… | 2 |  | 8, фотография |  | 10, фотографии | 2 | 9 | 8 | 4 | 2 | 6 | 12, Игорь Савченко | 10 | 1 | 59, 63 |
| 19. Запросіны ў сьвет радасьці | 2 |  | 2 |  | 10, картины | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Галія Фатыхава | 2 | 1 | 64, 67 |
| 20. Зьнесла курачка яечка | 2 |  | 8, народное творчество |  | 9, выставка | 2 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Г. Б. | 8 | 1 | 68, 71 |
| 21. Слоўніку тэатральнаму быць! | 2 |  | 3 |  | 10, словарь | 2 | 1 | 6 | 3 | 2 | 8, книга | 10, Диана Стельмах | 12 | 1 | 72, 74 |
| 22. Дапаможнік, якога чакаюць | 2 |  | 4 |  | 10, словарь | 2 | 1 | 6 | 3 | 2 | 6 | 10, Людміла Ляшчэвіч | 1 | 1 | 75 |
| 23. Выдадзена Рэспубліканскім цэнтрам эстэтычнага выхавання дзяцей | 2 |  | 5 |  | 10, книги | 1 | 1 | 9 | 4 | 4 | 6 | 2 | 1 | 1 | 76, 77 |
| 24. Хроніка мастацкага жыцьця | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 1 | 9 | 4 | 4 | 6 | 2 | 11 | 1 | 78, 80 |
| 25. Старонкі календара: жнівень 1995 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 82 |
| 26. Фрагмент экспазіцыі выстаўкі “Вялікдзень: традыцыі і мастацтва” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 83 |
| 27. Уладзімір Кожух. Мелодыя надыходу ночы | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 84 |
| Итоговые данные: 27 статей (отдельных публикаций) | 2 – 23  4 – 4 |  | 2 – 7  3 – 3  4 – 4  5 – 1  8 – 8 |  | 2 – 1  5 – 6  9 – 3  10 – 8  12 – 5 | 1 – 1  2 – 22 | 1 – 19  9 – 4 | 6 – 18  8 – 2  9 – 4 | 1 – 9  3 – 7  4 – 7 | 1 – 2  2 – 13  3 – 3  4 – 5 | 4 – 7  6 – 11  8 – 7  (25) | 1 – 2  2 – 2  10 – 8  12 – 11 | 1 – 2  2 – 2  4 – 5  5 – 2  6 – 4  8 – 2  10 – 1  11 – 1  12 – 1  13 – 3 | 1 – 23 | 2 – 1  4-6 – 1  7-9 – 1  10—13 – 1  14 – 1  15 – 2  17 – 1  18—21 – 1  22 – 1  23 – 2  25 – 1  26—28 – 1  29-32 – 1  33-37 – 1  38-41 – 1  42-45 - 1  46-48 – 1  49 |

*Приложение 3*

**Название журнала\_\_\_\_Мастацтва\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_1000\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_03.1996\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_3\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_­­­­­­­84\_\_полосы\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Акцёры тэатраў Беларусі | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Структура культуралагічнай прасторы | 2 |  | 8, культура в целом |  | 12, культура | 2 | 9 | 8 | 4 | 3 | 6 | 12, Михаил Круковский | 4 | 1 | 4, 5 |
| 3. Нататкі кансэрватара (На спектаклях ў Віцебску) | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 12, Владимир Мальцев | 7 | 1 | 6, 9 |
| 4. З Францыі, з любоўю | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 6 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Виктор Манаев | 2 | 1 | 10, 11 |
| 5. Позірк… у наступнае стагоддзе (Беларуская музычная восень-95) | 2 |  | 4 |  | 10, фестиваль | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 10 | 2 | 1 | 12, 14 |
| 6. “Дружна грабіце ў імя цудоўнага…” | 2 |  | 4 |  | 2 | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 12, Ольга Морозова | 6 | 1 | 15, 18 |
| 7. Свята памяці | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Лариса Таирова | 6 | 1 | 18, 20 |
| 8. “Сініца” пачала шчыраваць… | 2 |  | 4 |  | 10, музыкальная программа | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10 | 1 | 1 | 21 |
| 9. Настальгія па мастацтву з вялікай літары | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 2 | 2 | 6 | 12, Татьяна Снитко | 2 | 1 | 22 |
| 10. Жанчына і яе феномен на фоне “Лістапада” | 2 |  | 1 |  | 10, фильмы | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 8, книги | 12, Нина Фрольцова | 4 | 1 | 23, 26 |
| 11. “Свуй інтымны малы сьвят” польскага кіно | 2 |  | 1 |  | 10, фильмы | 2 | 5, 53 | 8 | 4 | 2 | 8, книги | 12, Людмила Саенкова | 4 | 1 | 27, 29 |
| 12. Закахайцеся ў сваю працу | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 6 | 8 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 30 |
| 13. Патрыярх сюррэалізму | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 6 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Жак Лассаль (перевод Валерия Буйвола) | 6 | 1 | 31 |
| 14. Пра жанчыну, колер, прастору і шмат што іншае ў паэзіі Алеся Разанава | 2 |  | 5 |  | 10, стихи | 2 | 9 | 8 | 4 | 2 | 8, стихи | 10 | 4 | 1 | 32, 35 |
| 15. Крытыка ––— не трава пад ветрам | 2 |  | 2 |  | 12, изобразительное искусство | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10 | 2 | 1 | 36 |
| 16. Беларускія мастакі ў соцыя-культурным кантэксце 1990-х гадоў | 2 |  | 2 |  | 10, картины | 2 | 1 | 8 | 3 | 2 | 6 | 10 | 2 | 1 | 37, 38 |
| 17. Некалькі заўваг пра легітымацыю новага балгарскага мастацтва, або Праект уяўнай выставы | 2 |  | 2 |  | 10, картины | 2 | 6 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10 (перевод Нины Петрошевич) | 4 | 1 | 39, 41 |
| 18. Праблема стылю | 2 |  | 2 |  | 12, художественная критика | 2 | 1 | 8 | 2 | 2 | 6 | 12, Юрась Барысевіч | 2 | 1 | 42, 43 |
| 19. Шануйце традыцыі! | 2 |  | 8, народное творчество |  | 12, народное творчество | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Васіль Ліцвінка | 6 | 1 | 44, 48 |
| 20. Рамяство. Ад прадзедаў ––— нашчадкам | 2 |  | 8, народное творчество |  | 12, народное творчество | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 2 | 1 | 48, 50 |
| 21. Што напаткала “сапяжанскі збор” | 2 |  | 6 |  | 12, коллекция | 2 | 1 | 8 | 4 | 3 | 8, книги | 12, Майя Яницкая | 6 | 1 | 51, 52 |
| 22. Прарыў у прастору | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 6 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10 | 6 | 1 | 52, 55 |
| 23. “.. паверсе чалавечага імчыць думка сусвету” | 2 |  | 2 |  | 10, картины | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Николай Пограновский | 4 | 1 | 56, 61 |
| 24. Sequenda. Ці будзе працяг? | 2 |  | 8, фотография |  | 10, фотовыставка | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Надежда Короткина | 2 | 1 | 62, 66 |
| 25. Драўлянае культурнае дойлідства Беларусі XVIII––—XIX стст. І ўзаемадзеянне культур | 2 |  | 8, архитектура |  | 10, архитектурные постройки | 2 | 1 | 8 | 4 | 3 | 6 | 12, Александр Локотко | 4 | 1 | 67, 75 |
| 26. Прашу слова, ці прашу прабачэння | 2 |  | 4 |  | 12, культура | 2 | 1 | 8 | 4 | 3 | 6 | 12, Виктор Скоробогатов | 9 | 1 | 76, 77 |
| 27. Хроніка мастацкага жыцця | 2 |  | 8, культурная жизнь Беларуси |  | 12, культура | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 2 | 11 | 1 | 78, 80 |
| 28. Старонкі календара: красавік 1996 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 82 |
| 29. Засімовіч “Космас” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 83 |
| 30. Сяргей Войчанка “Новая якасць” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 84 |
| Итоговые данные: 30 статей (отдельных публикаций) | 1. – 26   4 – 4 |  | 1 – 4   1. – 7 2. – 2   4 – 5  5 – 1  6 – 1  8 – 6 |  | 1. – 1   5 – 5  10 – 12  12 – 8 | 2 – 26 | 1 – 18  5 – 1  6 – 5  9 – 2 | 8 – 25  9 – 1 | 1 – 7   1. – 2 2. —1   4 – 16 | 1 – 1   1. – 20 2. – 4   4 – 1 | 4 – 2  6 – 20  8 – 4 | 1. – 2   10 – 7  11 – 1  12 – 16 | 1 – 1   1. – 8 2. – 1   4 – 7  6 – 6  7 – 1  9 – 1  11 – 1 | 1 – 26 | 1. – 1   4-5 – 1  6-9 – 1  10—11 – 1  12—14 – 1  15 – 1  18 – 2  20 – 1  21 – 1  22 – 1  23—26 – 1  27—29 – 1  30 – 1  31 – 1  32-35 – 1  36 – 1  37-38 – 1 |

