

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

ДМИТРУК Кирилл Витальевич

**ИНТЕРВЬЮ КАК МЕТОД И ЖАНР БЕЛОРУССКИХ СМИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ» И СЕТЕВОГО
ИЗДАНИЯ ONLINER.BY)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
М.В. Прохореня

Допущена к защите

« ____ » _____ 2024 г.

Заведующий кафедрой _____

доктор филологических наук, доцент С.В. Харитонова

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	3
АНАТАЦЫЯ.....	4
ANNOTATION.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ИНТЕРВЬЮ КАК МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ.....	10
1.1 Интервью: понятие, классификация, характеристики.....	10
1.2 Трансформация интервью как метода и жанра: исторический ракурс (на примере газеты «Советская Белоруссия»).....	22
Выводы по главе 1.....	26
ГЛАВА 2 ИНТЕРВЬЮ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	28
2.1 Интервью в условиях конвергентной среды.....	28
2.2 Методика проведения интервью.....	33
Выводы по главе 2.....	39
ГЛАВА 3 ИНТЕРВЬЮ В ПРАКТИКЕ БЕЛОРУССКИХ СМИ.....	40
3.1 Особенности интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня».....	40
3.2 Специфика интервью в сетевом издании onliner.by.....	47
Выводы по главе 3.....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	60

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа содержит: 66 страниц, 74 источника.

Ключевые слова: ИНТЕРВЬЮ, ТРАКТОВКА ИНТЕРВЬЮ, ВИДЫ ИНТЕРВЬЮ, ЭВОЛЮЦИЯ ИНТЕРВЬЮ, «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ», ONLINER.BY

Объект исследования – интервью как метод и жанр.

Предмет исследования – интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» и сетевом издании onliner.by.

Цель – исследовать интервью как метод и жанр белорусских СМИ (на материале газеты «СБ. Беларусь сегодня» и сетевого издания onliner.by.)

Методы исследования: анализ и синтез, обобщение, аналогия, сравнительно-сопоставительный метод, системный и логический методы, принцип объективности.

Полученные результаты и их новизна. В дипломной работе были названы теоретико-методологические подходы к определению понятия интервью, его видов и характеристик, представлена эволюция интервью как метода и жанра, а также описано развитие интервью в условиях конвергентной среды. *Новизна исследования* заключается в выявлении особенностей интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» и в сетевом издании onliner.by.

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

Область возможного практического применения: результаты исследования могут быть использованы практикующими журналистами для совершенствования методов ведения интервью, логичной подачи и оформления контента подобного жанра. Кроме того, полученные результаты могут быть использованы в учебном процессе факультета журналистики БГУ.

АНАТАЦЫЯ

Дыпломная праца змяшчае: 66 старонак, 74 крыніцы.

Ключавыя словы: ІНТЭРВ'Ю, ТРАКТОЎКА ІНТЭРВ'Ю, ВІДЫ ІНТЭРВ'Ю, ЭВАЛЮЦЫЯ ІНТЭРВ'Ю, «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ», ONLINER.BY

Аб'ект даследавання – інтэрв'ю як метада і жанр.

Прадмет даследавання – інтэрв'ю ў газеце «СБ. Беларусь сегодня» і сеткавым выданні onliner.by.

Мэта – даследаваць інтэрв'ю як метада і жанр беларускіх СМІ (на матэрыяле газеты "СБ. Беларусь сегодня" і сеткавага выдання onliner.by.)

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, абагульненне, аналогія, параўнальна-супастаўляльны метада, сістэмны і лагічны метады, прынцып аб'ектыўнасці.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У дыпломнай рабоце былі названы тэарэтыка-метадалагічныя падыходы да вызначэння паняцця інтэрв'ю, яго відаў і характарыстык, прадстаўлена эвалюцыя інтэрв'ю як метада і жанру, а таксама апісана развіццё інтэрв'ю ва ўмовах канвергентнага асяроддзя. *Навізна даследавання* заключаецца ў выяўленні асаблівасцяў інтэрв'ю ў газеце «СБ. Беларусь сегодня» і ў сеткавым выданні onliner.by.

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

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны практыкуючымі журналістамі для ўдасканалення метадаў вядзення інтэрв'ю, лагічнай падачы і афармленні кантэнту падобнага жанру. Акрамя таго, атрыманыя вынікі могуць быць выкарыстаны ў навучальным працэсе факультэта журналістыкі БДУ.

ANNOTATION

The thesis contains: 66 pages, 74 sources.

Key words: INTERVIEW, INTERVIEW OF INTERVIEW, TYPES OF INTERVIEW, EVOLUTION OF INTERVIEW, "SB. BELARUS TODAY", ONLINER.BY

The object of the study is interviews as a method and genre.

The subject of the study is an interview in the newspaper "SB. Belarus today" and the online publication onliner.by.

The goal is to explore interviews as a method and genre of the Belarusian media (based on the material of the newspaper "SB. Belarus Today" and the online publication onliner.by.)

Research methods: analysis and synthesis, generalization, analogy, comparative method, systematic and logical methods, the principle of objectivity.

The results obtained and their novelty. The thesis identified theoretical and methodological approaches to defining the concept of an interview, its types and characteristics, presented the evolution of interviews as a method and genre, and also described the development of interviews in a convergent environment. The novelty of the study lies in identifying the features of the interview in the newspaper "SB. Belarus today" and in the online publication onliner.by.

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

Area of possible practical application: the results of the study can be used by practicing journalists to improve interviewing methods, logical presentation and design of content of this genre. In addition, the results obtained can be used in the educational process of the Faculty of Journalism of BSU.

ВВЕДЕНИЕ

Интервью является одним из самых популярных жанров информационной журналистики в XXI веке. Его важнейшие достоинства – злободневность и общественная значимость. С возрастанием популярности у интервью сформировался еще один важный аспект: к живому диалогу подключилась аудитория, которая внесла свои коррективы как в жанровую составляющую интервью, так и в его драматургию и композицию.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что современная веб-журналистика диктует свои правила жанрового образования, концепций ведения беседы и форматов интервью. Классифицировать, делить интервью на виды стало намного сложнее. Почему? Трансформация медиапродукции является процессом активным, который стал все больше работать с развитием информационных технологий, изменениями в технологиях подачи контента и общественной мысли граждан. Поэтому традиционное понимание о типологии, композиции текста, об инструментах оформления интервью, о методологии хода дискуссии все больше отходит на вторые позиции.

Информационный жанр интервью тоже не остался в стороне. Мы наблюдаем, что трансформация интервью требует достаточного осмысления. Теперь работники массмедиа и современные исследователи не могут только полагаться на типологизации интервью традиционных журналистских ученых трудов.

А нужна ли сейчас система жанров? Можно ли уложить в строгую классификацию творческий продукт корреспондента? Актуален ли сейчас жанр в принципе? В чем суть и главная цель типологизации? Такое большое количество вопросов рождается именно из-за развития новых медиа, а также потому, что веб-журналистика сейчас находится ни пике своего развития.

Еще один важный вопрос: как обстоят дела с проблемным, аналитическим интервью на современном белорусском медиарынке? Можно ли говорить, что в ведущих белорусских СМИ достаточно текстов в форме дискуссии, полемики, обсуждения или беседе? Ведь значимость именно аналитического текста в жанре интервью в том, что читатель получает не просто информацию в сухом и готовом виде, но и развернутую палитру мнений на проблему. Как раз в проблеме, в остром социальном, политическом, идеологическом, образовательном запросе заключен смысл аналитического интервью.

Также исследование процесса модернизации интервью позволит выявить приобретенные и утерянные черты, выделить из них лучшее. Это поможет переосмыслить основную теоретическую базу для подготовки журналистов,

изучить понятия интервью-метод и интервью жанр и определить их место в системе современных СМИ.

Отметим, что в своем развитии интервью прошло путь от малозначительного, редко используемого способа передачи информации до жанра, без которого не обходится ни одно печатное издание.

Объект исследования – интервью как метод и жанр.

Предмет исследования – интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» и сетевом издании onliner.by.

Цель дипломной работы – исследовать интервью как метод и жанр белорусских СМИ (на материале газеты «СБ. Беларусь сегодня» и сетевого издания onliner.by.)

Для реализации цели в данной дипломной работе поставлены следующие **задачи**:

1. изучить интервью как понятие, его классификации и характеристики;
2. проследить за трансформацией интервью как метода и жанра в историческом ракурсе (на примере газеты «Советская Белоруссия»);
3. рассмотреть развитие интервью в условиях конвергентной среды;
4. описать методику проведения интервью;
5. назвать особенности интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня»;
6. выявить отличительные черты интервью в сетевом издании onliner.by.

В ходе исследования вышеуказанной темы дипломной работы применялись такие **методы**, как анализ и синтез, обобщение, аналогия. Кроме того, среди методов, которые использовались для решения поставленных задач и на основе которых был систематизирован и проанализирован теоретический материал, были сравнительно-сопоставительный метод, а также системный и логический методы. Отметим, что в представленной дипломной работе мы опирались на принцип объективности, что предусматривает основательное изучение предмета исследования.

Теоретической базой исследования являются учебные пособия и статьи таких авторов, как А.В. Колесниченко, Е.В. Крыницын, Г.В. Лазутина, А.А. Градюшко, О.Р. Самарцев, А.А. Тертычный, Б.В. Стрельцов и др.

В работе А.А. Тертычного «Жанры периодической печати» излагается современная концепция жанров периодической печати. Выявляется роль предмета, функций, методов, уровня и форм отображения действительности в журналистике как ее главных жанрообразующих факторов. Дается характеристика основных журналистских жанров [31].

А.В. Колесниченко в своем труде «Настольная книга журналиста» излагает и систематизирует технологию журналистской работы в прессе. Описывает методику написания текстов в жанрах, наиболее часто

используемых в современной прессе (новостная заметка, репортаж, интервью, портрет, комментарий, аналитическая статья и др.) [18].

Работа «Жанры современной журналистики» М.Н. Кима освещает различные проблемы жанрового определения в современной журналистике. Подробнейшим образом рассматривает ключевые жанры газетной журналистики – очерк и интервью [17].

Доктор филологических наук, профессор Б.В. Стрельцов в монографии «Метод и жанр. Основы журналистского творчества» вносит новые характеристики в модели жанров, определяет особенности их текстовых структур в зависимости от используемого журналистом способа изложения – высказывания, публицистического, эссеистического или делового, метод аналитики [30].

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики БГУ А.А. Градюшко в работе «Основы интернет-журналистики» последовательно рассматривает основные тенденции развития веб-журналистики. Большое внимание уделяется использованию новых медиа в практике работы средств массовой информации [14].

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ А.И. Соловьев в пособии «Современные технологии массмедиа» комплексно представляет основные теоретические сведения о системе современных массовых коммуникаций, проводит целостное исследование процессов, связанных с функционированием медийных технологий, отражает общие теоретические основы исторического развития и примеры современного состояния медиа [29].

Е.В. Крыницын в книге «Как брать интервью: 8 мастер-классов от лучших журналистов России» рассказывает о приемах известных корреспондентов ведения интервью. В пособии описано, как готовиться, как вести себя с разными собеседниками. А еще это откровенные воспоминания о переживаниях, провалах и успехах, которые интересно прочитать [19].

О.Р. Самарцев в своем труде «Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики» рассматривает наиболее сложные в методологическом отношении вопросы создания текста в стиле перевернутой пирамиды, архитектонику, методику и структуру журналистского произведения. Рассматривает сущность новостей, особенности нарративной стилистики, методику интервью и технологию сбора информации [28].

Эмпирическая база. Для того, чтобы выявить отличительные черты интервью как метода и жанра в газете «СБ. Беларусь сегодня» и сетевом

издании onliner.by в практической части дипломной работы было проанализировано более 30 журналистских материалов за период 2021-2024 гг.

Структура дипломной работы. Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, где представлено 74 позиции. В первой главе интервью изучается как понятие, приведены его классификации и характеристики, прослеживается трансформация интервью как жанра и метода в историческом ракурсе (на примере газеты «Советская Белоруссия»). Во второй главе рассматривается развитие интервью в условиях конвергентной среды и описывается методика проведения интервью. Третья глава посвящена выявлению особенностей интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» и сетевом издании onliner.by.

ГЛАВА 1

ИНТЕРВЬЮ КАК МЕТОД СБОРА ИНФОРМАЦИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ

1.1 Интервью: понятие, классификация, характеристики

В современной медианауке термин «интервью» имеет два значения: как метод получения и сбора информации посредством живой беседы, так и самостоятельный жанр, который сейчас трансформируется, делится на подвиды, имеет свою концепцию построения.

Еще в Античности интервью как метод сбора информации использовал Сократ в своих диалогах. А Геродот и вовсе утверждал, что его труды, в частности «История», полностью создавалась на основе сведений, полученных путем расспросов, чтобы прошедшие события не пришли в забвение. Также прообразом современного интервью можно назвать своеобразные жанровые образования, распространенные в XVIII в.: «беседы» и «разговоры». Однако они не предполагали обмен мнениями, действительно беседующих соавторов и персонажей [10, с. 65].

Обратимся к определению понятия «интервью» как жанра. Академик Д.С. Лихачев пишет: «Слово «интервью» появилось в печати в 60-80-е годы XIX в. и получило распространение как название жанра, но не сразу превратилось в терминологическое обозначение. Такой смысл оно получает в России на рубеже XIX-XX вв.» [17, с. 8].

Если мы посмотрим более детально и обратимся к лексическому строению, семантике английского слова «интервью», то поймем, что оно состоит из двух важных для понимания элементов или частей. Первый – это префикс *inter*, который имеет значение направления, взаимодействия с чем-либо. Второй, *view*, одно из значений которого – мнение или взгляд. Получается, что интервью – это обмен контактами, мнениями, точками зрениями, взглядами.

Когда мы обратимся к классификации жанров советской газеты, то найдем там такое определение интервью: «Один из информационных жанров, беседа журналиста с каким-либо лицом, представляющая общественный интерес и предназначенная для опубликования или передачи по радио, телевидению. Интервью находит широкое применение в периодической печати» [19, с. 64].

Интересно, что советские ученые критиковали буржуазные газеты за создание сенсационных интервью. Они утверждали, что такие медиапродукты

только отвлекают общество от важных социальных проблем. То есть, по мнению советских ученых, страны Запада использовали интервью не для информирования или решения важных политических, экономических, культурных и других задач, а для привлечения подписчиков, для открытого рекламирования газеты. Подобное советские исследователи говорили и о русской буржуазной журналистике: «Репортеры желтой прессы изо дня в день рыскают в поисках сенсационных интервью» [19, с. 65].

Так же ученые СССР говорят о развитии интервью-фальшивок, которые получили широкое распространение в капиталистических странах: «Используя особую достоверность жанра интервью, обычно сообщая новость из первых рук, буржуазные репортеры таким образом пытаются придать правдоподобность заведомо ложному сообщению» [там же, с. 67].

Совершенно ясно, что такое определение интервью было вызвано идеологическим влиянием со стороны правительства. Действительно, сенсационное или «желтое» интервью не имеет ничего общего с качественной журналистикой. В основе такого продукта лежит громкое слово, которое в свою очередь может зацепить зрителя. Однако никакой смысловой или проблемной нагрузки такие тексты не несут. Основная их задача: увлечь публику, вызвать интерес к низшим инстинктам. Такие медиапродукты наполнены простыми бытовыми смыслами, скандальными историями, конкретной лексикой, отсутствием идеи и замысла.

Советские ученые выделяли несколько признаков достойного интервью: злободневность, политическая целеустремленность, деловитость, общественная значимость, интересность для многих. Несомненно, такие характеристики интервью несомненно приведут нас к хорошему, проблемному материалу. Обладают ли такими признаками современные интервью на отечественном медиарынке?

Один из основоположников научной школы белорусской журналистики, советский публицист Борис Васильевич Стрельцов предлагал относить к информационным жанрам как раз заметку, отчет, репортаж, зарисовку и конечно интервью. А вот аналитическими жанрами, по его мнению, будут являться корреспонденция, статья, рецензия, обзоры, комментарий, обзор печати и писем. К художественно-публицистическим относится очерк, эссе, фельетон, памфлет. Интересно, что Б.В.Стрельцов опирался на жанр как на «элемент формализации содержания, форма организации материала» [30, с. 43].

Н.В. Тумилович утверждает, что «суть метода интервью – целенаправленное, плановое получение информации, необходимое для реализации определенных целей, в случае журналистики это получение сведений – актуального социального звучания от источника информации» [17, с. 30].

Таким образом, интервью можно назвать диалогом, где оба собеседника находятся в разных весомах ролях, при этом само общение подразумевается как доверительное или деловое. Тут все зависит от типа интервью и от навыков самого журналиста. В меньшей степени зависит от героя. «Главное отличие интервью от обычного разговора – наличие двух неравноправных сторон: представителя некоего социального института (СМИ) и источника необходимой этому институту информации. Интервью всегда устанавливает активную позицию одной стороны и пассивную, подчинительную – другой» [17, с. 30].

Н.В. Тумилович упоминает о взаимном соглашении сторон. Таким образом, можно сделать вывод, что, по мнению ученого, интервью есть совместная творческая работа как журналиста, так и героя. При этом, естественно, нужно понимать, что корреспондент имеет исключительные права на свой продукт. Именно от него будет зависеть и актуальность и значимость диалога, и форма, формат, и популярность интервью

Далее рассмотрим трактовку понятия интервью у кандидата педагогических наук, члена Союза журналистов Москвы Н.В. Кодолы. Исследовательница интерпретирует жанр интервью как вид публицистики, который представляет собой беседу со значимой и важной личностью. При этом разговор ведется на актуальные темы. Н.В.Кодола также, как и советские ученые подмечает, что важными признаками хорошего интервью, прежде всего, выступают злободневность, общественная значимость. «Интервью – один из востребованных жанров в современных средствах массовой информации, особенно в печатных изданиях. Это связано с тем, что интервью является стержневым материалом номера» [10, с. 7].

По нашему мнению, интересным выступает выражение «стержневым материалом номера». Очень часто главной темой выпуска является разговор со значимым лицом. Иногда даже вокруг тематики интервью выстраивается вся концепция конкретного номера газеты, журнала, сетевого издания. Все это почему? Если герой имеет влияние на конкретный строй, у него есть поклонники, возможно, он обладает рычагами давления на общество, то его будет интересно, актуально и важно слушать. Следовательно, нужно читать, смотреть интервью.