*Приложение 4*

**Название журнала\_\_\_\_Мастацтва\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_609\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_04.2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_52\_\_­­­­­­­\_\_полосы\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Сяргей Грыневіч “Укрыжаванне” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Магчымасці для мастакоў у эпоху пандэміі | 2 |  | 2 |  | 12, гранты | 2 | 6 | 9 | 4 | 1 | 6 | 10 | 1 | 1 | 5 |
| 3. Міндаўгас Габрэнас. SlowFlow дыпламата і фатографа | 2 |  | 8, фотография |  | 5 | 2 | 5, 54 | 8 | 4 | 2 | 6 | 11 | 3 | 1 | 6, 9 |
| 4. Музейныя выклікі: спосабы рэагавання | 2 |  | 8, культура выставок |  | 2 | 2 | 1 | 6, 8 | 3 | 3 | 4 | 11 | 3 | 1 | 10, 14 |
| 5. Ад нулявой да зорнай гадзіны | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Алеся Белявец | 12 | 1 | 15, 21 |
| 6. Ад паглыблення парадоксу да раўнавагі | 2 |  | 8, стеклодув |  | 10, изделия из стекла | 2 | 1 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 12, Любовь Гаврилюк | 12 | 1 | 22, 23 |
| 7. Вэрхал ад Уорхала | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 4 | 2 | 6 | 12, Павел Войницкий | 12 | 1 | 24, 25 |
| 8. Простыя сюжэты (выстава Яна Камара ў Нацыянальным гістарычным музеі) | 2 |  | 8, фотография |  | 10, фотографии | 2 | 1 | 6 | 4 | 2 | 4 | 1, Дарья Амелькович | 12 | 1 | 26, 29 |
| 9. Чым здзівіць гледача? VI Міжнародны фестываль “Уладзімір Співакоў запрашае…” | 2 |  | 4 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Элеонора Скуратова | 7 | 1 | 30, 33 |
| 10. Спяваць заўсёды, спяваць ўсюды! | 2 |  | 4 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 12 | 1 | 34, 35 |
| 11. Zero Hour. Опера Віктара Капыцьуо “Урочны час” | 2 |  | 4 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 2 | 12 | 1 | 36, 38 |
| 12. Ды няшчасце дапамагло… | 2 |  | 8, культура в целом |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 39 |
| 13. Тры сустрэчы з Пэндэрэцкім | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 4 | 2 | 6 | 1 | 2 | 1 | 39 |
| 14. Ціхі 100-гадовы юбілей | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 6 | 9 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 1 | 39 |
| 15. Аркестр маленькіх людзей | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Дмитрий Ермолович-Дащинский | 12 | 1 | 40, 41 |
| 16. Тэатр для сталення | 2 |  | 3 |  | 2 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 12, Жанна Лашкевич | 7 | 1 | 42, 43 |
| 17. Ніхто нават не памёр | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Жанна Лашкевич | 12 | 1 | 44, 46 |
| 18. Тэатральныя байкі ад Вергунова | 2 |  | 3 |  | 12, байки | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 11 | 1 | 47 |
| 19. Мы з мінулага (Беларускае гістарычнае кіно як бездань нявыкарыстаных магчымасцей і неверагодных перспектыў) | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 7 | 1 | 48, 49 |
| 20. Чаму фемінізм і раўнапраўе важныя для дызайну? | 2 |  | 8, дизайн |  | 12, дизайн журналов | 4 | 1 | 6 | 2 | 3 | 6 | 12, Алла Пигальская | 7 | 1 | 50, 51 |
| Итоговые данные: 20 статей (отдельных публикаций) | 2 – 19  4 – 1 |  | 1 – 1  2 – 3  3 – 4  4 – 5  8 – 6 |  | 2 – 2  5 – 4  9 – 5  10 – 5  12 – 3 | 2 – 18  4 – 1 | 1 – 16  5 – 1  6 – 2 | 6 – 14  8 – 5  9 – 2 | 1 – 9  2 – 1  3 – 1  4 – 8 | 1 – 2  2 – 14  3 – 3 | 2 – 1  4 – 7  6 – 11 | 1 – 6  2 – 1  10 – 1  11 – 3  12 – 8 | 1 – 1  2 – 3  3 – 2  7 – 4  11 – 1  12 – 8 | 1 – 19 | 2 – 1  5 – 1  6-9 – 1  10—14 – 1  15—21 – 1  22—23 – 1  24—25 – 1  26—29 – 1  30-33 – 1  34-35 – 1 |

*Приложение 5*

**Название журнала\_\_\_\_Мастацтва\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_515\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_07.2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_52\_\_­­­­­­­\_\_полосы\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. «Исчю человека» | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Магчымасці для мастакоў у эпоху пандэміі | 2 |  | 2 |  | 12, гранты | 2 | 6 | 9 | 4 | 1 | 6 | 10 | 1 | 1 | 5 |
| 3. Жанна Капуснікава. Спадзяюся, я расту | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 3 | 1 | 6, 9 |
| 4. Досвед РОСФОТО: і люстэрка, і малаток | 2 |  | 8, фотография |  | 2 | 2 | 5, 51 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 1, Дарья Амелькович | 3 | 1 | 10, 15 |
| 5. Рэшткі мастацкай спадчыны Яна Дамеля | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 10, Зміцер Моніч | 6 | 1 | 16, 19 |
| 6. Пластык забыцця. Выстава “Доўгая дарога дамоў” Машы Мароз у НЦСМ | 2 |  | 8, артхаус |  | 10, инсталляция | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Любовь Гаврилюк | 12 | 1 | 20, 23 |
| 7. Пасля жыцця. “Post Vitam” Аксаны Веніямінавай у Мемарыяльным музеі-майстэрні Заіра Азгура | 2 |  | 8, артхаус |  | 10, экспозиция | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 10, Алёна Семенова | 12 | 1 | 24, 25 |
| 8. Дзяніс Янцэвіч. Знайсці інтанацыю | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 1, Ольга Савицкая | 3 | 1 | 26, 29 |
| 9. Імша Таццяны Гаўрылавай. Пасля выканання “зімовага шляху” | 2 |  | 4 |  | 10, музыкальное исполнение | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Виктор Копытько | 12 | 1 | 30, 31 |
| 10. Эдуард Міцуль. Высакародны рыцарь песні | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Ольга Брилон | 6 | 1 | 32, 34 |
| 11. Доўгае жыцце кароткіх хваляў | 2 |  | 4 |  | 12, изобретение | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 1 | 2 | 1 | 35 |
| 12. Фабрыка хітоў | 2 |  | 4 |  | 10, музыкальный альбом | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 | 1 | 35 |
| 13. Па хвалях маёй памяці | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 3 | 6 | 1 | 2 | 1 | 35 |
| 14. Таццяна Уласень. Балерына з характарам | 2 |  | 3 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 10, Алена Балабанович | 3 | 1 | 36, 39 |
| 15. Выклікі новай рэальнасці | 2 |  | 3 |  | 2 | 2 | 1 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 12, Жанна Лашкевич | 4 | 1 | 40, 45 |
| 16. Лакмусавая паперка, альбо пагроза для “жывога тэатра”? | 2 |  | 3 |  | 12, переход театра в онлайн-формат | 2 | 1 | 6 | 4 | 2 | 6 | 10, Кацярына Яроміна | 4 | 1 | 45, 46 |
| 17. Тэатр анлайн: сродак альбо мэта? | 2 |  | 3 |  | 12, переход театра в онлайн-формат | 2 | 1 | 6 | 4 | 2 | 6 | 12, Дмитрий Ермолович-Дащинский | 2 | 1 | 46 |
| 18. Тэатральныя байкі ад Вергунова | 2 |  | 3 |  | 12, байки | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 11 | 1 | 47 |
| 19. Кіно. Убачаннае Антонам Сідарэнкам | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 12 | 1 | 48, 49 |
| 20. Ці патрэбная ў дызайне зваротная сувязь і што яна дае? | 2 |  | 8, дизайн |  | 12, дизайн-проект | 5 | 1 | 6 | 4 | 2 | 4 | 12, Алла Пигальская | 4 | 1 | 50, 51 |
| Итоговые данные: 20 статей (отдельных публикаций) | 2 – 19  4 – 1 |  | 1 – 1  2 – 3  3 – 5  4 – 6  8 – 4 |  | 2 – 2  5 – 6  10 – 5  12 – 6 | 2 – 18  5 – 1 | 1 – 17  5 – 1  6 – 1 | 6 – 13  8 – 8  9 – 2 | 1 – 7  4 – 12 | 1 – 2  2 – 16  3 – 1 | 4 – 9  6 – 10 | 1 – 6  10 – 5  11 – 2  12 – 6 | 1 – 1  2 – 4  3 – 4  4 – 3  6 – 2  11 – 1  12 – 4 | 1 – 19 | 2 – 1  5 – 1  6-9 – 1  10—15 – 1  16—19 – 1  20—23 – 1  24—25 – 1  26—29 – 1  30-31 – 1 |

*Приложение 6*

**Название журнала\_\_\_\_Мастацтва\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_472\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_01.2021\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_52\_\_­­­­­­­\_\_полосы\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Тайцзы. Бронза, граніт, 2003––—2004 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Словы студзеня (Маламункі / Дзяячкі / Кветкі) | 2 |  | 8, фотография |  | 10, фотографии | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 8, книги | 12, Любовь Гаврилюк | 2 | 1 | 4, 5 |
| 3. Пачуццё колеру. “Шлях да колеру” ў ZAL #2 у Палацы мастацтва | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 12, Любовь Гаврилюк | 12 | 1 | 6, 7 |
| 4. Сонца на талерцы. Кераміка Уладзіміра Кандрусевіча ў Мемарыяльным музеі-майстэрні Заіра Азгура | 2 |  | 8, гончарство |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 10, Алёна Семенова | 12 | 1 | 8, 9 |
| 5. Ідышскае сучаснае мастацтва | 2 |  | 2 |  | 12, изобразительное искусство еврейского народа | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 12, Евгений Фикс | 4 | 1 | 10, 13 |
| 6. Вучні Фердынанда Рушчыца з Беларусі | 2 |  | 2 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 4 | 3 | 4 | 12, Надежда Усова | 6 | 1 | 14, 21 |
| 7. Паўночны вецер музычнай спякоты. “Трамантана-5”: новая камерная музыка | 2 |  | 4 |  | 10, творческий проект | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Надежда Бунцевич | 12 | 1 | 22, 25 |
| 8. Прыгоды драўлянай лялькі. Прэм’ера оперы “Пінокіа” ў Вялікім тэатры Беларусі | 2 |  | 4 |  | 10, опера | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 10, Татьяна Михайлова | 12 | 1 | 26, 27 |
| 9. Чатыры зоркі і акіян музыкі. Праект “Recordare” ў Вялікім тэатры Беларусі | 2 |  | 4 |  | 9 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 12, Татьяна Мушинская | 12 | 1 | 28, 30 |
| 10. Што адбываецца на блакітным экране | 2 |  | 4 |  | 12, телевидение | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 31 |
| 11. Колінз, проста Колінз | 2 |  | 4 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 | 1 | 31 |
| 12. Беларускі андэграўнд 1960––—70-х. Частка III. Біт-фэст | 2 |  | 4 |  | 12, музыкальный коллектив | 2 | 1 | 6 | 4 | 3 | 4 | 10, Виктор Семашко | 6 | 1 | 32, 35 |
| 13. З узаемнай цеплынёй. Ансамблю кафедры харэаграфіі універсітета культуры ––— 25 гадоў | 2 |  | 3 |  | 12, хореографический коллектив | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 12, Юлия Чурко | 6 | 1 | 36, 39 |
| 14. Абласны тэатр як інтэртэймент. З досведу херсонскага акадэмічнага музычна-драматычнага тэатры імя Міколы Куліша (Україна) | 2 |  | 3 |  | 2 | 2 | 5, 52 | 6 | 1 | 3 | 6 | 12, Дмитрий Ермолович-Дащинский | 7 | 1 | 40, 41 |
| 15. Невыносная пошласць жыцця. “Мікалаша” паводле Антона Чэхава ў Дзяржаўным тэатры лялек | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 10, Кацярына Яроміна | 12 | 1 | 42, 44 |
| 16. Тэатральныя байкі ад Вергунова | 2 |  | 3 |  | 12, байки | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 11 | 1 | 45 |
| 17. Плённы час на шляху да ўздыму. 2010-я ў беларускім кіно: ад “Масакры” да “Купалы” ––— адкрыцці, імёны, тэнденцыі | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 1, Антон Сидоренко | 7 | 1 | 46, 49 |
| 18. Стаць падобнымі да сябе. Што можна даведацца пра беларускі дызайн, калі параўноўваць яго з суседнімі краінамі? | 2 |  | 8, дизайн |  | 12, дизайн денег | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 12, Алла Пигальская | 4 | 1 | 50, 51 |
| Итоговые данные: 18 статей (отдельных публикаций) | 2 – 17  4 – 1 |  | 1 – 1  2 – 3  3 – 4  4 – 6  8 – 3 |  | 2 – 1  5 – 2  9 – 3  10 – 5  12 – 6 | 2 – 17 | 1 – 16  5 – 1 | 6 – 15  8 – 2  9 – 1 | 1 – 11  2 – 1  4 – 5 | 1 – 2  2 – 9  3 – 6 | 4 – 5  6 – 11  8 – 1 | 1 – 3  10 – 4  11 – 1  12 – 9 | 2 – 3  4 – 2  6 – 3  7 – 2  11 – 1  12 – 6 | 1 – 17 | 2 – 1  4-5 – 1  6-7 – 1  8-9 – 1  10—13 – 1  14—21 – 1  22—25 – 1  26—27 – 1  28-30 – 1  31 – 2  32-35 – 1  36-39 – 1  40-41 – 1  42-44 – 1  45 – 1  46-49 – 1 |

*Приложение 7*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *57*  *материалов* | 2 – 49  4 – 8 |  | 1 – 4  2 – 14  3 – 5  4 – 9  5 – 2  6 – 1  8 – 14 |  | 2 – 2  5 – 11  9 – 3  10 – 20  12 – 13 | 1 – 1  2 – 48 | 1 – 37  5 – 1  6 – 5  9 – 6 | 6 – 18  8 – 27  9 – 5 | 1 – 16  2 – 2  3 – 8  4 – 23 | 1 – 3  2 – 33  3 – 7  4 – 6 | 4 – 9  6 – 31  8 – 11 | 1 – 2  2 – 4  10 – 15  11 – 1  12 – 27 | 1 – 3  2 – 10  3 – 1  4 – 12  5 – 2  6 – 10  7 – 1  8 – 2  9 – 1  10 – 1  11 – 2  12 – 1  13 – 3 | 1 – 49 | ––— |

*Приложение 8*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *57 материалов* | 2 – 85,9%  4 – 14% |  | 1 – 8,1%  2 – 28,5%  3 – 10,2%  4 – 18,3%  5 – 4%  6 – 2%  8 – 28,5% |  | 2 – 4%  5 – 22,4%  9 – 6,1%  10 – 40,8%  12 – 26,5% | 1 – 2%  2 – 97,9% | 1 – 75,5%  5 – 2%  6 – 10,2%  9 – 12,2% | 6 – 36%  8 – 54%  9 – 10% | 1 – 32,6%  2 – 4%  3 – 16,3%  4 – 46,9% | 1 – 6,1%  2 – 67,3%  3 – 14,2%  4 – 12,2% | 4 – 17,4%  6 – 60,7%  8 – 21,5% | 1 – 4%  2 – 8,1%  10 – 30,6%  11 – 2%  12 – 55,1% | 1 – 6,1%  2 – 20,4%  3 – 2%  4 – 24,4%  5 – 2%  6 – 20,4%  7 – 2%  8 – 4%  9 – 2%  10 – 2%  11 – 4%  12 – 2%  13 – 6,1% | 1 – 100% | ––— |

*Приложение 9*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *58 материалов* | 2 – 55  4 – 3 |  | 1 – 3  2 – 9  3 – 13  4 – 17  8 – 13 |  | 2 – 5  5 – 12  9 – 8  10 – 15  12 – 15 | 2 – 53  4 – 1  5 – 1 | 1 – 49  5 – 3  6 – 3 | 6 – 42  8 – 15  9 – 5 | 1 – 27  2 – 2  3 – 1  4 – 25 | 1 – 6  2 – 39  3 – 10 | 2 – 1  4 – 21  6 – 32  8 – 1 | 1 – 15  2 – 1  10 – 10  11 – 6  12 – 23 | 1 – 2  2 – 10  3 – 6  4 – 5  6 – 5  7 – 6  11 – 3  12 – 18 | 1 – 55 | ––— |

*Приложение 10*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *58 материалов* | 2 – 94,8%  4 – 5,1% |  | 1 – 5,4%  2 – 16,3%  3 – 23,6%  4 – 30,9%  8 – 23,6% |  | 2 – 9%  5 – 21,8%  9 – 14,5%  10 – 27,2%  12 – 27,2% | 2 – 96,3%  4 – 1,8%  5 – 1,8% | 1 – 89%  5 – 5,4%  6 – 5,4% | 6 – 67,7%  8 – 24,1%  9 – 8% | 1 – 49%  2 – 3,6%  3 – 1,8%  4 – 45,4% | 1 – 10,9%  2 – 70,9%  3 – 18,1% | 2 – 1,8%  4 – 38,1%  6 – 58,1%  8 – 1,8% | 1 – 27,2%  2 – 1,8%  10 – 18,1%  11 – 10,9%  12 – 41,8% | 1 – 3,6%  2 – 18,1%  3 – 10,9%  4 – 9%  6 – 9%  7 – 10,9%  11 – 5,4%  12 – 32,7% | 1 – 100% | ––— |

*Приложение 11*

**Название журнала\_\_\_\_На экранах\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_1\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_5776\_\_\_\_\_/ 8. Дата публикации\_\_11.1996\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1, 2\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_1, 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_21\_\_полоса\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Осенние праздники. Фестиваль фестивалей | 2 |  | 1 |  | 9 | 5 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 11 | 2 | 2 | 0 |
| 2. Афиша фестиваля «Лістапад-96» | 2 |  | 1 |  | 10, афиша | 5 | 1 | 9 | 4 | 4 | 6 | 11 | 11 | 2 | 1 |
| 3. Евгений Матвеев. Разборки по-русски | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 5, 51 | 8 | 3 | 3 | 4 | 10, Олег Климов | 3 | 2 | 2, 3 |
| 4. Глазок объектива + Глаз оператора = Киноглаз  Киноглаз + Точка зрения = Кино | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 1 | 6 | 4 | 3 | 6 | 1, Людмила Саенкова | 2 | 2 | 4, 5 |
| 5. Светлана Суховей: «Взлететь бы!..» | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 1 | 6, 8 | 4 | 3 | 4 | 10, Ирина Ефремова | 3 | 2 | 6, 9 |
| 6. Семейный круг десятой музы ДИНАСТИЯ | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 6 | 11 | 11 | 2 | 10, 11 |
| 7. Ливановы ––— фамилия актерская | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 5, 51 | 6, 8 | 4 | 3 | 4 | 10, Сергей Катьер | 3 | 2 | 12, 14 |
| 8. Болдуины: наследственная известность | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 6 | 5 | 1 | 3 | 6 | 11 | 1 | 2 | 15 |
| 9. «Video-Magazin» | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 6 | 9 | 4 | 4 | 6 | 10, Галина Шинкарь | 11 | 2 | 16, 17 |
| 10. «Инфантильный мачо» | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 6 | 9 | 4 | 3 | 6 | 10, Александра Катьер | 13 | 2 | 18 |
| 11. Дайана, экс-миссис Ламберт | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 6 | 9 | 4 | 3 | 6 | 10, Александра Катьер | 13 | 2 | 19 |
| 12. Дзяржрэгістр: паказ дазволены | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 6 | 1 | 4 | 4 | 3 | 11 | 11 | 1 | 20 |
| 13. Чайнворд: «Страна CINEMA и ее жители” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 21 |
| Итоговые данные: 13 статей (отдельных публикаций) | 2 – 12  4 - 1 |  | 1 - 12 |  | 5 – 7  9 – 1  10 – 4 | 5 - 12 | 1 - 5  5 - 2  6 - 5 | 1 - 1  5 - 2  6 - 4  8 - 3  9 - 4 | 1 - 2  3 - 1  4 - 9 | 2 - 2  3 - 7  4 - 3 | 3 - 1  4 - 3  6 - 8 | 1 - 1  10 - 6  11 - 5 | 1 - 1  2 - 2  3 - 3  11 - 4  13 - 2 | 1 – 1  2 – 11 | 0 – 1  1 – 1  2-3 – 1  4-5 – 1  6-9 – 1  10—11 – 1  12—14 – 1  15 – 1  16—17 – 1  18 – 1  19 – 1  20 – 1  21 – 1 |

*Приложение 12*

**Название журнала\_\_\_\_На экранах\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_1\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_10973\_\_\_\_\_/ 8. Дата публикации\_\_11.1995\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1, 2\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_1, 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_21\_\_полоса\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. В чести тут кино, но не только... | 2 |  | 1 |  | 2 | 5 | 1 | 6, 8 | 1 | 3 | 4 | 10, Алла Бобкова | 7 | 2 | 0, 1 |
| 2. Посвящение в «Золотые витязи» | 2 |  | 1 |  | 9 | 5 | 8 | 9 | 4 | 1 | 6 | 11 | 1 | 2 | 1 |
| 3. Дзяржрэгістр: паказ дазволены | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 6 | 1 | 4 | 4 | 3 | 11 | 11 | 1 | 2 |
| 4. Сяргей Носаў: запiскi статыста | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 9 | 8 | 4 | 2 | 4 | 11 | 10 | 1 | 3 |
| 5. Вдогонку за кораблем | 2 |  | 1 |  | 9 | 5 | 5, 51 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Галина Шур | 7 | 2 | 4, 5 |
| 6. «Женщина должна жить ради любви» (Беседа с актрисой Татьяной Лютаевой) | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 5, 54 | 6, 8 | 4 | 3 | 4 | 10, Эльга Лындина | 3 | 2 | 6, 7 |
| 7. Кинокалендарь | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 7 | 9 | 1 | 3 | 6 | 11 | 11 | 2 | 8 |
| 8. Сияние «звезд» над «городом любви», или короткие впечатления на съемках нового фильма | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 9 | 8 | 3 | 2 | 4 | 10, Нина Фрольцова | 3 | 2 | 9, 12 |
| 9. Михаил Пташук: «Мы все устали от политики ––— в конце концов, пора улыбнуться!..» | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 8 | 6, 8 | 1 | 3 | 4 | 11 | 3 | 2 | 12 |
| 10. Экран дальнего зарубежья | 2 |  | 1 |  | 9, кино | 5 | 8 | 6 | 4 | 3 | 6 | 11 | 12 | 2 | 13 |
| 11. Фотосюрприз | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 8 | 6 | 3 | 2 | 6 | 11 | 3 | 2 | 14 |
| 12. Митхун говорит: «Намасте»! | 2 |  | 1 |  | 10, клуб читателей | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 4 | 11 | 17 | 2 | 15 |
| 13. Шерилин Фенн, «Звезда из «Твин Пикса» | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 8 | 6 | 1 | 3 | 6 | 11 | 6 | 2 | 16, 17 |
| 14. Почтовый ящик «На экранах» | 2 |  | 1 |  | 10, вопросы читателей | 5 | 1 | 9 | 4 | 4 | 4 | 11 | 17 | 2 | 18, 19 |
| 15. Гиннес о кино | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 9 | 9 | 1 | 1 | 6 | 11 | 11 | 2 | 20 |
| 16. Кинозагадка-анаграмма «Век кино» | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 20 |
| 17. «Звездный» привет от Маколея Калкина | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 21 |
| Итоговые данные: 17 статей (отдельных публикаций) | 2 – 15  4 – 2 |  | 1 – 15 |  | 2 - 1  5 - 6  9 - 3  10 - 5 | 2 – 1  5 – 14 | 1 - 3  5 - 2  6 - 1  7 - 1  8 - 5  9 - 3 | 1 - 1  6 - 8  8 - 5  9 - 4 | 1 - 7  3 - 2  4 - 6 | 1 – 2  2 - 3  3 - 8  4 - 2 | 3 - 1  4 - 7  6 - 7 | 10 - 4  11 - 11 | 1 - 1  3 - 4  6 - 1  7 - 2  10 - 1  11 - 3  12 - 1  17 - 2 | 1 – 2  2 - 13 | 0 – 1  1 – 2  2 – 1  3 – 1  4-5 – 1  6-7 – 1  8 – 1  9—11 – 1  12 – 2  13 – 1  14 – 1  15 – 1  16—17 – 1  18—19 – 1  20 – 2  21 – 1 |