Нередко в белорусских средствах массовой информации на первые полосы издания выносит разговоры с известными медиаперсонами. Громкие, сенсационные высказывания медийной личности, сказанные в процессе беседы, также часто располагаются на первых полосах СМИ.

Ученые Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский также рассматривают интервью как «жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам» [10, с. 8].

Похожую концепцию интерпретации интервью предлагают Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий и А.Я. Юровский, определяя интервью «как беседу в форме вопросов и ответов. Интервью – это диалог, происходящий между журналистом, получающим информацию, и каким-либо носителем информации, при одностороннем участии аудитории» [10, с. 8].

Примерно о том же говорят и исследователи З.С. Смелкова, Л.В. Ассуирова, М.Р. Савова, О.А. Сальников. Так, отмечается: «Отличительной особенностью интервью является его двуадресность: журналист (интервьюер), обращаясь к своему непосредственному адресату (интервьюируемому), выстраивает особую публицистическую драматургию беседы в расчете на восприятие будущего читателя (адресат массовый)» [там же, с. 9].

Важно понимать, что современные отечественные журналисты трактуют понятие интервью различно. Можно говорить об интервью и как о методе профессиональной деятельности, и как о способе организации единицы эфирного вещания, и как о жанре печатных и электронных СМИ.

Например, авторы учебника «Радиожурналистика» понимают под интервью некий трехсторонний коммуникативный акт между интервьюируемым, журналистом и зрителем. Цель в таком случае – получение актуальной, интересной информации от сведущего, актуального, компетентного человека: «суть этого жанра есть чередование вопросов и ответов, которые представляют собой единое смысловое и эмоциональное целое, объединяемое одной темой» [11, с. 9].

Современные исследователи считают, что «в основу классификации видов интервью могут быть положены следующие характеристики: предмет отображения, целевая установка (функция) беседы, метод отображения» [20, с. 148].

По своей предметной сути, жанр интервью нацелен на уникальное мнение. Подобное мнение может быть взято у одного человека или у группы людей. Отсюда возникает такой подвид в журналистике, как коллективное интервью. Суть такого материала проста: на один или несколько вопросов отвечает несколько людей и после обработки материал подается под определенной рубрикой. Такая разновидность интервью, как анкета так же довольно широко представляется в СМИ. Однако здесь мы наблюдаем такое явление как, анонимность респондентов. Отсюда такая популярность к интервью-анонимам. Однако большее доверие у читателя вызовет уверенный в себе эксперт, знающий свое дело. Поэтому все больше становится популярен экспертный опрос. Чаще всего он применяется на пресс-конференциях.

Целевая установка беседы – важное явление в вопросе жанрового образования интервью. Если журналист хочет докопаться до сути проблемы, провести анализ, аналогию, на помощь приходит аналитическое интервью, если

нужно не только передать информацию собеседнику, выслушать героя, но и дать свою оценку происходящему, то обращаемся к интервью-диалогу или даже к такому новому подвиду, как к интервью-стенограмме. А если корреспондент ставит задачу понять душевный мир героя, то идем к интервью-монологу, интервью-мнению, интервью «поток сознания».

Если говорить о видовой классификации интервью, то начнем с традиционного представления жанрового разнообразия интервью согласно точкам зрения А.А. Тертычного и О.Р. Самарцева. Оба ученых – представители традиционной школы журналистики. Именно поэтому наблюдение и выявление неточностей или наоборот достоинств работ исследователей СМИ разных поколений – деятельность очень полезная, в том числе для собственного понимания ситуации работы медиа в XXI веке.

А.А. Тертычный дает достаточно подробную и обширную классификацию жанров интервью. Он выделяет информационное интервью, блиц-опрос, вопрос-ответ. Также в аналитическом секторе идет разделение на аналитическое интервью, аналитический опрос, беседу и комментарий, анкету.

Самое первое определение в своих трудах ученый дает базовому виду, а именно информационному интервью: «В полной мере интервью получится информационным, если и в ответах его собеседника акцент будет сделан на вопросах: что? где? когда? Если же интервьюер или его собеседник начнут «разворачивать» ответы на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и пр., то в результате может появиться аналитический материал» [19, с. 80].

Таким образом, информационное интервью преследует цель выяснить у героя общее представление о происходящем, подробности, факты, конкретную информацию. При этом журналист не ставит перед собой задачу найти суть проблемы, провести анализ, возможно, загнать собеседника в тупик, считая все сказанное героем правдой.

Блиц-опрос по методу имеет схожие черты с обыкновенным интервью, но А.А.Тертычный принципиально выделяет именно блиц-опрос в самостоятельный жанр, подвид интервью: «В отличие от интервью, цель которого – получение ответов на несколько (порой – множество) различающихся по своему характеру вопросов от одного человека, в ходе опроса журналист пытается получить ответы на один и тот же вопрос (или на несколько одних и тех же вопросов) от множества людей» [18, с. 81].

Заметно, что блиц-опрос часто встречается как часть полноценного интервью. Например, когда журналист предлагает герою после глобальных запросов ответить на ряд более простых по форме и односложных вопросов. Александр Алексеевич говорит, что существует еще одна важная форма – вопрос-ответ. По построению, композиции материал такого типа выглядит так:

вопрос задается журналистом или читателем, который прислал письмо с волнующей темой в редакцию и далее следует ответ эксперта.

А.А. Тертычный заявляет, что актуальность жанра вопроса-ответа высока: «Если нет вопроса, то не следует и ответ на него. Иначе говоря, тип публикаций «вопрос-ответ» – это своего рода «сиамские близнецы» в ряду информационных жанров современной периодической печати. Друг без друга они на газетной полосе обычно становятся ущербным явлением. Вместе же ответ и вопрос образуют некое информационное единство, объединяющее достоинства вопроса и ответа на него. Причем такой ответ, возможно, мог бы быть опубликован и в виде самостоятельной заметки, но интерес читателя к ней в этом случае мог бы быть только ниже» [19, с. 83].

Аналитическое интервью отличается от информационного наличием элемента анализа. Суть не столько в общем строении, сколько в постановке вопросов, которые направлены больше на выявление сути проблемы и методов ее решения. Тут как раз и будут работать вопросы: почему? каким образом? что это значит? и т.д. Все это должно побудить героя к реакции, эмоции, вывести на правдивый ответ. А.А. Тертычный уверен, что методы работы именно при выборе аналитического интервью могут помогать трансформировать вид рассматриваемого интервью в другие жанры, например, в корреспонденцию, отчет или статью.

Любопытно, что Александр Алексеевич выделяет еще один подвид интервью – беседу. Этот вид отличается степенью вовлеченности журналиста и героя в процесс обсуждения проблемы. Если в обычном интервью корреспондент выступает только в качестве транслятора вопросов, делает к ним подводки, разъясняет суть слушателям или зрителям, а после ждет прямого ответа, то в беседе он еще и сам участник диалога. Журналист обменивается опытом с героем, дает свою оценку происходящему, выступает также как полноправный эксперт. Именно поэтому А.А.Тертычный относит беседу к аналитической группе, ведь читателю представляется не только вопрос и ответ, но и полноценная дискуссия, анализ, возможно даже столкновение мнений.

Вот какое определение дает Александр Алексеевич аналитическому опросу: «Аналитический опрос как жанр имеет некоторые сходные черты с жанром информационного опроса. Это сходство состоит прежде всего в том, что источником содержания публикаций, относимых к этим жанрам, являются ответы на вопрос журналиста. При этом, как в том, так и в ином жанре, структура текста образуется в ходе изложения «веера» полученных журналистом ответов «респондентов» [18, с. 112]. Не стоит забывать, что при опросе, особенно актуален метод интервью, метод сбора и обработки ответов от нескольких групп лиц. Писать опросы, особенно аналитические, задача не из легких. Главными же отличиями аналитического опроса есть наличие

развернутого комментария, материал большего объема и он детальнее раскрывает суть проблемы.

Комментарий также как и само интервью может использоваться и как метод, и как жанр. Нужно сказать, что комментарий можно встретить и в расширенных заметках, и в репортажах, и в отчетах и в рецензиях. Однако, А.А.Тертычный выделяет комментарий еще и как отдельный жанр. После расширенного лида, в основном в аналитических текстах, журналист задает вопрос эксперту и собственно представляет сам комментарий. Такие тексты получаются глобальными как по содержанию, так и по объему. «Следует подчеркнуть, что комментарий представляет собой не только реакцию на новые явления. В комментарии активно обрисовываются проблемы, обсуждаются относящиеся к ним актуальные факты. И как отмечалось выше, комментарии могут быть превентивными, предвосхищающими события, готовящими общество к их неизбежности» [19, с. 119].

Анкета как жанр представляет также особый интерес у исследователей. С интервью главным образом анкету связывает наличие большого количества вопросов по теме, далее говорится, сколько человек было опрошено и представляется своеобразный отчет о проделанном анкетировании. Здесь как раз и подключается метод интервью, который работает в полную силу.

Далее перейдем к типологии интервью в трудах Олега Робертовича Самарцева. Прежде чем разбирать его жанровую теорию, обратимся к тем сведениям, которые ученый приводит о видах интервью. Исследователь утверждает, что британская вещательная корпорация выделяет только три вида интервью: жесткое интервью, информационное интервью и эмоциональное интервью. И хотя деление весьма условное, отличительные и принципиальные черты и особенности в каждом подвиде интервью все же есть. Так жесткое интервью «подразумевает однозначную и бескомпромиссную тональность, которая основана на исчерпывающем знании предмета обсуждения. Жесткое интервью всегда опережает собеседника, заставляет его идти вслед журналисту, давать пояснения или раскрывать неизвестные аспекты» [16, с. 124].

Более демократичное интервью есть информационное. Респонденту допускается давать любые сведения, неизвестные аудитории. И это, по сути, и есть его цель. А вот эмоциональное интервью только дополняет то, что уже известно. В таком виде вопросы журналиста, скажем, пожарному, будут задаваться под определенным углом, корреспондента не столько будет интересовать что послужило причиной пожара, сколько, что испытывал сам работник МЧС при устранении огня.

Типологизация интервью по О.Р. Самарцеву очень широкая, намного разнообразней, чем у А.А. Тертычного. Олег Робертович выделяет следующие виды интервью: чрезвычайное происшествия, важные политические новости,

информационное интервью, интервью для любознательных, фокусированное интервью, интервью-версия, личное интервью, эмоциональное интервью, развлекательное интервью, событийное интервью, интервью по телефону или опосредованное, опрос, неожиданное интервью.

Некоторые виды повторяются с теорией жанров интервью у А.А. Тертычного, поэтому подробно на них останавливаться не будем. И все же есть и свои особенности у О.Р. Самарцева. Так, если говорить о виде важной политической новости, то «основой такого интервью является полная ясность и определенность идей, которые прозвучат на широкую аудиторию» [5, с. 125].

Фокусированным интервью является беседа, по сути, на одну тему. Обычно эта тема злободневна, актуальна и современна. Журналист обязан как бы сфокусировать весь свой поток вопросов именно на одной проблеме и максимально направлять ход мысли героя в важную сторону. Сделать это совсем не просто, ведь собеседник может просчитать намерения работника СМИ и уклоняться от вопросов. В любом случае, стоит не забывать о журналистской этике и общепринятых нормах поведения образованного человека.

Рассмотрим, чем отличается интервью-версия от исследовательского или аналитического интервью. «В отличие от исследовательского интервью, которое тоже имеет дело с возможными версиями событий, интервью-версия предполагает два типа ответов – реакцию и объяснение его причины» [16, с. 129.] Главная цель данного типа, как можно подробнее воссоздать картину произошедшего, кроме фактов, получить реакцию, эмоцию, живую историю.

Личное интервью в большинстве схоже с портретным, возможно, О.Р. Самарцев просто именно так обозначил этот вид. Он очень популярен среди аудитории и стал массовым. Элитарных личностных интервью сейчас не так много. В любом случае, если в обычной бытовой ситуации с конфликтом оказывается не обычный, знаменитый человек, это всегда привлекало и будет привлекать большую часть общественности. Этот жанр легкий для слушателя или зрителя, однако совершенно не простой для журналиста, ведь умение выводить героя на чистую воду, задавать тон беседе, «выцеплять» самые оригинальные факты о человеке дело не из простых.

Событийное интервью вобрало в себя много других типов интервью, однако также по мнению О.Р.Самарцева имеет отдельное и вполне заслуженное место. Ученый говорит, что в данном виде главное – это умение задавать четкие и развернутые вопросы и подвопросы, чтобы герой максимально ясно понял сигнал, что событие обязано быть изложено им подробно и в мельчайших деталях.

Отдельно хочется остановиться на вынужденном интервью. Такой подвид предполагает следующее: перед журналистом поставлена задача

получить информацию любым способом, перед героем поставлена задача любым способом помешать работнику СМИ получить эту самую информацию. Если говорить проще, то герой просто не хочет или не может отвечать на вопросы корреспондента по данной теме, а журналисту необходимо принести сюжет на эту тему в редакцию. Иногда даже гневный ответ героя типа «я не знаю!» или «без комментариев» тоже может послужить почвой и фундаментом для журналистского материала, а соответственно, поводом для обсуждения со стороны общественности. «В любой ситуации вынужденное интервью должно быть многократно обоснованно настоящей профессиональной необходимостью, только в этом случае оно не нарушает этических норм и будет органично встраиваться в линию вашего материала» [16, с. 137].

Но надо понимать, что если личностное идет вразрез с общественным, то журналист обязан быть на стороне именно большинства. Поэтому не стоит бояться общаться даже с политических деятелями, если требуется. Никогда не забываем, что СМИ это четвертая власть. А властью нужно распоряжаться разумно.

В данном разделе также мы обратились к исследованиям современных ученых М.Н. Кима и Е.М. Пак. В их трудах также отражается система жанрового деления интервью, вопрос только, насколько она совпадает с теорией жанров О.Р.Самарцева и А.А.Тертычного. Максим Николаевич Ким – доктор филологических наук, профессор, руководитель научно-образовательных программ «Реклама и связи с общественностью» и «Журналистика» Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Екатерина Максимовна Пак – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Указанные исследователи считают, что «в основу классификации видов интервью могут быть положены следующие характеристики: предмет отображения, целевая установка (функция) беседы, метод отображения» [10, с. 148].

По своей предметной сути, жанр интервью нацелен на уникальное мнение. Подобное мнение может быть взято у одного человека или у группы людей. Отсюда возникает такой подвид в журналистике, как коллективное интервью. Суть такого материала проста: на один или несколько вопросов отвечает несколько людей и после обработки материал подается под определенной рубрикой. Такой жанр интервью, как анкета так же довольно широко представляется в СМИ. Однако здесь мы наблюдаем такое явление как, анонимность респондентов. Отсюда такая популярность к интервью-анонимам.

Однако большее доверие у читателя вызовет уверенный в себе эксперт, знающий свое дело и не желающий прятаться за спинами общества. Поэтому все больше становится популярен экспертный-опрос, особенно он применяется на пресс-конференциях.

Целевая установка беседы важное явление в вопросе жанрового образования интервью. Если журналист хочет докопаться до сути проблемы, провести анализ, аналогию, на помощь приходит аналитическое интервью, если не только передать информацию собеседнику, выслушать героя, но и дать свою оценку происходящему, то обращаемся к интервью-диалогу или даже к такому новому подвиду, как к интервью-стенограмме. А если корреспондент ставит задачу понять душевный мир героя, то будет к интервью-монолог, интервью-мнение.

Занятно, что Максим Николаевич и Екатерина Максимовна отдельно классифицируют портретное интервью, деля его на определенные конкретные виды. Однако сразу хочется уточнить, что портретность интервью по своей сути тоже является типом рассматриваемого информационного жанра. Портретным в общем смысле мы можем назвать интервью, которое направлено на человека, персону, интересную личность, его жизнь, события и интересные факты из его биографии. Наши ученые решили пойти еще дальше и поделить портретное интервью на подвиды.

Первым исследователи выделяют событийное портретное интервью. Основу такого текста составляют определенные явления, события, которые повлияли на героя или даже на общество вокруг. Например, наш собеседник получил первое место на спортивных соревнованиях, занял первое место на кулинарном конкурсе, поучаствовал в популярном шоу. Иногда характер такого интервью довольно лаконичный, журналист задает вопросы по сути, не отходя от главной мысли, расспрашивает исключительно про событие, которое собственно повлияло на героя.

Если в портретном событийном интервью задача представить человека через событие, то в биографическом в основе лежит биография. Журналиста будет интересовать жизненный путь героя, его становление, испытания судьбы возможно, как он шел к успеху. Это достаточно сложный вид портретного интервью, как с точки зрения ведения самого разговора, ведь нужно обладать харизмой и талантом, чтобы человек тебе доверился и рассказал самое сокровенное, так и с точки зрения написания, ведь журналист интернет-СМИ, так и журналист-печатник просто через слово обязан сделать так, чтобы герой интервью стал близким, несколько родным для читателей.

Суть биографического интервью есть «связь между биографией как субъективной конструкцией и биографией как социальной действительность. Когда биографическое портретное интервью представляет именно в этой

взаимосвязи, оно вызывает наибольший читательский интерес, побуждая людей к соразмышлению» [10, с. 160].

Политическое портретное интервью появилось в журналистике с демократизацией общественной жизни, когда стало возможным общаться с личностями, которые влияют на судьбы других людей. Достаточно непростой подвид портретного интервью, суть которого обличить общественного деятеля, показать политика, которого мы всегда видим в одном образе, с иной стороны. А для этого нужна специальная подготовка корреспондента, историческая подкованность, причастность к политической жизни. Причинами выбрать портретное политическое интервью может быть, например, юбилей деятеля, или другая памятная дата. Также в случае предвыборной борьбы или назначение на высокий пост. В случае определенных политических событий в стране журналист также может потребовать комментария от деятеля. «Но суть портретного политического интервью заключается и в том, чтобы за социальной оболочкой, а точнее, политическим имиджем человека, постараться вскрыть и его личную сферу» [10, с. 162].

Интересно трактуют еще один подвид портретного интервью Максим Николаевич и Екатерина Максимовна. Речь идет о юбилейном портретном интервью. Ученые заявляют, что празднование юбилея является лишь поводом для организации беседы. В основе должна оставаться личность, в основном – творческая. Поэтому главное в таких интервью – делать акцент на духовном и ментальном.