*Приложение 13*

**Название журнала\_\_\_\_На экранах\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_1\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_550\_\_\_\_\_/ 8. Дата публикации\_\_04, 2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1 \_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_22\_\_полосы\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. «Запретная зона» | 2 |  | 1 |  | 10, фильм | 2 | 1 | 6, 8 | 1 | 3 | 4 | 11 | 1 | 2 | 1, 2 |
| 2. К 120-летию В. В. Корш-Саблина «Парадокс личности и творчества» | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 7 | 6 | 1 | 3 | 6 | 1, Антонина Карпилова | 6 | 2 | 3, 6 |
| 3. Геннадий Овсянников ––— «Самый народный» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 1 | 3 | 4 | 10, Нелли Кривошеева | 3 | 2 | 7, 10 |
| 4. Артем Давидович ––— «В юном месяце апреле…» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Виктор Васильев | 1 | 2 | 11 |
| 5. Виктор Козько ––— «В юном месяце апреле…» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Виктор Васильев | 1 | 2 | 12 |
| 6. Вячеслав Павлють ––— «В юном месяце апреле…» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Виктор Васильев | 1 | 2 | 13 |
| 7. О сокровенном, о птицах, коровах и… о маме | 2 |  | 1 |  | 10, фильм | 5 | 7 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Наталья Якимова | 7 | 2 | 14 |
| 8. В обстановке перемен. Юбилейный 70-й Берлинале | 2 |  | 1 |  | 9 | 5 | 8 | 6 | 1 | 3 | 6 | 10, Светлана Савчик | 6 | 2 | 15 |
| 9. Европейский кинорынок в первом приближении | 2 |  | 1 |  | 9 | 5 | 8 | 6 | 1 | 3 | 4 | 10, Дарья Амелькович | 8 | 2 | 16, 19 |
| 10. Сказка ––— ложь? | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 5 | 8 | 6 | 1 | 3 | 4 | 10, Владимир Мельницкий | 7 | 2 | 20 |
| 11. Нет объяснения у чуда | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 4 | 1, Людмила Саенкова | 2 | 2 | 21 |
| 12. «Для меня кино важнее жизни» | 2 |  | 1 |  | 10, фильмы | 5 | 1 | 9 | 4 | 4 | 7 | 11 | 11 | 2 | 22 |
| Итоговые данные: 12 статей (отдельных публикаций) | 2 – 12 |  | 1 – 12 |  | 5 - 6  9 - 2  10 - 4 | 2 - 6  5 - 6 | 1 - 7  7 - 2  8 - 3 | 6 - 11  8 - 2  9 - 1 | 1 - 11  4 - 1 | 2 - 1  3 - 10  4 - 1 | 4 - 5  6 - 6  7 - 1 | 1 - 2  10 - 8  11 - 2 | 1 - 4  2 - 1  3 - 1  6 - 2  7 - 2  8 - 1  11 - 1 | 2 - 12 | 1—2 – 1  3-6 – 1  7—10 – 1  11 – 1  12 – 1  13 – 1  14 – 1  15 – 1  16—19 – 1  20 – 1  21 – 1  22 – 1 |

*Приложение 14*

**Название журнала\_\_\_\_На экранах\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_1\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_510\_\_\_\_\_/ 8. Дата публикации\_\_07, 2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1 \_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_22\_\_полосы\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Лауреаты. Прямая речь | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 1 | 8 | 1 | 3 | 4 | 11 | 2 | 2 | 1, 2 |
| 2. Лауреаты. Дайджест | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 1 | 6 | 1 | 3 | 4 | 11 | 2 | 2 | 2 |
| 3. Награды союзного государства | 1 | 3 |  |  | 11 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 11 | 1 | 2 | 2 |
| 4. Нелли Кривошеева ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 3 |
| 5. Наталья Агафонова ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 3 |
| 6. Татьяна Орлова ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 4 |
| 7. Владимир Янковский ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 4 |
| 8. Сергей Чупров ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 5 |
| 9. Василий Коктыш ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 5 |
| 10. Александр Карпов ––— «Найти «папараць-кветку» | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 6, Виктор Васильев | 2 | 2 | 6 |
| 11. Слепое кино | 2 |  | 1 |  | 5 | 5 | 9 | 8 | 3 | 3 | 4 | 12, Александр Карпов | 9 | 2 | 7, 8 |
| 12. О коллегах с любовью | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 1 | 2 | 4 | 11 | 2 | 2 | 9 |
| 13. Розы для Светланы | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6, 8 | 3 | 3 | 4 | 11 | 6 | 2 | 10, 12 |
| 14. Премьера книги «Детский сеанс» | 2 |  | 5 |  | 10, книга | 2 | 7 | 6, 8 | 1 | 2 | 4 | 11 | 2 | 2 | 13 |
| 15. Жизнь и смерть Миши Полякова | 2 |  | 5 |  | 5 | 2 | 7 | 8 | 3 | 3 | 6 | 12, Мария Костюкович | 5 | 2 | 14, 16 |
| 16. Валерий Рубинчик ––— «Для меня кино важнее жизни…» | 2 |  | 1 |  | 9 | 2 | 4 | 6 | 1 | 3 | 3 | 11 | 1 | 2 | 17, 18 |
| 17. «Следы апостолов—2» | 2 |  | 1 |  | 10, сериал | 2 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 2 | 19, 20 |
| 18. Калории радости | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 4 | 6 | 1 | 2 | 6 | 2 | 2 | 2 | 21, 22 |
| Итоговые данные: 18 статей (отдельных публикаций) | 1 – 1  2 – 17 | 3 - 1 | 1 - 14  3 - 1  5 - 2 |  | 5 - 13  9 - 1  10 - 3  11 - 1 | 2 - 15  5 - 3 | 1 - 13  4 - 2  7 - 2  9 - 1 | 1 - 1  6 - 7  8 - 13 | 1 - 15  3 - 3 | 1 - 1  2 - 11  3 - 6 | 3 - 2  4 - 6  6 - 10 | 2 - 2  6 - 7  11 - 7  12 - 2 | 1 - 3  2 - 12  5 - 1  6 - 1  9 - 1 | 2 - 18 | 1 – 1  2 – 3  3 – 2  4 – 2  5 – 2  6 – 1  7-8 – 1  9 – 1  10—12 – 1  13 – 1  14—16 – 1  17—18 – 1  19—20 – 1  21—22 – 1 |

*Приложение 15*

**Название журнала\_\_\_\_На экранах\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_1\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_503\_\_\_\_\_/ 8. Дата публикации\_\_01, 2021\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1 \_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_1\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_22\_\_полосы\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. За полчаса до весны | 2 |  | 1 |  | 10, фильм | 2 | 5, 51 | 6 | 1 | 3 | 6 | 2 | 1 | 2 | 1, 2 |
| 2. Ренессансная профе6ссия Кирилла Папакуля | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 5, 51 | 6, 8 | 3 | 3 | 4 | 11 | 3 | 2 | 3, 4 |
| 3. Иван Шамякин. Сердце поэта | 2 |  | 1 |  | 5 | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 4 | 11 | 6 | 2 | 5, 7 |
| 4. «Образы ушедшей эпохи» | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 2 | 4 | 6 | 1 | 3 | 7 | 2 | 11 | 2 | 8 |
| 5. Анимация ––— душа кино | 2 |  | 7 |  | 10, мультфильмы | 2 | 1 | 6 | 3 | 3 | 6 | 1, Антонина Карпилова | 5 | 2 | 9, 12 |
| 6. «Простое волшебство» | 2 |  | 7 |  | 10, мультфильмы | 2 | 1 | 6 | 1 | 3 | 7 | 2 | 11 | 2 | 13, 14 |
| 7. Страх съедает душу, или Кто угодил в «Мышеловку»? | 2 |  | 3 |  | 10, спектакль | 2 | 4 | 8 | 3 | 3 | 4 | 12, Валентин Пепеляев | 4 | 2 | 15, 16 |
| 8. Ничего личного, или Про банальность «невыученного урока» | 2 |  | 1 |  | 10, кино | 2 | 1 | 8 | 3 | 3 | 4 | 12, Наталья Агафонова | 4 | 2 | 17, 18 |
| 9. «Слухаць i чуць» | 2 |  | 1 |  | 9 | 2 | 1 | 8 | 3 | 3 | 4 | 12, Наталья Агафонова | 4 | 2 | 19, 22 |
| Итоговые данные: 9 статей (отдельных публикаций) | 2 – 9 |  | 1 – 6  3 – 1  7 – 2 |  | 5 - 2  9 - 1  10 - 6 | 2 – 9 | 1 - 5  4 - 2  5 - 2 | 6 - 6  8 - 4 | 1 - 4  3 - 5 | 3 - 9 | 4 - 5  6 - 2  7 - 2 | 1 - 1  2 - 3  11 - 2  12 - 3 | 1 - 1  3 - 1  4 - 3  5 - 1  6 - 1  11 - 2 | 2 - 9 | 1—2 – 1  3-4 – 1  5-7 – 1  8 – 1  9—12 – 1  13—14 – 1  15—16 – 1  17—18 – 1  19—22 - 1 |

*Приложение 16*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *30 материалов* | 2 – 27  4 – 3 |  | 1 – 27 |  | 2 – 1  5 – 13  9 – 4  10 – 9 | 2 – 1  5 – 26 | 1 – 8  5 – 4  6 – 6  7 – 1  8 – 5  9 – 3 | 1 – 2  5 – 2  6 – 12  8 – 8  9 – 8 | 1 – 9  3 – 3  4 – 15 | 1 – 2  2 – 5  3 – 15  4 – 5 | 3 – 2  4 – 10  6 – 15 | 1 – 1  10 – 10  11 – 16 | 1 – 2  2 – 2  3 – 7  6 – 1  7 – 2  10 – 1  11 – 7  12 – 1  13 – 2  17 – 2 | 1 – 3  2 – 24 | ––— |