Если отойти от портретного интервью, то исследователи останавливаются и на определении аналитического интервью. Сейчас все больше стали говорить и о гибридных жанрах, то есть, по сути, о сращивании нескольких типов текстов в один. Границы жанра смываются. Аналитическое интервью не стало исключением, которое по своему определению предполагает присутствие элементов корреспонденции, статьи, обзора в материалах. Однако если в этих выше перечисленных жанрах интерпретация фактов, их анализ идет от самого журналиста, то в аналитическом интервью анализ – это реплики или ответы героев. «В силу того, что аналитическое интервью представляет собой форму интеллектуального общения, здесь могут быть использованы различные приемы воздействия на собеседника, применяемые как в дискуссии, так и в полемике» [26, с. 164]. Однако, если форма дискуссии в интервью подразумевает довольно дружелюбное общение, в котором журналист принимает сторону собеседника, пытаясь продвинуть свою или наоборот, то в полемике компромиссов быть не может. Форма полемики подразумевает отстаивание собственной точки зрения.

Е.М.Пак и М.Н.Ким также приводят различия между информационной заметкой и интервью-сообщением. Главным различием выступает то, что в

интервью-сообщение – это субъективная интерпретация журналистом ответа отдельного героя. Информационная заметка же должна отвечать четким требованиям композиции и быть нацелена на сухое изложение мысли корреспондента. И все же интервью-сообщение тоже обязано быть конкретным и логичным.

Также мы рассмотрим взгляд на жанровое разнообразие интервью у исследователя и эксперта цифровой журналистики, кандидата филологических наук, доцента кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики БГУ Градюшко Александра Александровича [39]. Понаблюдаем за различием концепций не только под призмой времени, но и с точки зрения специализации: насколько отличаются концепции жанрового разнообразия интервью исследователей печатных СМИ, от концепции ученых цифровых СМИ.

По мнению исследователя, «интервью – это один из жанров журналистики, который представляет собой диалог журналиста (репортера) с одним или несколькими собеседниками, интересными аудитории, в форме вопрос-ответ» [39, с. 72].

Интересно, что прежде чем классифицировать интервью на жанры, А.А.Градюшко расписывает три категории интервьюируемых. Первая категория – это политические деятели, эксперты, общественные специалисты. Главная цель такого интервью – выяснить мнение данного эксперта, выявить оценку происходящего или просто узнать мнение. Вторая группа – это знаменитости или прочие творческие люди. В основном, исходя из типологии интервью других исследователей, можно сказать что тут подойдет портретное интервью, которое будет отражать жизненный путь становление личности. К третьей группе интервьюируемых относятся простые люди, которых мы встречаем на улицах, дома на работе.

Итак, переходим к типологии. А.А.Градюшко уверен, что деление интервью на подвиды необходимо, даже при всей кажущейся простоте построения этого информационного жанра.

Информационное интервью является самым распространенным видом в журналистике. Главной целью журналиста будет собрать необходимую информацию, в большинстве случаев о каком-либо событии, мероприятии. Такое интервью обязано отвечать на вопросы кто? что? где? когда? Этих стандартных вопросов корреспонденту собеседнику достаточно, чтобы суметь раскрыть суть происходящего.

Оперативное интервью еще более сжатый по форме вид диалога. Главная цель такого интервью – узнать мнение героя по какому-либо узконаправленному вопросу. Такие интервью еще называют блиц-опросы или опрос на улице.

Аналитическое интервью А.А.Градюшко называет материалом с элементами аналитики. Такой вид беседы должен отвечать на вопросы почему? с какой целью? что это значит? И хоть интервью является информационным жанром, но в данном подвиде такие материалы должны не только констатировать факт, но и его «разворачивать» показывать его сущность.

А в экспертном интервью все сконцентрировано на одном человеке, чья личность представляет большой интерес у публики.

И хоть А.А.Тертычный выделяет беседу в отдельный аналитический жанр, А.А.Градюшко классифицирует именно интервью-беседу. Напомним, что так же как и у А.А.Тертычного, интервью-беседа есть полноценное общение журналиста с героем. Оба субъекта разговора являются самостоятельными единицами. В таких интервью обычно нередко разгораются настоящие тематические споры на обсуждаемые проблемы. Однако это только придает интереса материалу.

Так в чем же принципиальное отличие интервью и его типологии в цифровой журналистике в сравнении с печатной? «Несмотря на то, что беседа с экспертом включает те же стадии подготовки контента и трансформации текста из устной формы в письменную и те приемы обработки и подачи информации, что используются в печатных СМИ, в интернете используются несколько иные средства выразительности» [19, с. 75].

Совершенно очевидно, что как бы мы ни трактовали понятие «интервью», общая суть, смысловой стержень будет одинаков. Задача журналиста в зависимости от жанра беседы будет идентичной: собрать уникальную информацию. А вот как это реализовать? Абсолютно очевидно, что хорошая журналистика практикоориентирована.

1.2 Трансформация интервью как метода и жанра: исторический ракурс (на примере газеты «Советская Белоруссия»)

Свою историю современная газета «СБ. Беларусь сегодня» начинала с названия «Рабочий». Первый номер центрального издания страны вышел 2 августа 1927 года. В 1937 году газету переименовали в «Советскую Белоруссию».

Чтобы проследить за трансформацией интервью как метода и жанра в историческом ракурсе, были проанализированы номера газеты разных лет выхода (1927-1985 гг.)

Установлено, что на страницах издания «Рабочий» (затем – «Советская Белоруссия») долгое время публиковались в основном материалы новостного,

событийного характера. Иногда присутствовал комментарий какого-либо партийного работника, эксперта в той или иной области. Однако кроме заметок, в том числе и расширенных, в газете публиковались лишь идеологические и просветительские тексты. Был представлен и рекламный блок, актуальные объявления. Издание «Рабочий» за период 1927-1937 гг. анализировалось нами на предмет наличия интервью, но такого жанра журналистики в издании представлено не было.

В газете «Советская Белоруссия» за период 1975-1985 гг. интервью в той или иной степени присутствовали. Это было связано с тем, что «в практике отечественной журналистики период расцвета популярности жанра интервью приходится на период хрущевской «оттепели» конца 1950-х – 1960-х гг., когда было ослаблено идеологическое давление на все виды СМИ» [15, с. 45].

Совершенно новым этапом в судьбе популярного информационного жанра можно назвать период второй половины 1980-х гг., когда разворачивается политика перестройки и гласности. Данная концепция дает возможность совершенно по новому развиваться всем средствам массовой информации. Интервью как жанр начинает постепенно, но совершенно уверенно входить на массовый рынок медиа. Именно поэтому в «Советской Белоруссии» в отличие от предыдущих десятилетий можно было найти достаточное количество интервью.

Первым замеченными интервью в газете «Советская Белоруссия» стали тексты, которые публиковались в специализированной рубрике «Наши интервью». Это подборка из трех микроинтервью, где каждый текст посвящен современным областным центрам: Витебску, Могилеву и Гродно. Первый материал назывался «Незабываемое». Тематика – тысячелетие города Витебска. Второй текст имеет название «Гродненские новоселья». Здесь идет речь о социальных гарантиях, которые горожане получили перед Новым годом: и про жилые дома, и про медицинские учреждения, и про учреждения образования. Третий текст озаглавили «И взрослым, и детям». Основной рассказ тоже о итогах уходящего года: был построен большой театральный корпус (СБ, 10.11. 1975 г.)

Все три текста имеют одинаковую композицию, общее логическое строение. Идет основной довольно безэмоциональный текст и дается сравнительно небольшой комментарий, который подтверждает все факты, изложенные выше. Интервью можно отнести к типу информационных. Именно в таком виде основу, ось медиапродукта составляет событие, свежая новость. Заканчивается подборка выводом и словами: «...рассказывают об уверенной поступи нашей великой страны»

Следующий текст имеет название «Воздух Московского метро». Основным поводом для общения с экспертом стало то, что на станциях

Московского метрополитена стала действовать единая автоматическая система контроля и управления подземным микроклиматом. Расширенный комментарий журналисту дал настоящий мастер в этой области. По определенному узкому, но довольно важному вопросу дается предельно логичный ответ. В публикации очень много различной терминологии (СБ, 05.09. 1976 г.).

Следующий материал строится по классическому канону построения информационного интервью. Заголовок – «Новая трудовая книжка». В начале идет стандартный лид, где читателя вводят в курс дела. В данном интервью речь пойдет о выдаче рабочим трудовых книжек с первого января. Далее идет официальная информация, затем – два центральных вопроса: «С какой целью вводятся новые трудовые книжки?» и «Кому будут выдаваться трудовые книжки нового образца?» Отвечает эксперт в этой области. Аргументация в тексте присутствует, логика хода мысли не нарушены. Интервью дает четкий ответ на поставленный вопрос (СБ, 07. 08. 1976 г.).

«На часах у нас двенадцать без пяти» – так называется следующий материал. Его можно назвать опросом. Задается единый вопрос от корреспондента: «Какими достижениями в своей работе встречаете вы Новый год, о чем думаете, о чем мечтаете, когда неугомонная стрелка часов спешит к двенадцати?» В формулировке вопроса есть художественные литературные конструкции. На вопрос журналиста отвечает кинорежиссер, солистка театра оперы и балета БССР, народная артистка республики, парикмахер-модельер, автоинспектор, секретарь комитета комсомола Минского института культуры, директор комбината, шофер такси, секретарь парторганизации 3-й колонны первого автокомбината, доцент кафедры политэкономии БПИ, кандидат филологических наук, печатник издательства ЦК КПБ, доктор медицинских наук, учительница средней школы г. Минска, отличник народного образования. Интересно, что герои подобраны из разных профессий, что придает тексту неожиданность, эмоциональность и безусловно объективность. Ответы людей яркие, без пафоса, очень искренние и душевные. Каждый делится своими переживаниями, планами, плюсами и минусами уходящего года (СБ, 21.12.1977 г.).

В газете за 1977 г. представлено также телевизионное интервью с Генеральным секретарем Коммунистической партии Чили товарищем Луисом Корваланом. Материал называется «Выступление товарища Луиса Корвалана». Текст построен на рассказе, о чем говорил гость, также даются эмоциональные вставки, комментарии Луиса. Интервью носит идеологическую функцию. Центральная персона в своих ответах отмечает преимущество советской модели общественно-политического развития, говорит о том, как приятно общаться с людьми из СССР. Затрагиваются и более серьезные вопросы. Например, необходимость искоренения национализма, сохранения памяти о событиях

Великой Отечественной войны. В интервью очень много побудительных предложений: «И мы полностью убеждены, что рано или поздно – скорее рано, чем поздно, как у нас говорят – мы победим!» (СБ, 20. 03. 1977 г.).

Следующая публикация относится к рубрике «Партийная жизнь». Это расширенное интервью с элементами репортажа. Заголовок – «Верность земле». Уже сразу можно понимать, что речь идет о сельскохозяйственной тематике. Материал журналиста можно назвать даже больше, чем просто интервью. Тут очень много деталей, которые строят эффект присутствия: «Борис Алексеевич отложил в сторону письмо, задумался...». История рассказывается образно, однако очень плавно, без перескоков. Есть диалоги, которые придают динамичности картине и живости. Вместе с этим автор не отходит от основной проблематике материала, описывает все стороны проблемы (СБ, 12. 07. 1978 г.).

Еще один текст в газете «Советской Белоруссии» по интересующему нас аспекту посвящен 30-летию Совета Экономической Взаимопомощи. Заголовок материала – «Контакты, согретые дружбой». Это специализированное, экономическое интервью, направленное на презентацию экономического развития СССР. Надо сказать, что текстов схожей тематики в издании очень много. По композиции вся смысловая нагрузка публикации лежит на ответах эксперта, то есть вопросов от корреспондента нет. Однако это вовсе не означает, что данную публикацию можно не считать интервью. Журналист имеет право подать информацию разными способами. Главное – наличие проблематики в произведении (СБ, 14. 07. 1979 г.).

Приведем в качестве примера еще один материал с острой тематической направленностью под заголовком «Ценен опыт повторением». Расположено интервью под рубрикой «Животноводство – фронт ударный». Вопрос, который раскрывается в материале – отставание по надоям молока. Очень удачно композиционно построен текст. Проблемы раскрывают разные эксперты. Даются разные точки зрения. Все это придает тексту большей объективности. Интервью сформировано на фактах. Поэтому эмоционально-образной окраски в материале нет (СБ, 02.06. 1979 г.).

Название следующего материала – «Рождение фарфора». Рубрика – «Товары – народу». В первое очередь, читателей встречает довольно объемный лид. Он не только детально вводит в тему, но и эмоционально погружает в проблему. Используется много образных конструкций. В публикации рассказывается о людях, которые создают изделия из фарфора, о планах, выставках, дизайнерском решении, технологиях производства. Надо сказать, что история прописано довольно хорошо. Личность героя раскрыта. При этом интервью не выглядит скучным и заурядным. В нем много деталей и экспрессии (СБ, 07.04. 1982 г.).

Следующий текст, подготовленный в жанре интервью, начинается с очень образного лида: «Наш «уазик» осторожно пробирается сквозь безмолвную пушу. Впрочем, такой она кажется лишь из окна автомобиля. Несколько шагов от дороги – и снежная скатерть пестрит «автографами» диких обитателей Беловежья». Такое начало погружает в реальность сразу же. Этот текст является репортажным интервью. Заголовок материала – «На дозорной тропе». Журналист отлично прописывает диалоги, комментарии экспертов, при этом не забывает про свои наблюдения. Картинка динамична. Язык простой, в отличие от других публикаций в «Советской Белоруссии». Герои, с которым работает и беседует корреспондент, очень хорошо раскрыты, мы имеем возможность наблюдать за их переживаниями. По композиции: реплики героев сменяются наблюдениями автора, его мыслями, а также вопросами (СБ, 07.03. 1983 г.).

Отметим, что в газете «Советская Белоруссия» за период 1975-1985 гг. присутствует немало интервью разных типов. В проанализированных номерах разных лет было найдено как информационные интервью, так и аналитические, событийные, портретные. Были тексты, которые не просто представляли перед читателем факт, но и давали оценку происходящему. В некоторых интервью журналист мог делиться с читателями своим мнением.

Однако тех характеристик, которые мы вкладываем в понятие современного интервью, в проанализированных номерах «Советской Белоруссии» не было. Речь скорее идет о композиционных особенностях. Лишь малая часть проанализированных публикаций была построена по принципу «Вопрос – ответ».

Выводы по главе 1

1. Интервью можно представлять как метод получения уникальной информации и как самостоятельный жанр в журналистике со своими видами, структурой и классификацией. Ученые выделяют несколько признаков хорошего интервью: злободневность, политическая целеустремленность, деловитость, общественная значимость, интересность для многих. Жанр интервью, прежде всего, нацелен на уникальное мнение. Существует много различных концепций видового разнообразия интервью. Но среди всех ученых прослеживается единая тенденция. Можно назвать пять основных видов интервью: информационное или событийное, экспертное, проблемное, аналитическое и портретное. По мнению многих исследователей, интервью является стержневым материалом номера. Вокруг тематики интервью может выстраиваться вся концепция конкретного номера газеты, журнала, сетевого издания. Целевая установка беседы – важное явление в вопросе жанрового образования интервью. В

зависимости от задач, редакционного задания, обстоятельств и даже характера героя журналисты используют конкретный вид беседы.

2. Установлено, что на страницах издания «Советская Белоруссия» долгое время публиковались в основном материалы новостного, событийного характера. Иногда присутствовал комментарий какого-либо партийного работника, эксперта в той или иной области. Однако кроме заметок, в том числе и расширенных, в газете публиковались лишь идеологические и просветительские тексты. В газете «Советская Белоруссия» за период 1975-1985 гг. присутствует немало интервью разных типов и тематической направленности. В газете за период «гласности» можно найти как информационные, так и портретные и событийные, экспертные, аналитические интервью. Большинство материалов не имеет вопросно-ответной композиции. Тексты включают в себя элементы не просто информационного жанра, но и наблюдаются интервью с элементами репортажа и глубокой аналитики. Вместе с тем тематика интервью в большинстве связана с устройством общества, политической ситуацией, с экономическими и промышленными успехами, с идеологической и образовательной составляющей. А вот интервью на отвлеченные темы, такие как отдых, хобби, развлечения, быт в газете было мало. Это можно связать с общественно-политической направленностью самой газеты «Советская Белоруссия».

ГЛАВА 2

ИНТЕРВЬЮ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

2.1 Жанр интервью в условиях конвергентной среды

В эпоху новых медиа требуется иная интерпретация жанра интервью. Сейчас огромное число журналистов практикуются в этом направлении и пытаются найти способы усовершенствования рассматриваемого жанра. Проблема современных белорусских корреспондентов может быть в том, что они не всегда успевают за новыми тенденциями СМИ, которые в том числе касаются и интервью. Журналисту важно не бояться экспериментировать с форматами, задавать вопросы не по шаблону, стараться вывести героя на эмоции, разбудить в нем живую искру. Иногда интервьюеры должны немного отходить от основной тематической линии разговора и задавать косвенные вопросы, в которых возможно будет отыскать уникальную информацию. Нетривиальный подход всегда выигрышнее смотрится в журналистике.

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ Соловьев А.И. отмечает: «Мир массмедиа парадоксален: продолжая традиции, он не чужд и новаторства. Порою он непостижим и способен удивлять. Медиа становятся все более технологичными. Но так как массмедиа и есть технологии, мы можем говорить о современных технологиях массмедиа» [29, с. 2].

Сегодня журналистам предоставляется все больше возможностей разнообразить интервью фото- и видеоматериалами, инфографикой, квизами и другими интерактивами и средствами визуализации контента. Эти средства запускают процесс трансформации жанра и структуры текста. Сейчас в интернет-среде мы видим, как интервью интерпретируются в лонгриды, радиосюжеты – в подкасты с элементами беседы. Мы наблюдаем, как цифровое пространство меняет жанровую классификацию интервью, размывает границы типового деления.

Остановимся на конкретных форматах и деталях в интервью, которые уже используют практикующие работники медиа в современных условиях конвергентной среды.

Блицы. Этот инструмент не является чем-то совершенно новым или революционным в интервью. Его используют большинство топовых журналистов по всему миру, включая, например, известного российского

интервьюера Владимира Познера. Но для белорусских корреспондентов, как республиканского, так и районного уровня этот, казалось бы, простой формат остается недоступным. Или в крайнем случае, его используют очень мало. Блицы – это ряд лаконичных вопросов, которые требуют еще более лаконичных ответов. Обычно ответ героя может состоять из одного-трех слов. Но могут быть и более объемные высказывания. Блицы могут быть также в виде прямых вопросов. К примеру, «Какой цвет ваш любимый?». Также это может быть вопрос в виде выбора: «Какой цвет вы выберете: черный или красный?». Журналист может использовать дополнительные уточняющие вопросы, если какой-либо ответ собеседника его особенно заинтересовал. Интересно, когда корреспондент подбирает, исходя из личности героя, максимально сложный для интервьюируемого блиц-вопрос. Например, у кондитера можно спросить: «Торт «Наполеон» или «Медовик?». Если вы попали в цель и герой любит один и другой торт одинаково, это вызовет у него эмоцию, которую важно зафиксировать журналисту. Такие детали делают интервью живым, непринужденным, легким, но и вместе с тем хорошо раскрывают личность собеседника.

К блицам можно отнести и философские, каверзные, риторические и провокационные вопросы. Например, «В чем смысл жизни?», «Оказавшись перед Богом, чтобы вы у него спросили?», «Что для вас есть любовь?», «Счастье это...?», «В чем сила?» и т.п. Такого рода вопросы можно задавать всем героям, а можно придумать конкретный вопрос именно для одного определенного человека. Возможен и вариант блицов в виде цитаты. Хорошо, когда это фраза необычна и немного спорна. Например, у учителя можно спросить: «Согласны ли вы с высказыванием «Настоящий учитель – не тот, кто тебя постоянно воспитывает, а тот, кто помогает тебе стать самим собой?». Такие цитаты выводят героя на диалог, возможно, на дискуссию, а этого так не хватает в белорусских СМИ.

Итак, блиц-вопросы кажутся очень простыми. Однако на деле они замечательно дополняют картину о собеседнике после основного интервью. Стоит учесть, что такого рода формат будет хорош для портретного, экспертного или аналитического интервью. Особенно для первого вида. А вот в информационных интервью, где важна скорее оперативность, а личность говорящего уходит на второй план, блицы будут излишни.

Викторины. Данный формат очень схож с блиц-вопросами. Однако в вопросах-викторинах в отличие от блицов есть четкий правильный ответ. Такой формат больше имеет юмористический и разряжающий характер и не создан, чтобы обличить проблем в знаниях в герое. Ведь особенно в экспертных интервью журналистам в любом случае важно поддерживать статусность интервьюируемого, т.е. того, кто дает советы и рекомендации публике. Иначе,

зачем мы вообще выбрали такой источник информации. Итак, вопрос-викторина может быть следующим: «Вы так любіце беларускаю мову! А ці ведаеце вы, хто такі цмок?». Герой, конечно же, засмеется с такого легкого вопроса и дает правильный ответ. А корреспондент получает нужную эмоциональную окраску интервью и разбавляет текст.

Важно понимать, что в одном интервью возможно использовать сразу несколько блиц-вопросов разных или одного вида, и вопрос-викторину. А можно и вовсе использовать лишь один из форматов. Это произойдет на усмотрение журналиста, исходя из того с кем и при каких условиях берется интервью.

Эксперимент. Сейчас такой формат особенно популярен в видео-интервью. Но его возможно применить и в сетевом издании в виде текста, и даже в газете. Экспериментом считается формат, когда журналист не просто задает ряд вопросов, тем самым делая диалог скучным, формальным и менее динамичным, но и совершает активное действие вместе с героем. Хорошо такой формат работает в экспертных и особенно портретных интервью. Например, когда общение идет с известным стилистом, корреспондент с разрешения может примерить один из нарядов новой коллекции, а к примеру, с известным юмористом съесть любимое блюдо героя. Или проехаться на комбайне с комбайнером. В тексте это можно подать в виде репортажа. То есть попытаться смешать несколько жанров журналистики. Например, «Наш герой Олег достает из своей сумки интересную деталь и рассказывает нам о ней... В руках она скрепит и напоминает по форме шарик...». В таком формате важно уделять внимание деталям. Возможно, нужно сделать акцент на глаза героя: «Его глаза налились ужасом и ярость...» или на привычках: «Наша героиня Инна дрожащими руками потянулась к сигарете...». Такого рода подробности делают из обычного интервью настоящую полноценную историю, раскрывают героя с новой стороны, добавляют динамики и достойно выделяют на фоне остальных текстов. Особенно хорошо использовать детализацию, когда мы делаем проблемные, острые интервью.

Цитаты и акцентные выделения. Современные технологии позволяют сделать готовый текст более привлекательным. Особенно часто этим пользуется сетевое издание onliner.by. Ресурс выделяет наиболее интересные и ключевые высказывания героя, делает специальное оформление. Расставленные акценты в интервью делают текст не только привлекательнее, но и логичнее, структурирование. Также выделять шрифтом и цветом возможно отдельные части интервью, которые требуют внимания читателя.

Подзаголовки. Современная тенденция всех цифровых СМИ – это уход от обычной вопросно-ответной структуры текста и переход на тематические блоки, подзаголовки. В подзаголовках возможно вынести острую или необычную

цитату героя или оформить тематический блок вообще без прямой речи. Где-то возможно смешение вопросов и подзаголовков. С основным заголовком и при желании с общим подзаголовком тоже нужно обходиться особенно. Избегать устаревших, но таких излюбленных районными газетами высказываний. К примеру, «Сами с усами, или почему бизнесмены не захотели платить налоги?» или «Два сапога пара: в деревне праздник отмечают необычные близнецы». Лучше выносить в заголовки смелые цитаты и делать названия более информативными.

Визуализация. Фото героев лучше делать в динамике, оформлять в коллажи и фотокарточки, используя при этом всевозможные редакторы. Вполне приемлемы и использования атмосферных рисунков, в том числе в виде слайда с яркой, ключевой цитатой героя. Также современное интервью можно дополнить при необходимости скринами, видеоматериалами. В аналитических и экспертных интервью возможно и наличие инфографики, схем, таблиц. Одним словом: современное интервью это уже не просто полотно текста, а даже полноценный медиалонгрид. В современных условиях развития цифровой среды от средств массовой информации требуется использование разных форматов для создания качественного интервью. Недаром ученый Анатолий Иванович Соловьев говорит в своих трудах: «Маркетинговый тренд XXI в. – удивлять, вызывать бурю эмоций, заинтересовывать с первой же секунды взаимодействия, восхищать, погружать в новые миры и пространства (так называемый WOW-фактор)» [29, с. 239].

Изучив работы ученых традиционной школы медиа, журналистов современности, экспертов цифровых СМИ, а так же практический опыт веб-ресурсов и сайтов нами была разработана собственная концепция типологии жанрового деления интервью. Анализ научных источников показывает, что далеко не всегда классификация, выработанная исследователями, имеет место быть. Поэтому вопрос с типологизацией интервью остается открытым. Система должна быть лаконичной, четкой, выверенной, логичной и главное – использоваться в СМИ. В противном случае, в такой системе нет никакого смысла. В условия конвергентности видовое разнообразия интервью, трактовка классификации должна поддаваться переосмыслению. Новые форматы интервью говорят нам о том, что типологизация данного жанра трансформируется, нуждается в современной интерпретации.

Итак, по нашему мнению, жанр интервью можно поделить на несколько типов: “сухое” интервью, авторитетное интервью, личностное интервью, дискуссионное интервью.

“Сухое” интервью. Действительно, такой тип интервью сейчас имеет место быть и активно использоваться в журналистике. В основе этого вида лежит четкий конкретный повод, событие, мероприятие. Весь текст, все

вопросы журналиста будут основаны на конкретном поводе. И уже по ходу описания проблемы, в процессе развития сюжета будут нанизываться остальные подробности, которые делают текст более образным и целостным. “Сухое” интервью небольшое по объему, в нем совершенно не обязательно присутствие глубокого описательного анализа, мельчайших подробностей. Такой подвид материала обязан отвечать на вопросы: что? где? когда? Однако стоит понимать, что “сухое” интервью не расширенная заметка, поэтому упор на героя обязан оставаться весомым. Да, личность здесь показывается журналистом лишь как передатчик важной для читателя информации. Корреспондента не должно в “сухом” интервью интересовать глубокие переживания собеседника, его внутренний мир, его путь становления. Вопросы в таких интервью задаются четко и по делу, без лирических отступлений. Так почему же именно сухое интервью заслуживает отдельное место в данной классификации? Пока у общества будет запрос на получение факта, прямого факта, “сухое” интервью будет популярно.

Все большую популярность набирает авторитетное интервью. Сейчас многие журналисты беседуют с психологами, экономистами, юристами, политиками на разные темы. Герой тут выступает как авторитетный собеседник для публики. Все, что говорит, скажем, психолог, интерпретируется как совет или наказ читателю. Во многом авторитетные интервью полезны, во многом интересны. У каждого авторитетного интервью есть своя целевая аудитория, свой круг фанатов, которых волнует раскрываемые в беседе вопросы. Сложность авторитетного интервью для корреспондента, наверное, в том, чтобы суметь донести важную, иногда запутанную информацию до читателя простыми словами. В этом и главная задача журналиста. Но тут еще нужно обращать внимание на процесс синтеза разных подвидов в тексте. Если авторитетное интервью имеет элемент аналитики, тогда такой творческий продукт будет восприниматься тяжелее. И все же все зависит от подхода самого работника СМИ и его таланта.

Личностное интервью в классическом понимании сейчас наоборот можно встретить все реже. Обычно такой формат можно найти на телевидении. Например, передача «Судьба человека» с Борисом Корчевниковым или шоу на YouTube «А поговорить?» с журналисткой Ириной Шихман. В районных белорусских газетах можно найти личностное интервью по случаю юбилея. Что касается цифрового пространства, то личностный вид обычно идет в связке с каким-либо еще жанром. Однако это вовсе не значит, что в современной веб-журналистике угасла роль личностного интервью. Писать и вести такого рода беседу не совсем просто. Нужны постоянные тренировки, практика. Задача журналиста – через вопросы, невербальные средства, через психологический аспект суметь передать читателю образ живого человека, личность, которая

умеет радоваться и бояться, смеяться и плакать, потухать и эмоционализировать. Иногда герой сам способствует этому. Но бывают случаи, когда человек не хочет раскрываться, еще и наоборот противится вопросам корреспондентам, испытывает его на прочность, выжимает, психологически давит. Тогда работник медиа обязан этому противостоять всеми силами. Но это уже вопросы методологии ведения интервью. Если вернуться к жанровому разнообразию, то личностный тип сегодня преобразуется, трансформируется, приобретает новые формы.

Дискуссионное интервью остается актуальным и сейчас. Этот вид нашел свое место в данной классификации. Почему? Любой аналитический текст имеет ряд отличительных особенностей. Главная из них – это анализ. Дискуссионное интервью обязано включать в себя аргументацию, сложную концепцию мысли. Однако если, например, в корреспонденции вся инициатива идет от журналиста, то в дискуссионном интервью корреспондент выступает в роли координатора, а анализ предоставляет сам герой своими репликами, ответами. Иногда даже того не подозревая, стандартное интервью может стать дискуссионным. Если собеседник поднимет волнующую для общества тему и будет рассуждать, такой творческий медиапродукт уже можно будет называть дискуссионным. А если при этом журналист подхватит реплику и выскажет свое мнение, то дискуссионное интервью может получиться удачным, злободневным, проблемным и настоящим. Не забываем, что исследователи говорят, что важными формами аналитического интервью можно назвать полемику и дискуссию.

Вот основные четыре типа интервью, по нашему мнению. Современная веб-журналистика требует новые формы подачи контекста. Аудитория достаточно искушенная, требуется постоянная модернизация СМИ. Мир стремительно меняется. Вслед должно идти и медиапространство. Поэтому и система классификации, жанрового деления интервью должна постоянно поддаваться осмыслению, переработке и адаптации к новым реалиям цифровой среды.

2.2 Методика проведения интервью

В данном разделе мы рассмотрим методику проведения интервью. Хочется отметить, что в отличие от тем жанрового разнообразия, методы и приемы, конкретные советы и подсказки по ведению беседы с героем выходят на первый план по значимости для журналиста-практика. Ведь именно тут раскрывается основная суть работы корреспондента. Что может быть более

важно для работника СМИ, чем умение разговаривать, иногда «дожать» или наоборот смягчить, приостановить беседу? Приходим к выводу, что изучению интервью, не только как информационного жанра, но и как метода в журналистике чрезвычайно важно.

Журналисту нужно мысленно ответить на ряд вопросов перед интервью: «ачем я хочу взять это интервью», «каких результатов хочу достичь», «почему был выбран именно этот человек для разговора», «есть ли у меня, как у профессионала к герою интерес», «будет ли интересен собеседник аудитории». Такая установка поможет журналисту хорошо подготовиться к интервью, структурировать всю собранную информацию о герое, выстроить план взаимодействия.

Иногда ход беседы идет совершенно не в ту сторону, диалог может быть испорчен, приостановлен по разным причинам. Это и плохое настроение героя, и личная неприязнь к журналисту, и недопонимание вследствие вашей неопытности или плохой подготовки.

Ко всему этому нужно психологически готовиться заранее. Более того, нужно по возможности продумать все выходы из экстренных ситуаций, когда герой закрылся, или вовсе перешел в откровенную агрессию. Нужно понимать, что общение с людьми самая важная и значимая часть работы корреспондента в не зависимости от форматов. А люди бывают разными. Их характер может не соотноситься с вашим. Однако это никак не должно стать причиной провала. В независимости от любых причин журналист обязан собрать информацию.

Именно поэтому стадия «проведения интервью» является важнейшей из всех стадий работы над таким жанром. Ведь именно на этом уровне происходит самое главное: сбор полезной, уникальной информации. Интересно, что даже, казалось бы, незначительные детали могут помешать раскрыть героя или проблему. Это и ваш внешний вид, ваше приветствие, коммуникация в социальных сетях, ваша речь, ваш юмор (чрезмерное присутствие или полное отсутствие). Журналист всегда должен следить за собой, своими высказываниями, контролировать свое поведение, если он хочет добиться успеха.

Так же одним из самых важных этапов в интервью является сбор информации о герое. Ваша задача весьма парадоксальна: составить психологический портрет интересующего вас человека, не видя его. Разумеется, пока беседа не состоится, сделать это полностью просто невозможно.

Однако тщательная подготовка, такая как изучение биографии, самых интересных фактов из жизни собеседника, любопытных фраз, сказанных, возможно, в предыдущих интервью помогут журналисту чувствовать себя уверенно, добиваться от героя конкретных ответов. «Есть то, что называется

дорога беседы, то есть то, что я хочу от собеседника и какие самые главные темы мне интересно поднять. Я должен идти, абсолютно ясно понимать, как я бы хотел, чтобы шла наша беседа. При этом не надо забывать: человек может сказать такое, что я все отложу, и беседа пойдет совсем по-другому» [26, с. 32].

Установлено, но первый звонок будущему респонденту требует невероятной психологической подготовки от работника СМИ. Ну а когда ты уже договорился о встрече, назначил время и место проведения, считай, что полдела точно сделано. Маститые журналисты в процессе сбора информации советуют думать на шаг вперед, составлять настоящие «деревья» вопросов, только чтобы заставить собеседника понервничать, отбиваясь от нескончаемого потока затрагиваемых тем. Самое главное, сделать так чтобы волновался сам герой, а не корреспондент! Иначе человек, заметив вашу нерешимость, закроется, а может быть и вовсе начнет наседать психологически.

Если переходить к самому проведению интервью, то важным в начале беседы будет приветствие. Все, конечно, зависит от героя, его статуса, положения в обществе. Так же не малую роль сыграет тип интервью. В любом случае, приветствие – это начало коммуникации. На практике очень часто журналисты советуют начинать разговор с легкого вопроса, не провокационного. Иные исследователи наоборот считают, что в тему разговора нужно входить с самого начала. Прописаны даже советы, что многие корреспонденты позволяют себе высказать шутку или анекдот в начале беседы, дабы разрядить обстановку и настроить дружественную атмосферу. Отмечается, что переходить к конкретике, темы интервью нужно постепенно. И только в середине разговора задавать самые важные вопросы. Однако не стоит забывать об этике. «Журналист имеет право быть предельно настойчивым или скептически настроенным, но никак не невежественным» [14, с. 32].

Ученые представили также классификацию вопросов для интервью. Например, по форме вопроса выделяют открытые и закрытые, прямые и косвенные, личные и безличные; по функции – основные, зондирующие и контрольные; по воздействию на собеседника – нейтральные, наводящие, подсказывающие.

Вместе с тем стоит избегать риторических вопросов. Они вызывают пассивную реакцию собеседника. В том числе не стоит задавать льстивых вопросов. Они гиперболизируют достоинства героя. Однако могут вызвать неоднозначную реакцию у интервьюируемого.

В ходе разговора журналист должен показывать, что он чувствует себя уверенно, разбирается в теме. Он не может вещать непроверенную информацию, задавать сомнительные вопросы. Все это путь к недоверию со стороны героя. «Если вы видите, что ваш собеседник уклоняется от ответа, попробуйте перефразировать вопрос. Задавайте вопрос в соответствии с логикой беседы. Не

перебивайте направление мысли вашего собеседника. Не бойтесь задавать простые вопросы: что вы чувствуете? что вы имеете в виду? как вы себе это представляете?» [14, с. 33].

Умение слушать героя идет наравне с умением задавать нужные вопросы. Иногда из ответа собеседника можно собрать еще несколько уникальных вопросов и в итоге отыскать еще больше интересного материала.

Открыто вступать в спор с героем не стоит. Нужно понимать и чувствовать человека. Иногда можно задать лишний уточняющий вопрос. Все это для того, чтобы собрать качественный материал, чтобы это было интересно смотреть, слушать, читать. Иногда же стоит приостановиться, успокоить героя, стараться не углубляться в той теме, которую интервьюируемый попросил не трогать. В любом случае не нужно гнаться за сенсацией, пренебрегая основными нормами этики, морали, чести и достоинства. Нужно понимать, что каждый человек имеет право либо говорить, либо молчать.

Важным является и заключительный этап в интервью. «Желательно завершать разговор на позитивной ноте. Даже если в конце задавались нелицеприятные вопросы, надо пробовать увести разговор в сторону, чтобы не осталось неприятного осадка. Основные правила завершения разговора: не злоупотреблять гостеприимством, уходить так, чтобы у собеседника осталось желанием общаться с вами еще» [41, с. 34].