*Приложение 17*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *30 материалов* | 2 – 90%  4 – 10% |  | 1 – 100% |  | 2 – 3,7%  5 – 48,1%  9 – 14,8%  10 – 33,3% | 2 – 3,7%  5 – 96,2% | 1 – 29,6%  5 – 14,8%  6 – 22,2%  7 – 3,7%  8 – 18,5%  9 – 11,1% | 1 – 6,25%  5 – 6,25%  6 – 37,5%  8 – 25%  9 – 25% | 1 – 33,3%  3 – 11,1%  4 – 55,5% | 1 – 7,4%  2 – 18,5%  3 – 55,5%  4 – 18,5% | 3 – 7,4%  4 – 37%  6 – 55,5% | 1 – 3,7%  10 – 37%  11 – 59,2% | 1 – 7,4%  2 – 7,4%  3 – 25,9%  6 – 3,7%  7 – 7,4%  10 – 3,7%  11 – 25,9%  12 – 3,7%  13 – 7,4%  17 – 7,4% | 1 – 11,1%  2 – 88,8% | ––— |

*Приложение 18*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *39 материалов* | 1 – 1  2 – 38 | 3 – 1 | 1 – 32  3 – 2  5 – 2  7 – 2 |  | 5 – 21  9 – 4  10 – 13  11 – 1 | 2 – 30  5 – 9 | 1 – 25  4 – 4  5 – 2  7 – 4  8 – 3  9 – 1 | 1 – 1  6 – 24  8 – 19  9 – 1 | 1 – 30  3 – 8  4 – 1 | 1 – 1  2 – 12  3 – 25  4 – 1 | 3 – 2  4 – 16  6 – 18  7 – 3 | 1 – 3  2 – 5  6 – 7  10 – 8  11 – 11  12 – 5 | 1 – 8  2 – 13  3 – 2  4 – 3  5 – 2  6 – 4  7 – 2  8 – 1  9 – 1  11 – 3 | 2 – 39 | ––— |

*Приложение 19*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *39 материалов* | 1 – 2,5%  2 – 97,4% | 3 – 100% | 1 – 84,2%  3 – 5,2%  5 – 5,2%  7 – 5,2% |  | 5 – 53,8%  9 – 10,2%  10 – 33,3%  11 – 2,5% | 2 – 76,9%  5 – 23% | 1 – 64,1%  4 – 10,2%  5 – 5,2%  7 – 10,2%  8 – 7,6%  9 – 2,5% | 1 – 2,2%  6 – 53,3%  8 – 42,2%  9 – 2,2% | 1 – 76,9%  3 – 20,5%  4 – 2,5% | 1 – 2,5%  2 – 30,7%  3 – 64,1%  4 – 2,5% | 3 – 5,2%  4 – 41%  6 – 46,1%  7 – 7,6% | 1 – 7,6%  2 – 12,8%  6 – 17,9%  10 – 20,5%  11 – 28,2%  12 – 12,8% | 1 – 20,5%  2 – 33,3%  3 – 5,2%  4 – 7,6%  5 – 5,2%  6 – 10,2%  7 – 5,2%  8 – 2,5%  9 – 2,5%  11 – 7,6% | 2 – 100% | ––— |

*Приложение 20*

**Название журнала\_\_\_\_Бярозка\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_2\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_7954\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_7-8.1995\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_3\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_40\_\_полос\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Дзіцячая галерэя | 2 |  | 2 |  | 10, рисунки | 1 | 9 | 8 | 4 | 2 | 4 | 9 | 2 | 1 | 2 |
| 2. Разважанні на заданную тэму | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, рассказы | 1 | 1 | 6 | 4 | 2 | 4 | 9 | 14 | 1 | 3 |
| 3. Дыназаўр белага возера. 2153 год | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, повесть | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 14 | 1 | 4, 5 |
| 4. Вянок | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 5 |
| 5. Залатая дзіда | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, повесть | 5 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 14 | 1 | 6, 8 |
| 6. Неасцярожны злодзей | 2 |  | 5 |  | 10, повесть | 5 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Алесь Кудраўцаў | 13 | 1 | 9, 16 |
| 7. Мундзіры беларускіх вайскоўцаў канца XVIII ст. | 2 |  | 6 |  | 10, вырезка из энциклопедии | 1 | 1 | 6 | 4 | 3 | 6 | 11 | 11 | 1 | 17, 22 |
| 8. Паэтычная энцыклапедыя | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 10, Мікола Чарняўскі | 15 | 1 | 23, 24 |
| 9. Майстра жывапісу з Вільні | 2 |  | 2 |  | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 1 | 6 | 1, Алесь Астраўцоў | 6 | 1 | 25, 26 |
| 10. Качаняты (апавяданне) | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Валеры Гапееў | 14 | 1 | 27, 29 |
| 11. Як упарты крывіч не хацеў сыходзіць з гістарычнай арэны | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Ігар Міхно | 14 | 1 | 30, 31 |
| 12. Упершыню ў “Бярозцы” | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 31 |
| 13. Пасябруем? | 3 |  |  | 6 | 5 | 1 | 1 | 6 | 4 | 3 | 4 | 10, Алесь | 1 | 1 | 32, 33 |
| 14. Каментарый да казкі | 2 |  | 5 |  | 10, комментарий | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1, Алесь Бадак | 2 | 1 | 34 |
| 15. Дудар (казка) | 2 |  | 5 |  | 10, сказка | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Тамаш Булава | 14 | 1 | 34, 35 |
| 16. У школу ці на рынак? | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, размышления | 1 | 1 | 6, 8 | 4 | 2 | 4 | 9 | 2 | 1 | 36, 37 |
| 17. Быў такі выпадак… | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 38, 39 |
| 18. Конкурс “Міс фота “Бярозкі” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 40 |
| Итоговые данные^ 18 статей (отдельных публикаций) | 2 - 15  3 - 1  4 - 2 |  | 2 – 2  5 - 5  6 - 1  8 - 7 | 6 – 1 | 5 – 2  10 – 14 | 1 – 14  5 – 2 | 1 – 15  9 – 1 | 6 – 6  8 – 3  9 – 8 | 1 – 2  4 – 14 | 1 – 1  2 – 13  3 – 2 | 4 – 5  6 – 11 | 1 – 2  9 – 7  10 – 5  11 – 1  12 – 1 | 1 – 1  2 – 3  6 – 1  11 – 1  13 – 1  14 – 6  15 – 3 | 1 – 16 | 2 – 1  3 – 1  4 – 1  5 – 2  6-8 – 1  9—16 – 1  17—22 – 1  23—24 – 1  25—26 – 1  27—29 – 1  30 – 1  31 – 2  32-33 – 1  34 – 2  35 – 1  36-37 – 1  38-39 – 1  40 – 1 |

*Приложение 21*

**Название журнала\_\_\_\_Бярозка\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_2\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_2\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_4778\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_7.1996\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_3\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_40\_\_полос\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Класікі | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Каментарый пра творцасць Алаізы Пашкевіч | 2 |  | 5 |  | 5 | 1 | 1 | 6 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 1 | 3, 4 |
| 3. Алаіза Пашкевіч ––— Лес | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 2 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Алаіза Пашкевіч | 14 | 1 | 4 |
| 4. Алаіза Пашкевіч ––— Крапіва і асот | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 2 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Алаіза Пашкевіч | 14 | 1 | 4, 5 |
| 5. Алаіза Пашкевіч ––— Мой сад | 2 |  | 5 |  | 10, стихи | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 6 | 12, Алаіза Пашкевіч | 15 | 1 | 5 |
| 6. Алаіза Пашкевіч ––— Вясковым кабетам | 2 |  | 5 |  | 10, стихи | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 6 | 12, Алаіза Пашкевіч | 15 | 1 | 5 |
| 7. Алаіза Пашкевіч ––— Родная вёска | 2 |  | 5 |  | 10, стихи | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 6 | 12, Алаіза Пашкевіч | 15 | 1 | 5 |
| 8. Рафаэль | 2 |  | 2 |  | 5 | 1 | 1 | 9 | 1 | 3 | 6 | 10, Пётр Прохараў | 5 | 1 | 6, 9 |
| 9. Паэт (аповесць пра юнацтва Максіма Багдановіча) | 2 |  | 5 |  | 10, повесть | 2 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Паліна Качаткова | 14 | 1 | 10, 17 |
| 10. Паэтычны клуб “Сузор’е” | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 18, 19 |
| 11. Валеры Разанаў | 4 (плакат) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 20, 21 |
| 12. Старонка паэзіі | 2 |  | 5 |  | 10, стихи | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 12, Мар’ян Дукса | 15 | 1 | 22, 23 |
| 13. “Прыходзьце пабалець за “Дынама”! Футбалісты парадуюць вас цікавай гульнёй…” | 3 |  |  | 7 | 12, футбольный клуб | 1 | 1 | 6, 8 | 1 | 3 | 4 | 1, Ягор Конеў | 3 | 1 | 24, 25 |
| 14. Аповесць пра Усяслава Чарадзея | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 2 | 1 | 9 | 3 | 2 | 6 | 12, Уладзімір Ягоўдзік | 14 | 1 | 26, 31 |
| 15. Пасябруем? | 3 |  |  | 6 | 5 | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 10, Алесь | 2 | 1 | 32, 33 |
| 16. Феналагічныя запіскі | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 12, Алесь Наварыч | 14 | 1 | 34, 35 |
| 17. Афарызмы | 2 |  | 5 |  | 10, афоризмы | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 4 | 1, Адам Глобус | 11 | 1 | 36, 37 |
| 18. Конкурс “Прыгажуня-96” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 38, 39 |
| Итоговые данные: 18 статей (отдельных публикаций) | 2 – 13  3 – 2  4 – 3 |  | 2 – 1  5 – 11  8 – 1 | 6 – 1  7 – 1 | 5 – 3  10 – 11  12 – 1 | 1 – 6  2 – 9 | 1 – 15 | 4 – 3  6 – 2  8 – 4  9 – 7 | 1 – 6  3 – 2  4 – 7 | 2 – 12  3 – 3 | 4 – 3  6 – 12 | 1 – 2  2 – 1  9 – 1  10 – 2  12 – 9 | 2 – 2  3 – 1  5 – 1  11 – 1  14 – 5  15 – 5 | 1 – 15 | 2 – 1  3 – 1  4 – 3  5 – 4  6-9 – 1  10—17 – 1  18—19 – 1  20—21 – 1  22—23 – 1  24—25 – 1  26-31 – 1  32-33 – 1  34-35 – 1  36-37 – 1  38-39 – 1 |