Известный исследователь и журналист С.Н. Ильченко в своих трудах делиться основными ошибками журналиста в интервью. Одной из таких ошибок можно назвать переход корреспондента с одной темы в беседе на другую. То есть работник СМИ должен взять из ответа героя как можно больше для себя профессиональной пользы – получить максимально качественный контент. Поэтому, если корреспондент не до конца обговорил с собеседником интересующую тему и тут же перешел к другому вопросу, все это не только может сказаться на качестве финальной работы, но и показать герою некомпетентность работника медиа. Интервью должно быть хорошо структурировано.

Еще нужно понимать, что журналист должен быть по-хорошему настойчив. По неопытности на многих молодых работников медиа очень легко «надавить». То есть герой может уйти от ответа или путем запугивания, выпячивая своего авторитета и статуса в обществе: «вы знаете, я работаю ... поэтому не рекомендую задавать этот вопрос», или путем давления: «вы не имеете право задавать такие вопросы» или путем увиливания от ответа. В последнем герой может вроде бы дать ответ на вопрос, однако совершенно не в тему, в другую сторону. Не редко герой льет откровенную «воду», вовсе повторяет тот же ответ только другими словами.

Именно поэтому стоит показать собеседнику свою уверенность и аккуратно, а иногда и не очень аккуратно добиваться ответа на четко поставленный вопрос. Возможно, для этого придется на время отойти от основной беседы, перейти к другим темам, а потом подойти к волнующему вопросу. Возможно, нужно перевести вопрос в шутку.

Многие журналисты советуют: «Если вы интервьюируете незнакомого человека, то его отношение к вам определится после первого вашего вопроса. Опытный интервьюируемый по первому вопросу определит, кто перед ним, поэтому для интервьюера важно «войти в кость» [34, с. 9]

Начинать с яркого вопроса советуют со знакомым героем. Тем самым мы показываем уникальность и значимость именно данного современного интервью.

Интервью является не самым трудным в написании в отличие, например, от репортажа с его «эффектом присутствия» или аналитической статьи, где нужен незаурядный опыт и нестандартное мышление. Однако так ли просто организовать беседу, правильно себя вести во время интервью и получить желаемый результат от героя? Вот тут то как раз и приходит на помощь психология – наука, изучающая поведение, мышление, причины тех или иных поступков людей, их отношение к миру, к окружающим. Если корреспондент научится чувствовать своего собеседника, рассматривать в процессе разговора нужные ему темы, то его можно будет назвать профессионалом.

На ход интервью может повлиять и тип темперамента собеседника. Известно, что с сангвиниками легче всего контактировать. Следует добавить, если тщательно проследить за мимикой и жестами сангвиника, можно много извлечь с профессиональной точки зрения полезного. Ты поймешь, на какие вопросы человек не хочет давать ответа, чего боится или стесняется, что думает о тебе.

Холерики очень вспыльчивы, харизматичны и эмоциональны. С ними и разговор должен быть в таком же духе. Вообще, корреспондент обязан обладать талантом незаурядного психолога, чтобы уметь располагать к себе человека. Некоторые советуют начинать интервью с разогревающих вопросов не относящихся к теме беседы типа: «Какая у вас необычная картина на стене. А где вы такую купили?». Можно так же вспомнить анекдот или притчу, поговорить на вечные теме, на которые не дашь однозначного ответа. Возвращаясь к холерикам, взрывной характер и обидчивость могут эмоционально разбалансировать работника СМИ, вы просто потеряете нить беседы, расстроитесь, не получите должного результата. Журналист не должен внимания на чужие переживания или недовольства, для него главное получить уникальную информацию, которую потом можно будет подороже продать читателю.

«Вещи в себе» – так можно охарактеризовать флегматиков. Этот тип темперамента для корреспондента, особенно начинающего, может стать настоящей катастрофой. Ведь главное в публицистике вызвать эмоцию у героя, так и смотреть, и читать интереснее. А если собеседник молчит, он закрыт, отвечает односложно скучно и сухо? Это только ваша вина как журналиста, ведь и к таким людям можно найти подход.

Главной задачей журналиста будет стремление вызвать любыми способами конфликт в разговоре, противоборство двух мнений, используя тактики психологического давления. Например, прием «беременная пауза», когда интервьюер после реплики героя не спешит задавать следующий вопрос. Собеседник воспринимает возникшее молчание как то, что он не полностью ответил на поставленный вопрос, а так как все, что он хотел уже сказал, у журналиста есть шанс услышать откровение, истинные чувства, переживания человека.

Меланхолики невероятно ранимые, хрупкие натуры. Здесь нужна максимальная ответственность и терпение корреспондента. Ведь люди этого типа легко могут обидеться даже по незначительным поводам. Однако это не значит, что журналист ограничен в то, что будет спрашивать. Просто гнуть свою линию нужно мягко, постепенно добиваясь желаемого результата. И в ни в коем случае нельзя сдаваться, в экстренных случаях выводить собеседника из состояния депрессии. Потому как вам нужен уникальный контент, а не чувственный, пространственный текст, лишенный злободневности.

Журналистика и психология взаимосвязаны. Не даром, для того, чтобы разобраться в проблеме человека, психологи тоже используют метод интервью. Там где коммуникация между людьми часть работы, где от общения зависит результат и престиж, всегда будет играть роль в той или иной степени психология. И это невозможно оспорить.

Известный российский журналист, писатель, драматург, радио и телеведущий, режиссер Андрей Максимов говорит, что хороший работник медиа, интервьюер должен по-особенному относиться к людям. «Человек должен стать центром твоего мира. Это очень важно. И он должен понимать: то, что он говорит, тебе на самом деле очень интересно. Это невероятно трудно сыграть. И поэтому я, когда учу студентов, всегда говорю, что у журналиста должно быть очень важное качество – ему люди должны быть интересны. Он не должен их всех любить, это не возможно и не нужно, но они должны быть ему интересны» [6, с. 34].

Действительно, человек очень хорошо чувствует отношение журналиста к работе, он сразу пытается его прочесть. И нужно ли на интервью надевать маску? Журналист, конечно, не актер. Его задача иная. Пропустив через себя образ героя, подать его лучшим образом зрителю. Поэтому очень важно в ходе

беседы быть самим собой. Это подкупает и располагает. Конечно, важно еще и с кем мы разговариваем. Формат общения с Президентом или учителем будет разниться. Однако в том и в другом случае, журналисты-практики советуют оставаться настоящим, живым. А вот что нужно сделать, так это профессионально учиться снимать маски с героев. «Если человек чувствует, что ты к нему расположен, если он понимает, что стал центром твоего мира, понимает, что то, что он говорит, тебе интересно, маска может быть растоплена» [31, с. 32]

Выводы по главе 2

1. Современное интервью требует новых смелых решений и форматов. Практикующие работники медиа в современных условиях конвергентной среды при проведении интервью используют блицы, инфографику и фотокарточки, выделение цитат, вопросы-викторины, готовят интервью-эксперименты. Экспериментом в интервью считается формат, когда журналист не просто задает ряд вопросов, тем самым делая диалог скучным, формальным и менее динамичным, но и совершает активное действие вместе с героем. Хорошо такой формат работает в экспертных и особенно портретных интервью. Современная тенденция всех цифровых СМИ – это уход от обычной вопросно-ответной структуры текста интервью и переход на тематические блоки, подзаголовки. В подзаголовках возможно вынести острую или необычную цитату героя или оформить тематический блок вообще без прямой речи. Блиц-вопросы замечательно дополняют картину о собеседнике после основного интервью.

Система классификации, жанрового деления интервью должна постоянно поддаваться осмыслению, переработке и адаптации к новым реалиям цифровой среды. В связи с этим мы предприняли попытку разработать собственную классификацию интервью на виды, выделив «сухое», личностное, дискуссионное и авторитетное интервью.

2. Самое главное при организации интервью – собрать обширную информацию о герое и заранее подготовить как можно больше разнообразных вопросов. Лучше всего вопросы структурировать по тематическим блокам. Многие журналисты говорят, что при общении с незнакомым человеком, отношение к вам определится после первого вашего вопроса. Опытный интервьюируемый по первому вопросу определит, кто перед ним. Непосредственно на самом интервью нужно быть смелым, задавать конкретные вопросы. Однако наблюдать за героем и его реакцией. Иметь импровизировать в экстренной ситуации. Журналист должен быть по-хорошему настойчив и четко понимать для чего он берет интервью у данного героя. Желательно завершать разговор на позитивной ноте.

ГЛАВА 3

ИНТЕРВЬЮ В ПРАКТИКЕ БЕЛОРУССКИХ СМИ

3.1 Особенности интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня»

«СБ. Беларусь сегодня» – общественно-политическая газета, которая имеет достаточно разнообразную систему рубрикации материала в составе новостного сайта sb.by. Основные рубрики: «Политика», «Экономика», «Спорт», «Блоги и колонки», «Теленеделя», «#простокосмос», «Драйв», «Мозаика жизни», «Общество», «Культура», «Происшествия», «В мире», «Шпильки», «Здоровье», «Окно в Китай», «Житейские вопросы». Система рубрик обуславливает создание и соответствующего контента, который обязан быть вписан под определенный тематический пласт. Замечено, что в большинстве рубрик рассматриваемого СМИ присутствует жанр интервью в различных его подвидах, о которых и будет идти речь в данном разделе дипломной работы.

Для того, чтобы определить особенности интервью в «СБ. Беларусь сегодня», мы проанализировали 16 публикаций за период 2021-2024 гг., которые были представлены как в печатной версии издания, так и на сайте sb.by.

Первый материал, который будет рассмотрен, относится к рубрике «Мозаика жизни» и называется «Токсичный контроль: как перестать следить за жизнью и критически оценивать каждый шаг своих близких – психолог». Главной задачей данного материала было рассказать о понятии токсичного контроля, его последствиях и как с ним бороться. В качестве эксперта выступал психолог. Так как материал не был привязан к определенным событиям, не раскрывал личность психолога, не затрагивал общественно важную проблему, не представлял анализ ситуации, а лишь просто рассказ о проблеме, то можно прийти к выводу, что такое интервью можно назвать экспертным. Подтвердить эту теорию может и достаточно небольшой объем текста, краткость и лаконичность изложения [47]

В материале «Про Дмитрия Рыжика, его 600 котов и не только» в рубрике «Общество» рассказывается о мужчине, который имеет очень забавное увлечение: коллекционировать котосувениры. Любопытно проанализировать композицию текста, его строение. Читателя сначала ждет подзаголовок «Собрание позитива», который вводит нас в курс дела, как бы подсказывает, в

чем будет основная суть интервью. Потом идет довольно небольшой лид в одно предложение. После журналист не сразу переходит к сути, начинает раскрывать события постепенно, рассказывая о герое, его любви к путешествиям и кулинарных предпочтениях. И только после определенных биографических сведений о герое, корреспондент дает ход основной цели интервью: рассказать о коллекции сувенирных кошек из разных стран [44].

Композиция текста дает нам возможность понять подвид данного интервью. Если придерживаться концепции Е.М.Пак и М.Н.Кима, то это портретное биографическое интервью. Все потому что нам дают факты из жизни героя, а именно когда и где родился, чем занимался. И после приводятся комментарии мужчины, который и начинает раскрывать сюжет интервью. Если рассматривать типологизацию интервью у других исследователей, то как мы можем наблюдать в системе жанров А.А.Градуюшко отсутствует портретный тип, а вот согласно теории жанра О.Р.Самарцева мы можем отнести данный материал к личному интервью.

Следующим интервью, которое мы проанализировали, называется «Политический обозреватель Илона Красутская – о ритме жизни, системе стандартов и защитных механизмах» в рубрике «Теленеделя». Можно достаточно долго размышлять к какому подтипу его отнести. Строение текста довольно стандартное: вопрос и ответ. Действия раскрываются по ходу заданных вопросов. То есть четкой и жесткой последовательности в ответах нет. Если бы вопросы поменяли местами, это не было бы критично. Однако, если вернуться к жанровому делению, то можно много чего сказать. Подзаголовок в тексте такой: Илона Красутская: «Не будь у Президента этой требовательности и принципиальности, а порой и жестких решений – не было бы той страны, в которой мы живем» дает сразу ход дальнейшему разговору, делает тематически направленным текст. Читатель понимает, что это будет интервью, где не только отражается работа и жизнь героя, но и будут прописаны его мысли, взгляды на происходящее вокруг. В дальнейшем на вопросы журналиста Илона отвечает с определенной четкостью, выражая свою позицию лаконично и строго. Можно сделать вывод, что перед нами аналитическое интервью. Вопросы корреспондента наводили героя на определенные мысли, помогали выстроить логическую цепочку всего текста. Были достаточно каверзные вопросы от журналиста, которые требовали такой же каверзной отдачи от Илоны. Например, «Оппоненты власти часто и много говорят о том, что белорусское телевидение морально устарело и что кругом в новостях одна сплошная пропаганда. Но разве пропагандировать курс государства – это плохо? Тебя обижает, когда называют пропагандисткой?» [63].

Также можно предположить, что перед нами портретное политическое интервью. Сказать так можно, потому как героиня политический обозреватель.

Задача публикации, как и политического интервью, показать журналистку с другой стороны, понять, какая героиня вне камер, рассказать о ее планах и мечтах.

В рубрике «Культура» можно заметить очень интересное интервью с генеральным директором белорусского Большого театра Екатериной Дуловой. Название материала – «Гендиректор Большого театра Беларуси Екатерина Дулова – о планке и «звездах». Интервью небольшое, однако очень информативное и познавательное. Если касаться типологии, то уже в достаточно обширном лиде описано, что Екатерина Дулова ездила в очень важную для Большого театра командировку в Россию и общалась там со многими творческими деятелями. В материале подчеркивалось, что поездка и переговоры прошли успешно. Из этого следует, что причиной интервью с директором послужила именно эта самая командировка. Соответственно, интервью можно назвать информационным. Ведь в тексте почти ничего не говорилось о жизни Екатерины Дуловой, о ее творческом становлении. Разговор касался только назначения героини на новый пост, нововведениях, которые руководитель принесла в театр, корреспондент так же спрашивал о итогах поездки в Россию. Анализа тоже мы здесь не наблюдаем, глобальных культурных проблем в интервью не поднимается. Констатация факта и четкий ответ на вопрос [62].

По композиции выделяется еще один очень интересный текст-интервью. Это разговор с главным технологом Еленой Юрковец. Материал называется «Сад хорош всегда, но особенно прекрасен в пору цветения – главный рассветовский технолог Елена Юрковец». В начале читатель видит садоводческую терминологию о способах выращивания растений, хранении плодов и т.д. И только во второй части текста журналист переходит к самой героине, говорится, как Елена пришла в профессию, чем занимается в свободное время. Посвящено в заключение еще и пару слов внукам героини [72]. Все эти факты говорят о том, что сказать точно о типе такого интервью крайне сложно. В самом начале публикации Елена выступает как эксперт, далее мы можем назвать интервью портретным. Возможно, это гибридное интервью, которое вобрало в себя черты разных подвидов.

В рубрике «Экономика» кроме рассмотренного выше интервью есть и другие тексты, которые имеют вопросно-ответную форму повествования. К таким материалам можно отнести текст «Брыло: география поставок белорусской продукции расширяется, проблем с логистикой нет» [60]. Такой материал можно назвать заметкой, однако мы знаем, что и А.А. Тертычный, и Е.М. Пак, и М.Н. Ким выделяли интервью-сообщение или интервью вопрос-ответ. Такой материал может подойти под данную типологию. Достаточно конкретный заголовок, сухой, информативный лид и комментарий героя, такой

же лаконичный и по делу. Элемент анализа отсутствует, глобальных проблем не раскрывается.

Заметно, что от рубрики будет зависеть и вид интервью. В экономическом секторе будет больше всего информационных и аналитических текстов. В культурном – больше портретных интервью. Однако все это очень условно. Сейчас все более заметно, как жанры срастаются, объединяются в один, образуя что-то новое. Форма текста тоже постоянно трансформируется, обновляется, совершенствуется. Контент «СБ. Беларусь сегодня» тому подтверждение. И все же наше исследование показывает наличие разнообразных типов интервью в рассматриваемом СМИ.

Отметим, что творческая редакция «СБ. Беларусь сегодня» придерживается традиционных методов подачи медиапродукции. Композиция, построение интервью имеет вопросно-ответную форму, визуализация отходит на второй план. В СМИ главным остается текст, который подается довольно сухо и местами однообразно.

Также в данном разделе мы будем наблюдать, насколько тематически разнообразна палитра в белорусских средствах массовой информации. Нужно сказать, что имеется недостаток именно злободневного и проблемного контента в разных типах СМИ. Хотя именно такие материалы могут помочь обществу в решении важных задач. Помочь в решении данной проблемы может аналитическое интервью.

Обратимся к понятию «аналитическое интервью». Аналитическое интервью отличается от информационного наличием элемента анализа. Суть не столько в общем строении, сколько в постановке вопросов, которые направлены больше на выявление сути проблемы и методов ее решения. Тут как раз и будут работать вопросы: почему? каким образом? что это значит? и т.д. Все это должно побудить героя к реакции, эмоции, вывести на правдивый ответ. А.А. Тертычный уверен, что методы работы именно при выборе аналитического интервью могут помочь трансформировать вид рассматриваемого интервью в другие жанры, например в корреспонденцию, отчет или статью [8, с. 44].

Исследователи останавливаются и на определении аналитического интервью. «В силу того, что аналитическое интервью представляет собой форму интеллектуального общения, здесь могут быть использованы различные приемы воздействия на собеседника, применяемые как в дискуссии, так и в полемике» [8, с. 32].

Насколько широко представлено аналитическое интервью в общественно-политической газете «СБ. Беларусь сегодня»? Проанализируем на конкретных примерах.

Первый текст, который мы разберем, находится в рубрике «Культура». Заголовок – «Спецкор АТН Белтелерадиокомпании – о победе над тяжелым недугом, любимой работе и смысле жизни». Собеседник – специальный корреспондент Агентства телевизионных новостей Белтелерадиокомпании Наталья Бордиловская. Можно говорить о том, что это портретное интервью. Текст написан на белорусском языке. Подзаголовок сразу нас наталкивает на мысль, о чем будет беседа, конкретизирует медиапродукт: «Наша краіна ўвасабляе ў сабе вобраз матулі». Далее идет обширный, достаточно конкретный и информативный лид. Сама структура текста имеет вопросно-ответную форму. То есть по композиции материал не выделяется. В интервью поднимаются вопросы журналистского призвания, патриотизма. Фокус делается не только на личности. Однако можно сказать, что личная драма жизни героини в равной степени описана с другими тематическими блоками. И все же стоит сказать, что персонаж не был до конца раскрыт. Были заданы достаточно общие вопросы. Например, «За амаль тры дзесяцігоддзі працы над культурнай тэматыкай дасягнулі поспехаў. А хто быў вашым настаўнікам у прафесіі?» или «Што падчас стварэння сюжэтаў асабліва ўражае?». Некоторые ответы разграничены внутренними подзаголовками: «І глядзелі на ўсё гэта як жыхарка гарадская...» [61]. Текст от этого становился более логичным и понятным, структурированным. При всем этом не хватило информации о самой Наталье Бордиловской. Отвечала она достаточно живо, но коротко, лаконично, и стандартно. Думается, такое произошло за счет нехватки уникальных вопросов от журналиста. Интервью не поднимает глобально никаких вопросов, однако в нем присутствуют патриотические тематические элементы, описанные через слова героини. В конце есть блиц-опрос. Это очень хорошее дополнение к основному тексту. Через такой опрос можно еще больше раскрыть героя, узнать о нем что-то необычное. Кроме того, блиц-опросы делают интервью более неформальным, динамичным, привлекательным.

В разделе «Политика» в «СБ. Беларусь сегодня» за последнее время не было обнаружено интервью в стандартных формах. Были найдены материалы с комментариями и пояснениями экспертов. Многие из них имеют информативную задачу с аналитическими элементами. Один из таких материалов называется «У вашего Президента мощная команда. Взяли и сделали! Что впечатлило губернатора Санкт-Петербурга» [58]. Это достаточно типичный по композиции текст. Цитата, вынесенная в заголовок, уже подсказывает тематическое направление материала. Рассказывается о губернаторе Санкт-Петербурга Александре Беглове, который комментирует итоги встречи с Президентом Беларуси Александром Лукашенко. Лид для такого материала достаточно большой и информативный. Сам же текст небольшой. Вся суть материала выстраивается вокруг высказывания

губернатора. Материалов подобной структуры в разделе «Политика» в «СБ. Беларусь сегодня» очень много.

Похожая ситуация и в разделе «Экономика». За исключением, конечно, тематического направления, политические и экономические тексты в рассматриваемом издании очень похожи по композиции, характеру написания. Те же материалы с вставками-комментариями экспертов. Название одного из таких: «Наша продукция по качеству лучше импортной – Заяц на открытии новой производственной линии на «Спартаке» [50]. Отличие такого медиапродукта в наличии фото. Читателям представляется достаточно информативный лид, в котором даны статистические данные, цифры, расписано, что отечественная продукция намного лучше импортной. За счет наличия фото текст смотрится немного динамичнее. Материалов подобного направления в разделе «Экономика» опять же много.

Большое количество спортивных материалов в «СБ. Беларусь сегодня» структурно заимствованы с сайта «sport5.by». Обязательно присутствует ссылка на источник: «Как сообщается в «sport5.by»... или слова из «sport5.by»...». Материалы имеют такие заголовки: «Рутенко рассказал об апелляции на отстранение белорусских теннисистов от командных турниров» [46] или «Анна Сола: за время декрета появилось много идей, которые сейчас хочу воплотить» [45]. Материал про Анну Сола это по сути такой же текст-комментарий. Там спортсменка рассказывает о своих планах, надеждах. Материал никак не соприкасается тематическими политическими аспектами. А вот если мы будем говорить о тексте, где высказывается Рутенко, то тут политического много. Все это очевидно, ведь говорится об апелляции на отстранение белорусских теннисистов от командных турниров в связи с геополитической и международной ситуацией. В любом случае, интервью в стандартном, привычном виде в разделе «Спорт» замечено не было.

«К 2026 году Беларусь и Россия создадут малый космический аппарат и два наноспутника» – так называется материал «СБ. Беларусь сегодня» под рубрикой «#простокосмос»[52]. Данный текст наиболее подобен на аналитическое, проблемное интервью. В материале заявлена проблема: создание отечественного космического спутника. Это аналитическое интервью с исполнительным директором белорусской части новой программы Союзного государства «Комплекс-СГ» Сергеем Коренько. Беседа ведется о белорусских космических технологиях. Интервью действительно проблемное и глобальное. Подано серьезно, научно: много терминов, обозначений. Поставлен вопрос в лиде: какую пользу принесет разработка и запуск новых спутников и какого эффекта ждут от новой космической программы Союзного государства? Текст структурирован по заголовкам: «Программа сближения», «Новая группировка спутников», «Расширяя возможности». При всем этом журналистом не было

задано альтернативных вопросов, вопросов на размышления, провокационных вопросов. А ведь это часть аналитической беседы. Однако стоит отметить, что по композиции тут не вопросно-ответная структура. Есть повествование, есть дополняющее комментирование. Из-за отсутствия интересных вопросов, интервью смотрится не динамично. Подошло бы, скорее, для научно-популярного журнала, чем для общественно-информационной газеты.

В разделе «Мозаика жизни» найти аналитическое интервью не удалось. Это объясняется тематической направленностью рубрики: много информации из жизни звезд шоу-бизнеса, гороскопы. Из социально важного контента нашлось интервью, взятое «СБ. Беларусь сегодня» у коллег с телеканала ОНТ: «Психолог рассказал, что делать, если ребенок растет злопамятным и мстительным» [71]. Тут подан объемный лид и после идет развернутый комментарий психолога. В любом случае, материал носит скорее ознакомительный, информационный характер, чем аналитический, злободневный, проблемный.

В социальном разделе с интервью различных видов все разнообразнее. Во-первых, подача контента интереснее, много живых фото. Во-вторых, мы наблюдаем тексты наиболее приближенные к проблемным. Например, «Люди с ограниченными возможностями никогда не остаются один на один со своими проблемами – Седельник» [57]. Речь идет о председателе комитета по труду, занятости и социальной защите Гродненского облисполкома Ольге Седельник. Герой дает комментарий, высказывает свои оценки происходящей в стране социальной политике. Однако формат подачи текста все также остается статичным, лишенным злободневности. Читателей в очередной раз информируют. В материале отсутствует элемент дискуссии или полемики.

В социальном блоке был представлен материал «Председатель Пальминского сельсовета Анфия Березко стала финалистом конкурса «Женщина года – 2022». Идет рассказ о Анфии Берёзко – председателе Пальминского сельского Совета депутатов Городокского района, лауреата областного этапа республиканского конкурса «Женщина года – 2022». Женщина выступала в номинации «Хозяйка села». Теперь героиня готовится к республиканскому финалу [43]. Текст социальной тематики. По композиции все еще схож со всеми остальными материалами в жанре интервью в «СБ. Беларусь сегодня». Идет повествование женщины, ее комментарии. Однако не хватает подробностей, интересных решений. Можно было задать намного больше вопросов, развернуть дискуссию. Из-за этого личность не до конца раскрыта. Хотя простор для творчества есть. Динамику тексту придают портретные фото.

«Заядлые туристы Саприковы из Витебска знают толк в крутых местах Беларуси». Это, на наш взгляд, одно из самых интересных и удачных интервью

в «СБ. Беларусь сегодня». Материал представлен в социальной рубрике. Здесь идет повествование о необычной многодетной семье психологов, их увлечениях и быте. Также рассказывается о путешествиях семьи. Есть подзаголовок «Что посмотреть в Беларуси – спросите у семьи крутых туристов Саприковых из Витебска». Подзаголовок информативный, при этом не скучный, заставляет продолжить чтение. Мы наблюдаем живой, объемный лид. Первое предложение лида: «Владимир и Юлия Саприковы коллекционируют самое важное – впечатления». Лид также лаконичный, понятный, при этом журналистский, правильный. Текст хорошо структурирован, дизайнерски выделены важные комментарии героев, есть внутренние подзаголовки. Например, «Ход конем», «Туризм с изюминкой», «Привет с Мадагаскара» [66]. Все эти решения придают публикации динамику, не делают ее статичной. Комментарии героев также яркие, необычные, привлекающие. Тема раскрывается постепенно. Хотя четкой острой проблематики тут нет. Все достаточно позитивно: фокус делается на семье и их жизни. Однако опять же не хватило объема, можно было задать таким интересным людям больше вопросов, раскрыть их с разных сторон, описать необычные ситуации. Было бы уместно провести и блиц-опрос в конце. Его тут нет. Отдельно хочется сказать о фото. Они здесь максимально необычны, привлекательны. Фото цепляют глаз, характеризуют героев.

Рубрика «Теленеделя» наполнена различным развлекательным контентом. Присутствуют портретные интервью, взятые редакцией «СБ. Беларусь сегодня» с других источников. Это и беседа, например, с российскими актерами, такими как Роман Маякин, Юлия Пересильд и др. Аналитики, проблематики в данном разделе нет.

В свою очередь отметим, что аналитический, проблемный аспект в газете «СБ. Беларусь сегодня» присутствует. Однако он представлен не в жанре интервью. Больше всего интервью аналитического направления можно встретить в социальной и культурной рубриках. Однако и там композиция текста довольно статична, не гибкая. В таких интервью мало дискуссии, не хватает смелых вопросов и злободневности.

3.2 Отличительные черты интервью в сетевом издании onliner.by

Сетевое издание onliner.by одно из самых популярных в Беларуси. Отметим, система рубрикации у onliner.by не такая широкая как у «СБ. Беларусь сегодня». Из основных рубрик можно назвать такие рубрики, как «Кошелек», «Люди», «Лайфстайл», «Авто», «Технологии», «Недвижимость». В

данном разделе мы рассмотрели контент данных рубрик за период 2021-2024 гг. Всего проанализировано 17 публикаций.

Первый материал, который мы рассмотрим находится под рубрикой-проектом «Маленькое дело» и имеет заголовок «Я ушел с работы в никуда». Белорус рискнул изменить жизнь после 30». Это интервью с простым белорусом, который ушел с работы ради занятия мечты – он работает с железом, делает очень необычные и полезные вещи. Интервью выложено на сайт только в качестве новостной заметки [49]. Полный материал можно посмотреть в видеоформате на YouTube. Onliner.by всегда был мультимедийным, визуализация контента на высоком уровне. Вопросы герою задавались в основном по его роду деятельности. Однако в процессе беседы были и вопросы журналиста на раскрытие личности: мы узнаем о некотором психологическом состоянии героя, его планах, его семье. Поднимается проблемный вопрос малого бизнеса в Беларуси и как его начать. В любом случае, после просмотра данного материала становится понятно, что любой и каждый может изменить свою жизнь, если он этого хочет. Язык общения журналиста с героем достаточно логичен, понятен. Нет непонятных терминов, которые только бы мешали восприятию информации. Герой-мужчина был подан корреспондентами с лучшей стороны. Самое главное, что не было наигранности, лишнего пафоса, зажатости, скованности. Герой ведет себя непринужденно, легко. Он настоящий. И в этом, в первую очередь, заслуга журналистов onliner.by.

В данной работе мы рассматривали особенности аналитического интервью и чем оно отличается от информационного. Главное особенность заключается в том, чтобы в центре внимания был не человек, его личность, а действие, событие, явление, социальная или политическая проблема. Этому служит пример материала на onliner.by «Тварь я дрожащая или право имею? Почему люди редко просят о повышении и как это сделать правильно» [68].

Данное интервью можно отнести к аналитическому. Поскольку, прежде всего, поднимается общая, волнующая многих людей проблема «как больше зарабатывать и как просить повышение?». Подход к раскрытию информации другой. Журналист рассматривает тему с разных сторон. Мы знаем, что аналитические интервью характеризуются конкретными вопросами. Такие здесь присутствуют. Мы видим, как разговор ограничивается: «Давайте зададим наивные, но важные вопросы». Текст начинается с довольно необычного заголовка, который можно разделить на две части. Первый – это реплика, совершенно не связанная с самим разговором, из художественной литературы. Второе – классическое информативное предложение. В совокупности заголовок выглядит логично и привлекающе. Такие заголовки, безусловно, более чем подходят для аналитических текстов. Далее следует

краткое изложение основной темы. Поскольку журналист, чтобы раскрыть тему, решил поговорить сразу с двумя специалистами, очень интересно наблюдать за контрастом ответов. Тип структуры, композиции текста вполне классический – вопросно-ответная форма. Язык несложный для понимания, но часто присутствует профессиональная лексика, термины, связанные с маркетингом, психологией, финансами. Например, «эволюция», «возможность реагирования», «психологический барьер», «манипуляция», «доход», «статистика», «критерии качества», «усреднение», «рыночная медиана», «вилка зарплаты», «мониторинг», «затраты на кампанию».

Еще одним примером аналитического интервью может стать текст onliner.by «Соцреализм в Советской Белоруссии. Как это понимать и какие произведения считаются шедеврами». Материал выделяется среди остальных тем, что поднимает сложную тему искусства. Такие тексты не рассчитаны на массовую аудиторию, их бывает достаточно сложно понять. По сравнению с предыдущим интервью, название здесь проще, в нем нет образности, и зрители сразу понимают, о чем пойдет речь. Главной задачей текста будет познакомиться с проблемой и ответить на вопрос: «Как развивался соцреализм в БССР?». Чьи картины следует считать шедеврами и что из этого можно найти в Национальном художественном музее? [74].

Композиция текста представляет собой устойчивую пирамиду, или вопросно-ответную структуру. Все события, факты, информация о художественном направлении раскрываются постепенно, без скачков. Видно, что текст не соответствует концептуальной композиции, так как имеются размышления авторов, отклонение от основной идеи. Вопросы, которые задает журналист, вполне знакомы, и в каждом последующем предложении логически прорисована характеристика направления живописи.

«Мотивы не имеют правового значения. Белоруска пыталась в суде оспорить кредит, взятый на нее мошенниками». Из информативного заголовка понятно, что это проблемный материал. Сейчас в Беларуси проблема с финансовыми кибермошенниками особенно актуальна. За заголовком идет лид, где еще больше раскрывается проблема. Выясняется, что жительница г.Барановичи должна банку 4000 рублей кредита плюс проценты. Но попыталась оспорить это в суде, но ничего не вышло. О проблеме героини мы узнаем в самом материале. Дается комментарий эксперта, в котором четко описывается, почему было принято решения отказать женщине в помощи [67]. Материал логичен. Хорошо структурирован. Фокус делался не на личности, а на конкретной проблеме.

«Tinder с проверкой на инцест, селедка в сахаре и летающие батуты. Белоруска о жизни в Исландии». Вот такой смелый, яркий, запоминающийся заголовок. При все том, достаточно информативный. Тут рассказывается о

девушке-белоруске, которая переехала жить в Исландию. После заголовка нас встречает интересный и объемный с первым предложением: «Бьорк, викинги и вулканы – кажется, это все, что мы знаем об Исландии». Далее уже раскрывается идея, постепенно подходят к повествованию героини. Темы самой девушки и Исландии, как страны, раскрыты в равных долях. Сюжетных перескоков нет. Текст хорошо структурирован. Наблюдаются интересные подзаголовки: «Страна с открытки, бараньи головы и селедка в сахаре» или «Исландцев так мало, что в местном Tinder есть проверка на инцест чтобы случайно не сходить на свидание с сестрой» [64]. Подзаголовки не только делают текст более динамичным, но и более логичным и понятным. Некоторые наиболее интересные высказывания девушки визуально выделяются. Очень хорошо расставлены акценты в тексте: понятно, на что стоит обратить внимание. Язык изложения смелый, живой, яркий. Это придает материалам неформальность и приближает к читателю. Вопросы также заданы с уклоном на раскрытие проблемы: «Стоп. И они не боятся, что коляску украдут?», «Это потому, что в Исландии самая низкая в мире преступность?», «А что изменилось в последнее время?». Понятно, что тут журналист действительно хочет докопаться до истины, раскрыть личность, а не просто написать текст. При всем этом видно, что интервью лишено предвзятости. Раскрываются проблемы, анализируются разные стороны. Например, вынесен отдельный подзаголовок, часть текста, где пишется о недостатках Исландии. Хочется еще и отметить визуальную составляющую. Очень много разнообразных, настоящих фото. Качественные и информативные. Репортажный стиль. Очень много природы, однако есть и фото, где сама героиня присутствует. Некоторые фото собираются в коллажи, «карусели». Данные методы визуализации придают тексту продающий характер.

Хочется отдельно остановиться на проекте onliner.by #спецмонолог. Это специализированная передача, где эксперты отвечают на вопросы согласно теме интервью. Тематика очень широкая: от экономических геополитических проблем до вопросов, связанных с психологией или семьей. За счет иллюзии, что журналист отсутствует в рамках диалога, создается впечатление, что эксперт ведет собственную аналитическую передачу. Однако это не так. Тут журналист выступает как координатор хода беседы. Он задает вопросы, направляет героя в нужное тематическое русло. Такое интервью можно назвать экспертным. Например, разговор с психологом о том, нужно ли родителям рассказывать своим детям о войне и смерти, помогает разобраться в этом остром вопросе читателям. Однако если начинать анализировать именно выпуск с психологом, то приходишь к выводу, что это не чисто экспертное интервью. Ведь читатель узнает не только о проблеме, но и немного о жизни самого психолога: специалист делится своим опытом, рассказывает о своих

детях. Соответственно, мы можем сказать, что материал экспертный, с элементами портретности.

Еще один материал onliner.by, который стоит разобрать, называется «Насквозь промокшие кеды спустя час и сильная усталость. Устроилась работать на автомойку». Это уникальный текст, написанный в стиле интервью-эксперимента, с элементами репортажа. Девушка-журналист устраивается всего на четыре часа на автомойку и пробует себя в этом деле. Одновременно она общается с работниками и директором заведения [69]. Материал насыщен деталями, живыми подробностями, юмором. Текст структурирован и логично выстроен, разделен на привлекающие подзаголовки. Даны живые фотографии. Для наглядности представлен график цен данной автомойки, что будет очень полезно для читателей. Интервьюер задает злободневные и правильные вопросы: «Как часто что-то отлетает от машины во время мойки? Эмблемы, надписи, зеркала?» или «А бывают конфликтные клиенты?». Журналист создает приятный, полезный диалог с героями. Такого рода материалов должно быть больше, ведь они хорошо просматриваемы. Публикация только на сайте набрала 65 тысяч просмотров.