*Приложение 22*

**Название журнала\_\_\_\_Бярозка\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2, 3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_530\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_04.2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_36\_\_полос\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. Дыялог | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Карысныя дапаўненні на развітанне | 3 |  |  | 6 | 12, искусство социального проектирования | 1 | 1 | 8 | 4 | 1 | 2 | 10, Ліна Багданава | 2 | 1 | 3, 4 |
| 3. Няма нічога непатрэбнага (реклама социальных инициатив) | 3 |  |  | 4 | 12, благотворительные организации | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 11 | 1 | 1 | 5 |
| 4. Ты выдатна спраўляешся | 3 |  |  | 6 | 5 | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10, Антаніна Бабіна | 3 | 1 | 6, 8 |
| 5. Персона, цень і эга: к-рор глыбейшы, чым вам здавалася | 2 |  | 4 |  | 10, музыкальное творчество | 1 | 1 | 8 | 4 | 3 | 6 | 10, Яўгенія Габец | 4 | 1 | 9, 13 |
| 6. Інструкція па стасунках з бацькамі | 2 |  | 7 |  | 10, мультсериал | 1 | 1 | 8 | 4 | 3 | 6 | 10, Яўгенія Габец | 4 | 1 | 14, 17 |
| 7. Комікс | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 18, 19 |
| 8. Падарожжа, якое запомніцца на ўсё жыцце | 3 |  |  | 6 | 12, обучающие курсы | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 9 | 8 | 1 | 20, 22 |
| 9. Вырай | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 23 |
| 10. Як з’явіўся смарагд | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 14 | 1 | 24 |
| 11. Першая песня | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Маргарыта Латышкевіч | 14 | 1 | 25, 33 |
| 12. Выцінанка “Дрэва ўладкавання” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 35 |
| Итоговые данные: 12 статей (отдельных публикаций) | 2 – 5  3 – 4  4 – 3 |  | 4 – 1  5 – 1  7 – 1  8 – 2  (5) | 4 – 1  6 – 3  (4) | 5 – 1  10 – 5  12 – 3  (9) | 1 – 8  2 – 1 | 1 – 9 | 8 – 5  9 – 4 | 4 – 9 | 1 – 2  2 – 5  3 – 2 | 2 – 1  6 – 8 | 9 – 3  10 – 4  11 – 1  12 – 1 | 1 – 1  2 – 1  3 – 1  4 – 2  8 – 1  14 – 2  15 – 1 | 1 – 9 | 2 – 1  3-4 – 1  5 – 1  6-8 – 1  9—13 – 1  14—17 – 1  18—19 – 1  20—22 – 1  23 – 1  24 – 1  25 – 33 – 1  35 – 1 |

*Приложение 23*

**Название журнала\_\_\_\_Бярозка\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_473\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_07.2020\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_36\_\_полос\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. “Усё магчыма, калі ніхто не даказаў, што гэтата не існуе…” | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. “Questmakers?! Хто гэта? Дзе гэта?” | 3 |  |  | 6 | 12, квест | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 10, Анастасія Правальская | 3 | 1 | 3, 6 |
| 3. Мы, фрыкі, павінны трымацца разам | 2 |  | 7 |  | 10, мультсериал | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10, Антаніна Бабіна | 4 | 1 | 7, 9 |
| 4. Гарады Беларусі (загадкі) | 4 (развивающий контент) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 10, 11 |
| 5. “Я яшчэ пасяджу тут” | 3 |  |  | 6 | 12, проект | 1 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 11 | 1 | 1 | 12 |
| 6. Што такое гермнеўтычная п’еса, ці Пра што творы Сяргея Кавалёва? | 2 |  | 3 |  | 10, пьесы | 1 | 1 | 8 | 4 | 3 | 6 | 9 | 4 | 1 | 13, 14 |
| 7. Вандроўка па Чырвоным Беразе | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, зарисовка | 1 | 1 | 8 | 1 | 2 | 6 | 9 | 10 | 1 | 15 |
| 8. Няпростыя простыя словы | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, исследование | 1 | 1 | 8 | 4 | 1 | 6 | 9 | 4 | 1 | 16, 17 |
| 9. Комікс | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 18, 19 |
| 10. Смачныя словы | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 20 |
| 11. Летнім ранкам | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, зарисовка | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 10 | 1 | 21 |
| 12. Гісторыі ката Томаса | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 14 | 1 | 22, 23 |
| 13. Першая песня | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 12, Маргарыта Латышкевіч | 14 | 1 | 24, 33 |
| 14. Выцінанка “Кветка з раю” | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 35 |
| Итоговые данные: 14 статей (отдельных публикаций) | 2 – 8  3 – 2  4 – 4 |  | 3 – 1  5 – 1  7 – 1  8 – 5  (8) | 6 – 2 | 10 – 8  12 – 2  (10) | 1 – 10 | 1 – 10 | 8 – 5  9 – 5 | 1 – 1  4 – 9 | 1 – 2  2 – 7  3 – 1 | 4 – 1  6 – 9 | 9 – 6  10 – 2  11 – 1  12 – 1 | 1 – 1  3 – 1  4 – 3  10 – 2  14 – 2  15 – 1 | 1 – 10 | 2 – 1  3-6 – 1  7-9 – 1  10—11 – 1  12 – 1  13—14 – 1  15 – 1  16—17 – 1  18—19 – 1  20 – 1  21 – 1  22—23 – 1  24-33 – 1  35 – 1 |

*Приложение 24*

**Название журнала\_\_\_\_Бярозка\_\_\_\_\_\_\_/ 1. Тип журнала\_\_2,3\_\_/ 2. Тематическая направленность\_\_\_\_\_––—\_\_\_\_\_ 3. Форма собственности\_\_1\_\_/ 4. Периодичность\_\_\_\_\_\_\_1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/**

**5. Учредитель\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ 6. Наличие Интернет-сайта\_\_1\_\_/ 7. Тираж журнала\_\_\_\_404\_\_\_\_\_/**

**8. Дата публикации\_\_01.2021\_\_\_/**

**9. Качество бумаги\_\_1\_\_\_\_/ 10. Вид бумаги\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_/ 11. Объем журнала \_\_\_\_\_\_36\_\_полос\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 1. “Сябе трэба любіць і хваліць…” | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| 2. Пісьмо рэдактара | 3 |  |  | 6 | 5 | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 1, Кацярына Каплун | 2 | 1 | 3 |
| 3. Лёс? Кон: фільмаграфія Сатосі Кона як асабісты дзэн | 2 |  | 7 |  | 10, аниме | 1 | 1 | 8 | 1 | 3 | 6 | 12, Маргарыта Латышкевіч | 2 | 1 | 4, 5 |
| 4. Гаварлівыя піжамы і вечнае лета | 2 |  | 7 |  | 10, мультсериал | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 10, Антаніна Бабіна | 4 | 1 | 6, 8 |
| 5. Зялёная карта Беларусі | 3 |  |  | 4 | 12, благотворительные организации | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 11 | 1 | 1 | 9 |
| 6. Практыкум па сучасным мастацтве | 2 |  | 2 |  | 12, искусство | 1 | 1 | 9 | 4 | 3 | 4 | 10, Валянціна Красоўская | 8 | 1 | 10, 12 |
| 7. Ляўша, леў ці левы? | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 12, название деревни | 1 | 1 | 9 | 4 | 1 | 8, книги | 9 | 4 | 1 | 13, 17 |
| 8. Комікс | 4 (мудрая цитата) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 18, 19 |
| 9. Беларускія святы (віктарына) | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 12, праздник | 2 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 9 | 1 | 1 | 20, 21 |
| 10. Фразеалагізмы і прыказкі ў рамане “Меч князя Вячкі” Леаніда Дайнекі | 2 |  | 8, школьное исследование |  | 12, исследование | 2 | 1 | 9 | 4 | 3 | 6 | 9 | 4 | 1 | 22, 27 |
| 11. Шкодныя парады ад… | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 9 | 15 | 1 | 28, 29 |
| 12. Памяць (аповед) | 2 |  | 5 |  | 10, рассказ | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Кацярына Косарава | 14 | 1 | 30, 32 |
| 13. Правільныя вершы, або зарыфмаваныя правілы | 2 |  | 8, любительское творчество |  | 10, стихи | 1 | 1 | 9 | 4 | 2 | 6 | 10, Анатоль Зэкаў | 15 | 1 | 33 |
| 14. Выцінанка | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 35 |
| Итоговые данные: 14 статей (отдельных публикаций) | 2 – 9  3 – 2  4 – 3 |  | 2 – 1  5 – 1  7 – 2  8 – 5 | 4 – 1  6 – 1 | 5 – 1  10 – 5  12 – 5 | 1 – 8  2 – 3 | 1 – 11 | 8 – 4  9 – 7 | 1 – 1  4 – 10 | 1 – 2  2 – 6  3 – 3 | 4 – 1  6 – 9  8 – 1 | 1 – 1  9 – 4  10 – 4  11 – 1  12 – 1 | 1 – 2  2 – 2  4 – 3  8 – 1  14 – 1  15 – 2 | 1 – 11 | 2 – 1  3 – 1  4-5 – 1  6-8 – 1  9 – 1  10—12 – 1  13—17 – 1  18—19 – 1  20—21 – 1  22—27 – 1  28—29 – 1  30-32 – 1  33 – 1 |

*Приложение 25*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *36 материалов* | 2 – 28  3 – 3  4 – 5 |  | 2 – 3  5 – 16  6 – 1  8 – 8 | 6 – 2  7 – 1 | 5 – 5  10 – 25  12 – 1 | 1 – 20  2 – 9  5 – 2 | 1 – 30  9 – 1 | 4 – 3  6 – 8  8 – 7  9 – 15 | 1 – 8  3 – 2  4 – 21  (31) | 1 – 1  2 – 25  3 – 5 | 4 – 8  6 – 23 | 1 – 4  2 – 1  9 – 8  10 – 7  11 – 1  12 – 10 | 1 – 1  2 – 5  3 – 1  5 – 1  6 – 1  11 – 2  13 – 1  14 – 11  15 – 8 | 1 – 31 | ––— |

*Приложение 26*

**Сводная таблица за временной промежуток 1995—1996 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *36 материалов* | 2 – 77,7%  3 – 8,3%  4 – 13,8% |  | 2 – 10,7%  5 – 57,1%  6 – 3,5%  8 – 28,5% | 6 – 66,6%  7 – 33,3% | 5 – 16,1%  10 – 80,6%  12 – 3,2% | 1 – 64,5%  2 – 29%  5 – 6,4% | 1 – 96,7%  9 – 3,2% | 4 – 9%  6 – 24,2%  8 – 21,2%  9 – 45,4% | 1 – 25,8%  3 – 6,4%  4 – 67,7% | 1 – 3,2%  2 – 80,6%  3 – 16,1% | 4 – 25,8%  6 – 74,1% | 1 – 12,9%  2 – 3,2%  9 – 25,8%  10 – 22,5%  11 – 3,2%  12 – 32,2% | 1 – 3,2%  2 – 16,1%  3 – 3,2%  5 – 3,2%  6 – 3,2%  11 – 6,4%  13 – 3,2%  14 – 35,4%  15 – 25,8% | 1 – 100% | ––— |

*Приложение 27*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— количество материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *40 материалов* | 2 – 22  3 – 8  4 – 10 |  | 2 – 1  3 – 1  4 – 1  5 – 3  7 – 4  8 – 12 | 4 – 2  6 – 6 | 5 – 2  10 – 18  12 – 10 | 1 – 26  2 – 4 | 1 – 30 | 8 – 14  9 – 16 | 1 – 2  4 – 28 | 1 – 6  2 – 18  3 – 6 | 2 – 1  4 – 2  6 – 26  8 – 1 | 1 – 1  9 – 13  10 – 10  11 – 3  12 – 3 | 1 – 4  2 – 3  3 – 2  4 – 8  8 – 2  10 – 2  14 – 5  15 – 4 | 1 – 30 | ––— |

*Приложение 28*

**Сводная таблица за временной промежуток 2020—2021 год(ы) ––— %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи / № п/п | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| Итоговые данные:  *40 материалов* | 2 – 55%  3 – 20%  4 – 25% |  | 2 – 4,5%  3 – 4,5%  4 – 4,5%  5 – 13,6%  7 – 18,1%  8 – 54,5% | 4 – 25%  6 – 75% | 5 – 6,6%  10 – 60%  12 – 33,3% | 1 – 86,6%  2 – 13,3% | 1 – 100% | 8 – 46,6%  9 – 53,3% | 1 – 6,6%  4 – 93,3% | 1 – 20%  2 – 60%  3 – 20% | 2 – 3,3%  4 – 6,6%  6 – 86,6%  8 – 3,3% | 1 – 3,3%  9 – 43,3%  10 – 33,3%  11 – 10%  12 – 10% | 1 – 13,3%  2 – 10%  3 – 6,6%  4 – 26,6%  8 – 6,6%  10 – 6,6%  14 – 16,6%  15 – 13,3% | 1 – 100% | ––— |

*Приложение 29*

**Экспертное интервью с главным редактором журнала «Мастацтва»   
Коваленко Еленой**

**––— Расскажите, как создавался журнал?**

––— Есть легенда, что журнал создавался для молодых художников, для молодых театралов, так его пробивал в Министерство культуры первый главный редактор, Михась Романюк. Хотя он и недолго пробыл на этой должности, но команда, которую он собрал, работала очень долго. Тогда уже журнал был поделен на отделы: изобразительного искусства, театра, эстетики, народного творчества, музыки, но кое-что ушло уже… ушли люди, которые вели эти отделы, и сами отделы ушли.