«Вспаши 15 соток – вспотеешь однозначно». Как выбрать мотоблок и чем он отличается от культиватора». Это название еще одного экспертного интервью на платформе onliner.by. Это разговор с топ-менеджером крупной строительной компании, который разбирается в сельскохозяйственной технике. Из интервью вы узнаете все о работе мотоблока и культиватора, их плюсы и минусы, строение, отличия [59]. Текст оснащен грамотными подзаголовками, живыми историями и эмоциональными фотографиями. Интервью не перегружено терминами и даже нецелевому читателю будет интересно просмотреть этот материал и почерпнуть для себя много полезного

Еще onliner.by довольно часто публикует интервью-опросы, где собирает несколько героев, которые отвечают на одинаковые вопросы. Например, материал с заголовком «Денег мало, уходят быстро. Сколько тратит в месяц студент столичного вуза? После заголовка с цитатой идет развернутый, привлекающий лид, который быстро вводит нас в курса дела [53]. Интервью систематизировано, разделено на структурные подзаголовки. Также мы видим оформленные цитаты героев. Журналист правильно расставил акценты в материале. Еще один плюс – это разноплановость героев. Каждый из них со своей историей и своим ярким характером. Портретные фото дают нам более ясное понимание, у кого берется интервью. Текст выдержан в одном стиле, тематических перескоков нет.

Еще один удачный пример интервью в сетевом издании onliner.by называется «В Минске предложили зарплату 700 рублей – для меня это дико» Девушка год ищет работу». Интервью белоруски, которая после работы в

гостиничном бизнесе на Кипре, ищет что-то подобное в Беларуси. Девушке не нравится заработная плата по вакансиям в Минске. Интервью имеет неплохой заголовок и привлекающий лид [72]. История героини рассказывается плавно. Подзаголовки представлены в виде ярких цитат девушки. Такого рода интервью злободневны и актуальны. Текст набрал более трехсот тысяч просмотров. Что интересно, после повествования девушки, материал комментируют эксперт – опытный карьерный консультант. Замечательно, когда СМИ после особенной спорной истории вставляет мнения специалиста по тому или иному вопросу. Это говорит о том, что медиа не просто подает информацию, но и пытается разобраться в проблеме, дать ответы на вопросы через мнение эксперта. В интервью мнение карьерного сотрудника контрастирует с мнением героя. И это тоже очень хорошо. Это придает интервью динамику, остроту.

Еще одно проблемное интервью на onliner.by называется «За одну аварию меня наказывают дважды» И при этом все по закону?». Это история о женщине, которая попала в очень тяжелую ситуацию. Она случайно сбила девушку на переходе и теперь сурово за это поплатилась. Ей выписали большой штраф и посадили под домашний арест [56]. Такого рода материалы должны быть как можно чаще в белорусских СМИ. Все потому что они показывают реальную картину происходящего. Живая, эмоциональная история, которая может случиться с каждым. Также, что не менее важно, после интервью дается комментарий адвоката, который разъясняет все детали проблемы. Тема в интервью раскрыта полностью. Последовательность событий не нарушена.

Один из самых острых текстов onliner.by за проанализированный период называется «Остался только пепел. Белорус ушел с работы пораньше и теперь должен \$2 миллиона». Это откровенное интервью мужчины, который оказался в очень нелегком положении. Володя Малахов работал энергетиком на предприятии «Беларуськалий», где в 2016 году случился страшный пожар. Сгорел склад, за который был ответственен мужчина. В последующем герою дали три года домашнего ареста и после еще и присудили неподъемный долг в размере двух миллионов долларов. Интервью имеет достаточно много элементов репортажа. Эффект присутствия очень хорошо проработан корреспондентом. Усиливают эмоциональное напряжение и погружают в историю такие фразы: «Мы теснимся на кухне. На плите кипит чайник, за шторкой спрятаны пепельница и пачка сигарет. Володя решительно начинает...» или «За окном по-зимнему быстро темнеет. Белорус держит в руках копию приговора и говорит, что нелепая череда случайностей уничтожила его жизнь». Поистине проблемным этот текст делают реплики героя, что он не виноват и готов идти до конца ради справедливости. Володя обвиняет начальника, который не захотел брать ответственность за

произошедшее, судебную систему [65]. Все эти факты свидетельствуют, что перед нами событийное интервью с элементами аналитики. Прочитав материал, аудитория может о многом задуматься, возможно, даже что-то переосмыслить. Такие материалы можно назвать проблемными, злободневными и их очень мало на белорусском медийном рынке. В любом случае корреспондент справился с задачей освещения проблемы хорошо, детально описав все переживания героя, раскрыв его характер и мысли, показав настоящего человека. Это самое главное в интервью.

«Встаю в 05.30 и зимой и летом». Нашли белоруску, которая добирается на работу бегом». Текст-интервью размещен в рубрике «Лайфстайл». Это интервью с элементами репортажа. Это очень выигрышная тактика в стиле написания. Ведь «эффект присутствия» всегда оживляет текст, делает его остросюжетным, эмоциональным. Плюс ко всему добавляет доверие со стороны читателей. В материале рассказывается о девушке, которая работает поваром. Но все бы ничего, но суть истории в том, что она не едет или идет на работу, а бежит. Корреспонденты onliner.by решили понаблюдать за девушкой, провести с ней один день, посмотреть, как героиня добирается до работы. Визуализация материала очень хорошая. Текст сопровождается дизайном, репортажными фото. Кстати, на фото искренние эмоции девушки. Это сильно подкупает зрителей. Есть коллажи и «карусели» из фото. Текст хорошо структурирован. По композиции, под заголовком идет лид с привлекательным первым предложением: «Есть куча способов с комфортом добраться на работу, но минчанка Тоня Татаренко не ищет легких путей». Далее все тематические блоки разбиты на подзаголовки: «Встать пораньше и побежать? А почему бы и нет» или « Кто быстрее: мы на авто или бегунья Тоня?». Динамика в тексте чувствуется. При этом язык изложения материала понятный, простой, логичный. Основной темой интервью стал бег и его польза [48]. Аналитичность материалу придает не только мнение одной героини, но и других спортсменов. Медiateкст объективный, не лишенный проблемности и злободневности. Вопросы задаются нестандартные, по-журналистски правильные: «Коллег удивляет то, как вы добираетесь на работу?» или «Вас не смущает, что вы бегаєте в городе? Дорога, выбросы?», «Чувствуете себя хоть немного уставшей?». Через такие вопросы, герой начинает раскрываться зрителю по-новому, по-особенному.

Еще одно интервью, которое стоит рассмотреть, называется «Наши везут друзьям гречку, сало, колбасы и зефир». Белорус о зимовке на Шри-Ланке». Текст довольно любопытный и занимательный. Интервью брали у белорусского фотографа, который очень любит путешествовать по разным экзотическим странам. Весь материал парень делится опытом и впечатлениями от поездок. Очень любопытные подзаголовки в интервью: «Когда ты едешь куда-то

надолго, то океан тебе уже не нужен» и др. [70]. Такое тематическое деление на смысловые блоки придает динамику работе, делает творческий продукт привлекательным и живым.

В современной журналистике роль смысловых заголовков возросла. В сетевом издании *onliner.by* интервью построены несколько не по традиционному макету – нет классического строения, вопроса и ответа. Очень часто журналисты прибегают к подзаголовку как к инструменту систематизации информации. В данном материале все это работает. Исходя из понятия и классификации жанра, такой текст можно назвать портретным биографическим интервью. Тут раскрывается и личность путешественника, и его характер, и опыт работы. Однако в чистом виде текст не может претендовать только на один вид. Как и во всех предыдущих материалах, тут тоже наблюдается синтез разных жанров. Интервью можно назвать и событийным и даже от части экспертным.

Следующее интервью, которое мы анализируем, имеет название «Пытались дотянуть до конца недели на 26 рублей, а теперь живем на 16,7 тысяч в месяц». История бюджета одной семьи» [51]. Материал размещен в рубрике «Кошелек» и очень удачно вписывается в экономическую тематику. Главная идея материала рассказать о том, как на примере истории одной белорусской семьи можно не только экономить, но и приумножать общий доход. В начале рассказывается о тяжелом финансовом положении семьи и как глава семейства хотел это исправить. Постепенно идет развитие сюжета, и нам уже дают советы, как не потратить лишнего и даже разбогатеть. И рассуждать можно достаточно долго, к какому подвиду можно отнести это интервью. Главное, что читатель наблюдает живую историю простого белоруса, такого же как и все остальные. После детального анализа, приходим к выводу, что назвать конкретно жанр данного интервью нельзя. Чисто портретным его не определишь, информационным тоже. Анализ, детальный разбор, который должен быть в аналитическом интервью, тоже почти не раскрыт. Возможно это событийное портретное интервью. Все же определенные биографические сведения о главе семейства приводятся в материале, а еще описывается быт.

Еще одно интервью *onliner.by*, которое вызывает интерес, называется «История шахматиста, который вышел на ринг и побил всех боксеров». Интересен материал тем, что в нем совмещено несколько разных жанров и поджанров. Во-первых, это портретное биографическое интервью либо личное интервью. Все зависит от концепций. Все потому, что нам рассказывают о мужчине, который занимается боксом. Сначала идут биографические сведения, раскрывается детство героя, его становление, первые драки и как мужчина пришел к боксу и к шахматам. Во-вторых, это интервью с элементами репортажа. Такие формулировки журналиста, как «Из зала атлет вышел

встречать нас с пластырем на носу – видимо, чемпионы тоже пропускают удары, подумали мы с оператором» или «Мы заканчиваем интервью поздно ночью и все вместе начинаем складывать камеры и свет. Леонид напоследок философствует....» [55]. Эффект присутствия сработан в тексте очень хорошо. Понимаем, что перед нами текст, в котором синтезированы жанры репортажа и интервью.

Под рубрикой «Недвижимость» есть интервью, которое называется «Как сделать ремонт, когда цены растут каждый день, а выбор товаров все меньше? Советы дизайнера» [54]. Из названия понятно, что речь будет идти именно о дизайне, мебели, интерьере, моде, ценах и поставках. Причем одна тема постепенно раскрывается на протяжении всего текста, других подтем в материале не наблюдается. Эксперт дает советы, делится лайфхаками, прогнозирует. Соответственно мы можем назвать данное интервью экспертным. Ведь личность героя не раскрывается. Мы ничего не знаем из текста о становлении дизайнера, как она стала работать в этой сфере, что чувствует и т.д.

Таким образом, материалы, подготовленные в жанре интервью и размещенные в сетевом издании onliner.by живые, в них отсутствует формальность и оценочность. В данном СМИ в основном встречаются экспертные, аналитические и портретные интервью. Вопросно-ответная форма построения текста в onliner.by отходит на второй, а то и на третий план. Все чаще заметно явление синтеза жанров в интервью. Особенно журналисты onliner.by используют много элементов репортажа. Эффект присутствия хорошо проработан в некоторых текстах. Было выявлено, что onliner.by использует новейшие способы подачи контента. Интервью насыщены живыми, качественными фоторепортажами, инфографикой, видеосюжетами. Визуализация и вовлеченность аудитории от этого, соответственно, становится выше.

Вывод по главе 3

1. Исходя из детального изучения публикаций, подготовленных в жанре интервью и опубликованных в издании «СБ. Беларусь сегодня» за период 2021-2024 гг., можно сделать следующие выводы. Так, установлено наличие разнообразных аналитических интервью, где поднимаются глобальные темы. Проблематика интервью в издании позволяет читателю панорамно понимать картину происходящего в стране и в мире. Отметим, что интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» злободневны и актуальны. Тексты рассчитаны на широкую целевую аудиторию. Вместе с тем творческой редакции необходимо использовать новые форматы современного интервью. Например, ни в одном тексте не было замечено использование блиц-опросов. Фотографии должны

быть в динамике. Особенно это касается портретных интервью. На сайте необходимо выделять цитаты в полотне текста, расставлять акценты. Кроме того, в тестах почти не используются подзаголовки с привлекающей цитатой. Журналистам «СБ. Беларусь сегодня» стоит находить нестандартные темы для бесед, уходить от формальности вопросов, чтобы сделать интервью ближе к читателю.

2. Среди отличительных черт интервью, размещенных в сетевом издании onliner.by за период 2021-2024 гг., можно назвать наличие динамики событий, проработанную проблематику публикаций. Многие интервью подготовлены настолько интересно, что читатель полностью погружается в историю и хронологию событий. В данном СМИ в основном встречаются экспертные и портретные интервью. Вопросно-ответная форма построения текста в onliner.by отходит на второй, иногда даже на третий план. Выявлено, что onliner.by использует современные способы подачи контента. Интервью насыщены живыми, качественными фоторепортажами, инфографикой, видеосюжетами. Творческая редакция onliner.by качественно работает с текстом, не только с точки зрения идейного вектора, но и со стороны дизайна. Особенным шрифтом выделяются важные цитаты героев, смысловые подзаголовки. Все это помогает читателю лучше ориентироваться в повествовании, следить за сюжетом, ходом беседы. Однако, на наш взгляд, редакции onliner.by следует обратить внимание на подготовку проблемных и аналитических интервью. Многим текстам все еще не хватает злободневности, остроты вопросов и смелости изложения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, цель данной дипломной работы – исследовать интервью как метод и жанр белорусских СМИ (на материале газеты «СБ. Беларусь сегодня» и сетевого издания onliner.by.) – достигнута. Для достижения поставленной цели интервью было изучено как понятие, рассмотрена трансформация интервью как жанра и метода в историческом ракурсе (на примере газеты «Советская Белоруссия»), а также описано развитие интервью в условиях конвергентной среды, представлена методология проведения интервью, названы особенности интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» и выявлены отличительные черты интервью в сетевом издании onliner.by.

В результате можно сделать следующие *выводы*:

1. Интервью можно представлять как метод получения уникальной информации и как самостоятельный жанр в журналистике со своими видами, структурой и классификацией. Ученые выделяли несколько признаков хорошего интервью: злободневность, политическая целеустремленность, деловитость, общественная значимость, интересность для многих. Жанр интервью, прежде всего, нацелен на получение уникального мнения. Существует много различных концепций видового разнообразия интервью. Но среди всех ученых прослеживается единая тенденция. Можно назвать пять основных видов интервью: информационное или событийное, экспертное, проблемное, аналитическое и портретное. По мнению многих исследователей, интервью является стержневым материалом номера. Вокруг тематики интервью может выстраивается вся концепция конкретного номера газеты, журнала, сетевого издания. Целевая установка беседы – важное явление в вопросе жанрового образования интервью. В зависимости от задач, редакционного задания, обстоятельств и даже характера героя журналисты используют конкретный вид беседы.

2. Установлено, что на страницах издания «Советская Белоруссия» долгое время публиковались в основном материалы новостного, событийного характера. Иногда присутствовал комментарий какого-либо партийного работника, эксперта в той или иной области. Однако кроме заметок, в том числе и расширенных, в газете публиковались лишь идеологические и просветительские тексты. В газете «Советская Белоруссия» за период 1975-1985 гг. присутствует немало интервью разных типов и тематической направленности. В контенте газеты периода «гласности» можно найти как информационные, так и портретные и событийные, экспертные, аналитические интервью. Большинство материалов не имеет вопросно-ответной композиции. Тексты включают в себя элементы не просто информационного жанра, но и наблюдаются интервью с элементами репортажа и глубокой аналитики. Вместе с

тем тематика интервью в большинстве связана с устройством общества, политической ситуацией, с экономическими и промышленными успехами, с идеологической и образовательной составляющей. А вот интервью на отвлеченные темы, такие как отдых, хобби, развлечения, быт в газете было мало. Это можно связать с общественно-политической направленностью самой газеты «Советская Белоруссия».

3. Современное интервью требует новых смелых решений и форматов. Практикующие работники медиа в современных условиях конвергентной среды при проведении интервью используют блицы, инфографику и фотокарточки, выделение цитат, вопросы-викторины, готовят интервью-эксперименты. Экспериментом в интервью считается формат, когда журналист не просто задает ряд вопросов, тем самым делая диалог скучным, формальным и менее динамичным, но и совершает активное действие вместе с героем. Хорошо такой формат работает в экспертных и особенно портретных интервью. Современная тенденция всех цифровых СМИ – это уход от обычной вопросно-ответной структуры текста интервью и переход на тематические блоки, подзаголовки. В подзаголовках возможно вынести острую или необычную цитату героя или оформить тематический блок вообще без прямой речи. Блиц-вопросы замечательно дополняют картину о собеседнике после основного интервью.

Система классификации, жанрового деления интервью должна постоянно поддаваться осмыслению, переработке и адаптации к новым реалиям цифровой среды. В связи с этим мы предприняли попытку разработать собственную классификацию интервью на виды, выделив «сухое», личностное, дискуссионное и авторитетное интервью.

4. Самое главное при организации интервью – собрать обширную информацию о герое и заранее подготовить как можно больше разнообразных вопросов. Лучше всего вопросы структурировать по тематическим блокам. Многие журналисты говорят, что при общении с незнакомым человеком, отношение к вам определится после первого вашего вопроса. Опытный интервьюируемый по первому вопросу определит, кто перед ним. Непосредственно на самом интервью нужно быть смелым, задавать конкретные вопросы. Однако наблюдать за героем и его реакцией. Иметь импровизировать в экстренной ситуации. Журналист должен быть по-хорошему настойчив и четко понимать для чего он берет интервью у данного героя. Желательно завершать разговор на позитивной ноте. Даже если в конце задавались нелицеприятные вопросы, надо пробовать увести разговор в сторону, чтобы не осталось неприятного осадка. Основные правила завершения разговора: не злоупотреблять гостеприимством, уходить так, чтобы у собеседника осталось желанием общаться с вами еще. Психологическое состояние и темперамент героя тоже могут сильно повлиять на ход беседы.

5. Исходя из детального изучения публикаций, подготовленных в жанре интервью и опубликованных в издании «СБ. Беларусь сегодня» за период 2021-2024 гг., можно сделать следующие выводы. Так, установлено наличие разнообразных аналитических интервью, где поднимаются глобальные темы. Проблематика интервью в издании позволяет читателю панорамно понимать картину происходящего в стране и в мире. Отметим, что интервью в газете «СБ. Беларусь сегодня» злободневны и актуальны. Тексты рассчитаны на широкую целевую аудиторию. Вместе с тем творческой редакции необходимо использовать новые форматы современного интервью. Например, ни в одном тексте не было замечено использование блиц-опросов. Фотографии должны быть в динамике. Особенно это касается портретных интервью. На сайте необходимо выделять цитаты в полотне текста, расставлять акценты. Кроме того, в текстах почти не используются подзаголовки с привлекающей цитатой. Журналистам «СБ. Беларусь сегодня» стоит находить нестандартные темы для бесед, уходить от формальности вопросов, чтобы сделать интервью ближе к читателю.

6. Среди отличительных черт интервью, размещенных в сетевом издании onliner.by за период 2021-2024 гг., можно назвать наличие динамики событий, проработанную проблематику публикаций. Многие интервью подготовлены настолько интересно, что читатель полностью погружается в историю и хронологию событий. В данном СМИ в основном встречаются экспертные и портретные интервью. Вопросно-ответная форма построения текста в onliner.by отходит на второй, иногда даже на третий план. Выявлено, что onliner.by использует современные способы подачи контента. Интервью насыщены живыми, качественными фоторепортажами, инфографикой, видеосюжетами. Творческая редакция onliner.by качественно работает с текстом, не только с точки зрения идейного вектора, но и со стороны дизайна. Особенным шрифтом выделяются важные цитаты героев, смысловые подзаголовки. Все это помогает читателю лучше ориентироваться в повествовании, следить за сюжетом, ходом беседы. Однако, на наш взгляд, редакции onliner.by следует обратить внимание на подготовку проблемных и аналитических интервью. Многим текстам все еще не хватает злободневности, остроты вопросов и смелости изложения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аламинова, Г.Р. Новые подходы к реализации интервью в современном медиапространстве / Г.Р. Аламинова // Медиаисследования. – 2018. – № 5. – С. 5–9.
2. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 138 с.
3. Белановский, С.А. Индивидуальное глубокое интервью / С.А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2005. – 320 с.
4. Белановский, С.А. Метод фокус-групп / С.А. Белановский. – М. : Изд-во Магистр, 1996. – 272 с.
5. Бергер, Н.В. Метод интервью в программе А. Караулова «Момент истины» / Н.В. Бергер. – Вестн. ВГУ. – Сер. Филология. Журналистика. – 2005. – №1. – С.130–144.
6. Васильченко, К.Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода / К.Е. Васильченко. – Медиасреда, 2019. – 208 с.
7. Веселкова, Н.В. Полуформализованное интервью [Электронный ресурс] / Н.В. Веселкова – Социологический журнал. – 1994. – № 3. – Режим доступа: https://old.sociologos.ru/upload/File/000_Veselkova.pdf. – Дата доступа: 02.05.2024.
8. Воскобойников, Я.С. Юрьев, В.К. Журналист и информация / Я.С. Воскобойников. В.К. Юрьев. – М. : РИА “Новости”, 1993. – 204 с.
9. Георгиев, Д. Режиссура газеты / Д. Георгиев. – М. : Мысль, 1979. – 260 с.
10. Гордиенко, Т.В. Журналистика и редактирование: учебное пособие / Т.В. Гордиенко. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФА-М, 2017. – 176 с.
11. Государственные региональные печатные средства массовой информации в процессе трансформации национальной медиасистемы (мониторинг состояния и разработка эффективной модели развития) : отчет о НИР (заключ.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/272921> – Дата доступа: 02.05.2024.
12. Градюшко, А. А. Перспективные стратегии веб-журналистики в глобальном информационном пространстве / А.А.Градюшко // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран : материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2014 г., Минск / [под общ. ред. Т.Н. Дасаевой]. – Минск : Изд. Центр БГУ, 2014. – С. 77–89.
13. Градюшко, А. А. Ключевые тенденции развития зарубежных интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасреды / А.А.Градюшко // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Междунар. научн.-практ. конф., Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б. Л.

- Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 66–71.
14. Градюшко, А. А. Приемы использования инструментов социальных медиа в современной региональной веб-журналистике Беларуси / А. А. Градюшко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 9–14.
15. Дзялошинский, И.М. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ / И.М. Дзялошинский. – М.: СРПП, 2000. – 347 с.
16. Дмитриев, Л.А. Законы творчества / Л.А. Дмитриев. – М.: ИПК, 2006. – 186 с.
17. Ким, М. Н. Жанры печатных и электронных СМИ : учебник для вузов / М. Н. Ким, Е. М. Пак. – Санкт-Петербург : Питер, 2020. – 448 с.
18. Колесниченко, А.В. Настольная книга журналиста / А.В. Колесниченко. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 196 с.
19. Криницын, Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов / Е. Криницын. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 208 с.
20. Криницын, Е. Как брать интервью: 8 мастер-классов от лучших журналистов России / Е. Криницын. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 164 с.
21. Мажура, А.В. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве / А.В. Мажура, Е.Д. Тимофеева // Наука и школа. – 2019. – №3. – С. 47–53.
22. Майданова, Л.М. Структура и композиция газетного текста / Л.М. Майданова. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. – 178 с.
8. 23. Мамонт, Б.В. Функционально-психологический аспект вопросной составляющей в рамках ведения интервью [Электронный ресурс] / Б.В. Мамонт. – Вестн. Адыг. гос. ун-та. – Сер. 2. Филология и Искусствоведение. – 2008. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-psihologicheskiiy-aspekt-voprosnoy-sostavlyayuschey-v-ramkah-vedeniya-intervyu/viewer>. – Дата доступа: 02.05.2024.
24. Мирошниченко, А. Когда умрут газеты? / А. Мирошниченко. – М. : Книж. мир, 2011. – 224 с.
25. Нельсон, Д. Как брать интервью. Искусство задавать правильные вопросы и получать содержательные ответы / Дин Нельсон; [пер. с англ. Д. Расковой]. – М. : Азбука Бизнес, Азбука-АТТИКУС, 2020. – 352с.
26. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. пособие / Е.В. Олешко. – М.: Флинта, 2016. – 128 с.
27. Павлова, А. А. Особенности дистрибуции медиаконтента редакциями региональных печатных СМИ (на примере Гродненской области) / А. А. Павлова, Т. А. Пивоварчик // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую

- эпоху: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.). – Мінск : БДУ, 2019. – С. 178–185.
28. Самарцев, О.Р. Творческая деятельность журналистика: Очерки теории и практики: учебное пособие / О.Р. Самарцев; под общ. ред. Я. Н. Засурского. – 2-е изд. – М. : Академический Проект; Гаудеамус, 2009. – 528 с.
29. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа : пособие / А.И. Соловьев. – Минск: БГУ, 2018. – 279 с.
30. Стральцоў, Б. В. Метад і жанр : асновы творчага майстэрства журналіста : вучэбны дапаможнік для студэнтаў спецыяльнасці "Журналістыка" / Б. В. Стральцоў . – Мінск : БДУ, 2002 . – 118 с.
31. Тертычный, А.А Аналитическая журналистика : учебн. пособие для студентов ВУЗ / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 352 с.
32. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебн. пособие / А.А. Тертычный. – 2-е изд., испр. і доп. – М.; Аспект Пресс, 2002. – 320 с.
33. Третьякова, Т.П. Функциональная семантика дискурсивных маркеров в современном американском политическом интервью / Т.П. Третьякова, Т.А. Кожевникова // Англистика XXI века : сб. ст. по мат. VIII науч.-метод. конф., посвящ. памяти профес. С.В.Воронина, Санкт-Петербург, 20–22 января 2016 г. – Санкт-Петербург : АНО "Университетские Образовательные Округа", 2016. – С. 222–226.
34. Ученова, В.В. Творческие горизонты журналистики / В.В. Ученова. – М., 1976. – 267 с.
35. Ученова, В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров /В.В. Ученова. – Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11. Журналистика, 1976. – №4. – С. 45–53.
35. Уемов, А.И. Логические ошибки. / А.И. Уемов. – М., 1975. – 298 с.
36. Фихтелиус, Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Э. Фихтелиус. – Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 128 с.
37. Харьковская, А.А. Лингвокультурные аспекты аутентичных "портретных интервью" : (на материале английских аудио- и видеointervью) Прагматика форм речевого общения / А.А. Харьковская. – Самара, 2001. – С. 41–47.
38. Худовеков, Е.Б. Среди богемы. Звездные интервью / Е.Б. Худовеков, – ; [лит. ред.: Т. В. Овчинникова]. – Архангельск : Правда Севера, 2007. – 95 с.
39. Шандра В.А., Попова М.Ф., Макашина Л.П. Аналитические жанры газеты / В.А.Шандра. М.Ф Попова, Л.П. Макашина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та 1996. – 121 с.
40. Шарапов, Э.Х. Жанр интервью: видовая составляющая / Э.Х.Шарапов // Молодой ученый. – 2017. – № 12 (146). – С. 668–671.
41. Шумилина, Т.В. «Не могли бы вы рассказать...» Метод интервью в журналистике. / Т.В. Шумилина. – М. : Из-во Моск. ун-та, 1976. – 136 с.

42. Щербатых, Е. Ю. Способы модификации оценки и их реализация в репликах-интеракциях журналиста (на материале современных англоязычных интервью) / Е. Ю. Щербатых // Вестник Костромского государственного университета. – 2016. – Т. 22. – № 2. – С. 207–210.

Эмпирический материал

43. Алимова, Е. Председатель Пальминского сельсовета Анфия Березко стала финалистом конкурса «Женщина года – 2022 [Электронный ресурс] / Е. Алимова // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/predsdatel-palminskogo-selsoveta-anfiya-berezko-stala-finalistom-konkursa-zhenshchina-goda-2022.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.

44. Алимова, Е. Про Дмитрия Рыжика, его 600 котов и не только [Электронный ресурс] / Е. Алимова // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/sobranie-pozitiva.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.

45. Бакеренко, Ю. Анна Сола: за время декрета появилось много идей, которые сейчас хочу воплотить [Электронный ресурс] / Ю. Бакеренко // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/anna-sola-za-vremya-dekreta-poyavilos-mnogo-idey-kotorye-seychas-khochu-voplotit.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.

46. Бакеренко, Ю. Рутенко рассказал об апелляции на отстранение белорусских теннисистов от командных турниров [Электронный ресурс] / Ю. Бакеренко // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/rutenko-rasskazal-ob-apellyatsii-na-otstranenie-belorusskikh-tennisistov-ot-komandnykh-turnirov.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.

47. Барейко, И. Токсичный контроль: как перестать следить за жизнью и критически оценивать каждый шаг своих близких – психолог [Электронный ресурс] / И. Барейко // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/toksichnyy-kontrol-kak-perestat-sledit-za-zhiznyu-i-kriticheski-otsenivat-kazhdyy-shag-svoikh-blizki.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.

48. Белоус, С. Встаю в 05.30 и зимой и летом». Нашли белоруску, которая добирается на работу бегом [Электронный ресурс] / С. Белоус // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2023/04/30/na-rabotu-begom>. – Дата доступа: 29.04.2024.

49. Боровой, А. Я ушел с работы в никуда. Белорус рискнул изменить жизнь после 30 [Электронный ресурс] / А. Боровой // Онлайнер. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2023/04/30/virtuoz-kuznes>. – Дата доступа: 29.04.2024.

50. Боярчук, Д. Наша продукция по качеству лучше импортной – Заяц на открытии новой производственной линии на «Спартаке [Электронный ресурс] / Д. Боярчук // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа:

- <https://www.sb.by/articles/rabotaem-s-pribylyu-i-predlagaem-produktsiyu-kotoraya-po-kachestvu-luchshe-importnoy-zayats-.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
51. Воевода, Т. Пытались дотянуть до конца недели на 26 рублей, а теперь живем на 16,7 тысяч в месяц [Электронный ресурс] / Т. Воевода // Онлайнер. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2022/04/22/pytalis-dotyanut-do-konca-nedeli-na-26-rublej>. – Дата доступа: 29.04.2024.
52. Горбатенко, И. К 2026 году Беларусь и Россия создадут малый космический аппарат и два наноспутника [Электронный ресурс] / И. Горбатенко // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/perspektivy-kosmicheskie20.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
53. Гурова, Ю. Денег мало, уходят быстро. Сколько тратит в месяц студент столичного вуза? [Электронный ресурс] / Ю. Гурова // Онлайнер. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2024/04/11/traty-studenta-v-mesyac>. – Дата доступа: 29.04.2024.
54. Данилович, А. «Как сделать ремонт, когда цены растут каждый день, а выбор товаров все меньше? Советы дизайнера [Электронный ресурс] / А. Данилович // Онлайнер. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2022/05/02/kak-sdelat-remont-sovety-dizajnera>. – Дата доступа: 29.04.2024.
55. Деменков, И. История шахматиста, который вышел на ринг и побил всех боксеров [Электронный ресурс] / И. Деменков // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2022/05/02/istoriya-shaxmatista-kotoryj-vyshel-na-ring-i-pobil-vsex-bokserov-2>. – Дата доступа: 29.04.2024.
56. Кажуро, А. За одну аварию меня наказывают дважды. И при этом все по закону [Электронный ресурс] / А. Кажуро // Онлайнер. – Режим доступа: <https://auto.onliner.by/2024/04/15/dvoynoe-nakazanie>. – Дата доступа: 29.04.2024.
57. Каспер, А. Люди с ограниченными возможностями никогда не остаются один на один со своими проблемами – Седельник [Электронный ресурс] / А. Каспер // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/lyudi-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-nikogda-ne-ostayutsya-odin-na-odin-so-svoimi-problemami-sedel.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
58. Конога П. У вашего Президента мощная команда. Взяли и сделали! Что впечатлило губернатора Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] / П. Конога // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/u-vashego-prezidenta-moshchnaya-komanda-vzyali-i-sdelali-cto-vpechatlilo-gubernatora-sankt-peterbur.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
59. Конон, Н. Вспаши 15 соток – вспотеешь однозначно». Как выбрать мотоблок и чем он отличается от культиватора [Электронный ресурс] / Н. Конон // Онлайнер. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2023/04/29/kak-vybrat-motoblok-i-kultivator>. – Дата доступа: 29.04.2024.

60. Кравченко, С. Брыло: география поставок белорусской продукции расширяется, проблем с логистикой нет [Электронный ресурс] / С. Кравченко // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/brylo-geografiya-postavok-belorusskoy-produktsii-rasshiraetsya-problem-s-logistikoy-net.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
61. Кузьмич, М. Спецкор АТН Белтелерадиокомпании – о победе над тяжелым недугом, любимой работе и смысле жизни [Электронный ресурс] / М. Кузьмич // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/nasha-kraina-vasablyae-sabe-vobraz-matuli.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
62. Леонович, Ю. Гендиректор Большого театра Беларуси Екатерина Дулова – о планке и «звездах» [Электронный ресурс] / Ю. Леонович // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/vremya-p64ervykh.html> – Дата доступа: 29.04.2024.
63. Леонович, Ю. Политический обозреватель Илона Красутская – о ритме жизни, системе стандартов и защитных механизмах [Электронный ресурс] / Ю. Леонович // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/politicheskij-obozrevatel-ilona-krasutskaya-o-ritme-zhizni-sisteme-standartov-i-zashchitnykh-mekhani.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
64. Маниту, С. Tinder с проверкой на инцест, селедка в сахаре и летающие батуты. Белоруска о жизни в Исландии [Электронный ресурс] / С. Маниту // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2023/05/02/zhizn-v-islandii>. – Дата доступа: 29.04.2024.
65. Мелеховец, Д. Остался только пепел. Белорус ушел с работы пораньше и теперь должен \$2 миллиона [Электронный ресурс] / Д. Мелеховец // Онлайнер. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2020/02/21/2-milliona>. – Дата доступа: 29.04.2024.
66. Наумова, А. Заядлые туристы Саприковы из Витебска знают толк в крутых местах Беларуси [Электронный ресурс] / А. Наумова // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/zarisovka-na-pamyat.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
67. Прокопьева, О. Мотивы не имеют правового значения. Белоруска пыталась в суде оспорить кредит, взятый на нее мошенниками [Электронный ресурс] / О. Прокопьева // Онлайнер. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2023/05/02/beloruska-pytalas-v-sude-osporit-kredit>. – Дата доступа: 29.04.2024.
68. Ружечка, А. Тварь я дрожащая или право имею? Почему люди редко просят о повышении и как это сделать правильно [Электронный ресурс] / А. Ружечка // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2021/11/29/pribavka-k-zarplate>. – Дата доступа: 29.04.2024.

69. Сайко, В. Насквозь промокшие кеды спустя час и сильная усталость. Устроилась работать на автомойку [Электронный ресурс] / В. Сайко // Онлайнер. – Режим доступа: <https://auto.onliner.by/2023/05/03/ustroilas-rabotat-na-avtomojku>. – Дата доступа: 29.04.2024.
70. Спевак, Д. Наши везут друзьям гречку, сало, колбасы и зефир». Белорус о зимовке на Шри-Ланке [Электронный ресурс] / // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2022/02/16/belorus-o-zimovke-na-shri-lanke>. – Дата доступа: 29.04.2024.
71. Старавойтова, Д. Психолог рассказал, что делать, если ребенок растет злопамятным и мстительным [Электронный ресурс] / Д. Старавойтова // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/psikholog-rasskazal-chto-delat-esli-rebenok-rastet-zlopamyatnym-i-mstitelnym.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
72. Сухаревич, К. В Минске предложили зарплату 700 рублей – для меня это дико» Девушка год ищет работу [Электронный ресурс] / К. Сухаревич // Онлайнер. – Режим доступа: <https://money.onliner.by/2021/07/19/devushka-god-ishhet-rabotu>. – Дата доступа: 29.04.2024.
73. Хохлов, А. Сад хорош всегда, но особенно прекрасен в пору цветения – главный рассветовский технолог Елена Юрковец [Электронный ресурс] / А.Хохлов // СБ. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/chtoby-zhit-s-sada-nado-zhit-v-sadu.html>. – Дата доступа: 29.04.2024.
74. Щирий, Т. Соцреализм в Советской Белоруссии. Как это понимать и какие произведения считаются шедеврами [Электронный ресурс] / Т. Щирий // Онлайнер. – Режим доступа: <https://people.onliner.by/2022/07/14/razgovor-s-alesem-rodinym>. – Дата доступа: 29.04.2024.