**––— Что Вы можете рассказать о концепции издания?**

––— Концепция базовая ––— журнал об истории, теории и практике искусства. Он был таким и он таким остается. Наше издание в стране единственное. В других странах есть журналы отдельно об изобразительном искусстве, о театре, о кино…

Наши тексты менее искусствоведческие, это в меньшей степени арт-журналистика. Да, у нас есть интервью, но это глубокие разговоры, а не «скольжение по поверхности», это не детали биографии, а именно разговор про искусство. Но всё равно, когда мы обсуждаем, каким хотим видеть наш журнал, редакторы говорят мне, что по сравнению с некоторыми российскими или польскими изданиями наш журнал всё равно недостаточно глубокий, у нас недостаточно аналитики. Но мне кажется, что по сравнению с тем, что делается в Беларуси, конкурентов у нас нет и равным нам по профессионализму нет. Хоть мы пишем и для широкого круга ––— от 16+ до взрослых людей, в то же время мы ориентируемся на профессиональную аудиторию, на режиссеров, композиторов, концептуальных художников… чтобы они читали о себе, о своих коллегах, читали анализ своего творчества и чтобы это им помогало в работе.

**––— Проводя контент-аналитическое исследование, я заметила, что к 2021-му году из журнала исчезли статьи в определенных жанрах. Например, больше не встречаются эссе. С чем это связано?**

––— Конечно, раньше была эссеистика, были статьи о культуре в целом… но это ушло, так как мы всё-таки стремимся к более популярным, более читабельным форматам. В журнале осталось очень мало страниц, но при этом мы хотим делать достаточно эффектную верстку. К 2013 году журнал начал выходить на 48 страницах, для 5-ти отделов это ничего, на самом деле, и чтобы красиво подать какие-то материалы… чтобы позволять себе, например, полосные иллюстрации мы жертвуем объемом текстов, мы их уменьшаем.

**––— Почему сократилось количество страниц?**

––— Потому что издавать журнал ––— дело очень дорогое. И когда встал вопрос о сокращении в 2012 году, а там уже ощутимо падал тираж, было принято решение убрать 2 разворота и перейти на худшую бумагу. Она стала тоньше. Но через некоторое время мы сменили типографию, бумага снова стала плотнее.

**––— Я также заметила довольно ощутимое падение тиража по сравнению с 1995—1996 годами…**

––— Тираж падал постоянно. Это не совсем подходящее слово, но тем не менее мы — ведомственное издание, и у нас есть учредители — Министерство культуры и Министерство информации. Мы очень сильно зависим от ведомственной подписки. Что это такое? Это значит, что учреждениям культуры выделяют финансирование на подписку на профильные издания. Но, так как ввиду различных оптимизаций сокращается количество библиотек, учреждений культуры, работников культуры, соответственно, падает очень сильно наша подписка. По нам это бьет в первую очередь. И если газета «Культура» еще более-менее держит свой тираж, так как она дешевле и каждую неделю выходит, то журнал очень дорогой. Его себестоимость 30 рублей, и подписка на нас стоит 30 рублей, поэтому тираж вот так падает. Каждый год по 100—150 номеров мы теряли. Когда учредители использовали административный ресурс, были возможности, но постепенно... В общем, имеем то, что имеем, очень непростую ситуацию на сегодняшний день.

**––— Со стороны редакции делались попытки поднять тираж, привлечь новую аудиторию?**

––— Конечно, мы постоянно пробуем это сделать. Мы издавали специальные номера, делали выпуски в партнерстве с руководителями белорусских регионов, и уже когда я стала главным редактором, в 2018 году мы в партнерстве с польскими коллегами сделали номер на двух языках, на французском и белорусском. В нем больше страниц из-за этого, проделана была гигантская работа. В тот момент я поняла, что если мы сделали это, то сможем сделать всё. В феврале прошлого года вышел журнал в сотрудничестве с А1, мы посвятили его столетию витебского авангарда. Я также очень горжусь этим номером, так как мы полностью поменяли макет, выбрали специальные шрифты… наш дизайнер сделал сложнейшую верстку. Среди государственных изданий нам нет конкурентов.

**––— Менялась ли концепция с течением времени?**

––— Концепция в принципе неизменна. У нас менялась структура журнала. Раньше была другая рубрикация, мы ставили сначала рецензии, затем ––— большое интервью, блок аналитики и в самом конце материалы об истории культуры. Потом мы пересмотрели эту схему и вернулись к изначальной структуре, когда у каждого отдела ––— свой мини-журнал, и каждый редактор придумывает, чем его заполнить. На самом деле, сколько мы ни говорили со своими читателями, с профессионалами, все говорят о том, что читают материалы исключительно по своему культурному полю. Это удивительное дело, но, увы, это так. И тогда мы решили остановиться на более прозрачной структуре: так проще выстраивать верстку и это логичнее, честно говоря. Но, опять же, это всё издержки того, что у нас нет отдельных изданий по изобразительному искусству или по театру, хотя по изобразительному искусству, например, мы бы набирали много материала, делали бы эффектное издание. Визуальное искусство ––— это же фотография, живопись, дизайн ––— очень много всего.

**––— Однако новые рубрики в журнале появляются…**

––— Сейчас появилась рубрика «дизайн». Это моя авторская рубрика, я писала для нее в 2019 году тексты о молодых белорусских дизайнерах. Потом появилась аналитика от нашего нового автора, Аллы Пигальской, мы стали писать про дизайн системно, В некотором роде это помощь Союзу дизайнеров: когда-то у них был свой журнал, но выпускать его оказалось слишком дорого и издание закрылось.

––— **Авторство многих материалов принадлежит внештатным журналистам, правильно? Из непосредственных членов редакции пишут совсем немногие, как я понимаю?**

––— Люди, которые делают журнал, ––— это редакторы отделов. У каждого есть свои внештатные журналисты. Они [*редакторы ––— Прим. авт*.] вообще не должны ничего писать, у них просто есть пул авторов, у которых заказываются тексты. Конечно, есть постоянные авторы: Любовь Габрилюк, Ольга Рыбчинская, Елена Балабанович ––— по музыке, Екатерина Еремина ––— по театру. А работа редактора ––— редактировать. Он задумывает тему, дает задание автору, впоследствии «доводит» текст «до ума». Журналисту сложно здесь работать, потому что ты чувствуешь, что тебе не хватает компетенции, чтобы писать профессионально об искусстве.

**––— Вы считаете, что «Мастацтва» ––— неотъемлемая часть белорусского медиапространства?**

––— Мы всегда позиционировали «Мастацтва» как издание элитарное. Такие журналы обязательно должны присутствовать, но мы не можем себе позволить понизить планку, чтобы завоевать сердца людей, которые никогда не слышали про Марка Шагала. Я утрирую сейчас, но всё же. Поэтому заигрывать каким-то образом с читателем, не использовать терминологию мы не можем: нам нельзя опускаться «до», нам нужно поднимать людей «к». Да, у нас есть страница на Facebook, там мы можем позволить себе сделать анонс, добавить чуть больше игривости, но это для нас ––— максимум. Понятно, что такие издания никогда не будут иметь бешеные тиражи, но нам и не нужно. Для комфортного существования нам достаточно и 2 тыс. экземпляров.

**––— Люди хотят читать про культуру и искусство в той форме, в какой пишете об этом вы?**

––— Сейчас у общества, у молодых людей, есть запрос на такие издания, я вижу этот интерес по популярности электронных изданий, которые ведут энтузиасты ––— тот же портал dadalog. Им еще есть куда расти, на мой взгляд, но то, что они делают, выглядит довольно эффектно. Конечно, это проблема, что мы не можем эффективно продвигать себя в социальных сетях, нам не хватает присутствия в интернете эффектного. Мы говорили, что было бы замечательно сделать портал, но всё упирается в средства.

Однако хотим ли мы стать более популярными? Если это значит, что мы должны сделать наши тексты более доступными, то нет, ни в коем случае. Точно также принципиальна наша позиция ––— журнал выходит только на белорусском языке. Об этом также заходила речь, мне говорили, что белорусский язык, возможно, мешает нашей аудитории, но в Беларуси достаточно русскоязычных изданий. Важно писать о национальной культуре на белорусском языке. Высокое качество редактирования текстов тоже нас выгодно отличает от других изданий. У нас очень придирчивые редакторы и стиль-редакторы. Может, неискушенному читателю это в глаза не бросится, но мы-то знаем…

*Приложение 30*

**Экспертное интервью с главным редактором журнала «На экранах»**

**Перегудовой Людмилой**

**––— Расскажите, как журнал пришел к тематике белорусского кинематографа?**

––— Это был поиск основной концепции журнала. Дело в том, что чужие звезды уже открыты, а открывать свои гораздо благороднее, поддерживать собственную культуру, хоть и не очень благополучное киноискусство ––— это важнее. О голливудских премьерах и европейских где угодно можно прочитать. А попробуйте найти серьезную объективную аналитику, но по-хорошему субъективную, через сердце пропущенную о белорусских фильмах.

**––— Как происходил этот поиск?**

––— Где-то на рубеже 90-х мы поняли, что делать обычное глянцевое издание легче. Тираж расходится на «ура», материалы про «Титаник» нам вообще тиражи запредельные сделали, к нам приходили за журналом, были даже драки… На конкурс двойников Леонирдо Ди Каприо приходили кучами и даже девочки, чему я очень удивлялась. Это было легче, но совершенно неблагородно.

Время то сложное было, время ломки. И коммерциализации кинематографа, прежде всего. К кино относились как к одному из предметов добычи денег. Наша первая попытка сделать обновленный номер была в 1994, в юбилейный год для белорусского кино. На обложке у нас была Стефания Станюта Михайловна, еще жившая тогда. И весь номер был по белорусскому кино. Было интервью с Виктором Тимофеевичем Туровым. В Доме ветеранов, около цирка, в клубе «На ростанях» мы делали презентацию. Показывали фильм, потом был банкет, на котором и представили этот журнал. И вот в какой-то момент на сцену вышел Виктор Тимофеевич Туров. Он прибежал из бани, весь в дубленке, и сказал слова, которые перевернули мою жизнь: «Вы не представляете, какое важное дело вы делаете!» Он прижимал к сердцу этот журнал, изданный на офсетной тонкой бумаге, и говорил: «Нам сейчас как воздух нужна поддержка именно нас. Кто о нас напишет? Как вы нас поддерживаете?» И вот это была такая отправная точка.

Позже был еще один случай, который подтвердил, что нужно писать о наших артистах. Мы начали делать в номерах энциклопедию белорусского кино, и известная актриса посчитала, сколько строк было посвящено ей, а сколько ––— начинающей актрисе. Стало ясно: надо писать о наших. О них мало кто знает, они сами о себе смутно представляют, кто они и что они.

Вот так мы вышли на эту тему. Очень трудную, очень неблагодарную, но я думаю, что она направлена в завтрашний день. Не может белорусский кинематограф быть лишен зрителя. Рано или поздно всходы возникнут. Просто нам выпало время, когда прервалось поколение. Ушли из жизни мастера, молодые профессионалы начали делать кино коммерческое и за границей. Порвалась связь времен, нет места, где душою можно было бы возродиться. Но рано или поздно оно пойдет. Вот уже и молодые есть, и талантливые. Должна пойти «обратка». Начинает делаться не только на киностудии «Беларусьфильм» кино, пошла конкуренция… наверное, должно что-то сдвинуться.

**––— С чем, на Ваш взгляд, связано падение тиража журнала, утрата к нему интереса у аудитории?**

––— Мы в свое время потеряли, и тоже «благодаря» критикам, прессе, средствам массовой информации, своего зрителя, мы отдали его на откуп диснеевским фильмам, американскому кино… а с чего начинается воспитание ребенка? С простой народной сказки. И фильмы должны смотреть свои, главное, чтоб они были хорошие. Вот с хорошим кино проблема. Раньше оно у нас получалось, особенно детское и кино о войне. А вот сейчас долгая пауза, не получается.

Один кинокритик сказала, что журнал «На экранах» ––— это зеркало белорусского кинематографа. В принципе, мы стараемся отражать всё то, что в нем [*кинематографе ––— Прим. авт.*] происходит. Но, если вы обращали внимание, я последние 2 года не пишу редакторские письма. Почему я не пишу? Потому что проблем нет? Нет, проблемы есть. И редакторское письмо должно быть посвящено болезненным темам. Но «добивать» ситуацию не хочется. Поэтому ждем позитивного какого-то момента.

**––— Как Вы можете прокомментировать падение тиражей?**

––— Конечно, тиражи упали, сейчас они небольшие. Но при этом я знаю: нас читают те, кому нужен кинематограф. Во-первых, очень благодарны кинопрокатчики. На книжной выставке в Минске читатели приходят к нам за автографами, за памятной продукцией. Здесь стоит вопрос: или делать коммерческий журнал, или всё-таки нести светлое, доброе, вечное и помогать белорусскому кино? Мы выбрали второе.

**––— Во время своего исследования я заметила, что периодически у журнала выходят спецвыпуски в формате кинокалендарей…**

––— Мы по-прежнему делаем такие календари. Спецвыпуски выходят вместо 8-9 и 11—12 номеров, чтобы редакция могла отдохнуть, потому что все эти годы, с 1993-го, мы работаем втроем и состав наш неизменен. Это благодаря тому, что нашим учредителем является «Белорусский дом печати». В 1993, когда СССР распалась, все СМИ забрало под свое крыло Министерство информации, а нас оставил в структуре Дома печати генеральный директор. Во-первых, он очень любил наш журнал и тематику кино. Во-вторых, он часто говорил так: «Стены «Дома печати» наполовину построены за счет тиражей этого журнала». Да, у нас были очень большие тиражи, и журнал приносил огромные деньги. Наш учредитель решил сохранить его в память об этом.

**––— Значит, большая часть статей написана внештатными авторами? В таком случае, с кем вы сотрудничаете?**

––— Это свет белорусской кинокритики. В основном Агафонова Наталья, Карпилова Антонина, Саенкова Людмила ––— отдел кино в Академии наук. Позже вырос Антон Сидоренко, главный редактор «Беларусьфильм»… у нас легкая рука. Все, кто у нас начинал, потом заняли достойное место».

В 1998—1999 году мы делали журнал о молодом белорусском кино в сотрудничестве со студентами 3 курса факультета журналистики. Его найти даже в архивах очень трудно, он разошелся как горячие пирожки. Мы его презентовали на Международном фестивале женского кино. Хотелось познакомить начинающих артистов с их будущими кинокритиками. Например, героями были Виктор Аслюк, Галина Адамович ––— те, кто сейчас являются ведущими мастерами белорусского кино. А среди авторов были Даша Буслова, Артем Ковалевский, Антон Сидоренко тот же. Все они заточили перья на этом номере, и сейчас я вижу, что выпуск всем пошел на пользу

*Приложение 31*

**Экспертное интервью с главным редактором журнала «Бярозка»**

**Захаревич Екатериной**

**––— Расскажите, пожалуйста, историю создания журнала «Бярозка», так как в открытых источниках очень мало информации об этом.**

––— Расширенной информации о журнале в самой редакции тоже нет. Подозреваю, что когда-то были архивы, которые позволяли отследить историю журнала более подробно, но в распоряжении нынешней редакции их нет.

Относительно подробно могу рассказать о новейшей истории издания. В 2012 году журнал перешел под обложку журнала «Маладосць», что хоть и не было фактическим закрытием журнала, но надолго убрало его из информационного поля. Журналы «Маладосць» і «Бярозка» хоть и работают в схожих направлениях, но рассчитаны на разную аудиторию, и вряд ли потенциальные читатели «Бярозкі» покупали или выписывали «Маладосць» для того, чтобы прочитать несколько страниц в конце. К тому же, журнала не было в киосках, у него не было самостоятельной обложки, хорошего красочного дизайна, какой-то системы наполнения, своего стиля. В этой ситуации нельзя привлечь новых читателей. А с учетом того, что целевая аудитория достаточно узкая в плане возраста (12 - 17 лет), то за время, что журнал не выходил, он потерял всю свою аудиторию: выросло поколение подростков, которые никогда не слышали про «Бярозку».

Поэтому, когда в 2014 году началась работа над возобновлением журнала (этим занималась тогдашняя редакторка журнала «Маладосць» Светлана Вотинова) пришлось буквально создавать журнал с самого начала. Начиная от разработки концепции и заканчивая аудиторией, которая, повторюсь, уже не знала или забыла про журнал.

Насколько я понимаю, изначально была идея сделать «Бярозку» таким интересным и познавательным «школьным» журналом, который был бы интересен и полезен не только подросткам, но и учителям (и, возможно, дошел бы до подростков именно через учителей).

В журнале освещались школьные темы и проблемы (школьная программа, отношения учеников и учителей, школьная и внешкольная жизнь). Конечно, там не могло не быть текстов по психологии (часто тоже связанных со школьными вопросами), и литературы (школьников и взрослых писателей), потому что в «Бярозке» всегда печатались литературные произведения.

В январе 2015 года вышел первый самостоятельный номер «Бярозки» после закрытия. Тогда удалось достигнуть тиража около 1000 экземпляров и удерживать его какое-то время, прежде чем он начал неуклонно снижаться.

**––— С чем связано сокращение тиража журнала?**

––— Золотыми годами для тиража «Бярозки» были конец 80-х, начало 90-х, когда тираж доходил до 32000 экземпляров.

А падение тиража связано с теми же причинами, что и падение тиражей всех печатных изданий. На мой взгляд, некорректно сравнивать тиражи 90-х с нынешними, потому что издания сейчас работают в абсолютно других условиях. Когда есть интернет с моментальным доступом к любой информации, тиражи даже самых интересных изданий будут снижаться, и это нормально. К «Бярозке» сейчас читатель обращается не за информацией, а за качественным отдыхом, за атмосферой и настроением, за возможностью посмотреть на привычные вещи под другим углом, подумать о чем-то незнакомом ранее.

Сейчас, кстати, за последние 2 месяца (март-апрель) тираж «Бярозки» вырос более чем на 200 экземпляров (с 405 в феврале до 616 в апреле) и я надеюсь, что эта тенденция сохранится.

**––— Как менялась концепция журнала со временем?**

––— Концепция журнала менялась постепенно. Приходили новые сотрудники и авторы, предлагали темы, которые им казались важными и интересными, писали на эти темы. Это происходит постоянно, но особенно заметно, если сравнивать журналы за разные годы.

На самом деле в журнале и раньше были материалы на социальные темы, тексты про интересных людей, просто подавались они по-разному. Если раньше акцент был на разных формах творчества и людях, которые творчеством занимаются, то сейчас мы расширили тематическую составляющую и пишем обо всех людях, у которых есть какой-то интересный опыт, есть чем поделиться с подростками.

Писать только о литературе/культуре ––— это слишком узко для ежемесячного журнала, тем более, рассчитанного на подростковую аудиторию. Особенно, учитывая, что восприятие культуры, как и сама культура, невозможны без социального контекста.

––— **У журнала также изменилась визуальная часть. Появились комиксы, рисованные иллюстрации... я бы сказала, что издание стало выглядеть современно, но в то же время очень камерно и атмосферно. Как был разработан такой уникальный стиль?**

––— С уникальным стилем ситуация та же, что и с текстами. У нас в штате есть место дизайнера, который занимается полностью визуальной частью (иллюстрирование, верстка, подбор фото). И каждый дизайнер, который приходит к нам работать, делает журнал таким, каким видит (не выходя за пределы общего направления, выработанного за последние года 3). Я и остальные редакторы минимально вмешивается в вопросы дизайна, полагаясь на вкус человека, который с ним работает.

Что касается того самого общего направления, то журнал должен быть ярким, но не пестрить, удобным для чтения и не скучным, не банальным.

––— **Авторы многих материалов в «Бярозке» не входят в редакционную коллегию, то есть, насколько я понимаю, являются внештатными журналистами. Кто они? С кем сотрудничает издание?**

––— Наши авторы ––— это талантливые школьники, которые интересуются жизнью вокруг них и хотят делиться своими мыслями, увлекаются журналистикой, наукой, литературой, историей, культурой и т.д., а также те, кто пишет стихи и прозу.

Ещё нам пишут студенты факультета журналистики, для которых «Бярозка» ––— отличная возможность попрактиковаться в интервью, рецензиях, очерках, зарисовках и других жанрах. Кроме этого наши авторы ––— писатели, эксперты в различных гуманитарных направлениях (истории, языках, разных направлениях культуры).