

**БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ
Факультэт журналістыкі**

**ФІЛАСОФІЯ НАЦЫЯНАЛЬнай
МЕДЫЯПРАСТОРЫ
(да 110-годдзя выхаду газет
«Наша доля» і «Наша ніва»)**

**Мінск
2016**

УДК
ББК

Пад агульнай рэдакцыяй
кандыдата філалагічных навук дацэнта
Д.М. Драздова

Р е ц е н з е н т ы:

Т.М. Дасаева, доктар філалагічных навук, прафесар
(Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт)

Г.К. Тычко, доктар філалагічных навук, прафесар
(Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт)

Філасофія нацыянальнай медыяпрасторы (да 110-годдзя выхаду газет «Наша доля» і «Наша ніва»): матэрыялы Рэспубл. навук.-практ. канф., 21 кастр. 2016 г., Мінск / пад агул. рэд. канд. філал. навук дацэнта Д.М. Драздова. – Мінск : БДУ, 2016. – 176 с.

У зборнік уключаны актуальныя даследаванні гісторыі і сучаснай практыкі функцыянавання нацыянальнай інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь. На разнастайным эмпірычным матэрыяле з выкарыстаннем аб'ектыўных тэарэтычных падыходаў айчынныя і замежныя навукоўцы аналізуюць гістарычную ролю першых беларускамоўных газет у развіцці тэорыі беларускай дзяржаўнасці, іх уплыў на сучасныя метады журналісцкай творчасці, функцыянаванне новых медыя і сістэмы беларускіх СМІ ў цэлым.

Прызначаецца для даследчыкаў гісторыі, тэорыі і практыкі масавай камунікацыі, студэнтаў, магістрантаў, аспірантаў і выкладчыкаў журналісцкіх спецыяльнасцей, супрацоўнікаў сродкаў масавай інфармацыі.

УДК
ББК

© Факультэт журналістыкі, 2016

ПРОБЛЕМАТИКА «СЕЛЬСКОЙ ГАЗЕТЫ» В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях коммерциализации журналистской деятельности, наличия на мировом рынке крупных медиаигроков возрастает значение связующей силы, которая смогла бы консолидировать общество и направить по пути социально-экономического развития. Идеология как система идей, целей, ценностей, программ развития, решающая возникающие на этом пути проблемы, отражающая интересы общества, имеет огромное значение в формировании сильной процветающей страны. «Обогащенное идеологией белорусской государственности информационное пространство Беларуси является одним из сильнейших институтов формирования гражданского общества» [3, с. 59].

В коллективной монографии «Судьба белорусской провинции» отмечается, гражданское общество в глубинке очень слабо развито [4, с. 168]. Это показали ответы респондентов на вопрос «Насколько важны для вас следующие права и свободы?»: только для 6,3 % важно право участвовать в митингах, забастовках и акциях протеста, для 13,3% свободно вступать в разные партии, движения, союзы [4, с. 168]. Настораживает тот факт, что по результатам социологических опросов только 3,2 % сельчан видят своих защитников в общественном объединении, 6,8 % в профсоюзе, 7,7 % – в СМИ [4, с. 170]. В связи с этим в процессе интеграции сельского населения в активную общественную жизнь всего государства, в решении его проблем роль такого специализированного издания, как «Сельская газета», возрастает.

Редакция не только стремится отразить политику, проводимую в государстве, базирующуюся на социально ориентированной модели рыночной экономики, но и дать оценку происходящему. В конце 2015 г. был утвержден перечень государственных программ на 2016–2020 гг., направленных на достижение приоритетов социально-экономического развития. Редакция «Сельской газеты» активно освещала их содержание. Так, в номере за 14 апреля 2016 г. различные аспекты новых государственных программ рассматривались в трех материалах. В двух из них упоминается проект Программы социально-экономического развития на ближайшие пять лет, который должен утверждаться на Всебелорусском собрании. В аналитической публикации «Брачный возраст на пользу демографии» автор рассуждает о причинах роста рождаемости в нашей стране за последние 10 лет и приходит к выводу: «Национальная программа демографической безопасности на

2011–2015 годы, программа «Большая семья», пособия по рождению, родам и уходу за ребенком до трех лет, льготные кредиты на строительство жилья для многодетных, введение материнского капитала и прочие бонусы – все это не прошло бесследно, а достигло желаемой цели». Журналист считает, что новая Государственная программа «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь на 2016–2020 гг.» продолжит эффективную работу в данном направлении (Сельская газета, 2016, 14 апр.).

До конца 2015 г. завершились следующие пятилетние программы – Национальная программа демографической безопасности на 2011–2015 гг., Государственная программа устойчивого развития села на 2011–2015 гг., Комплексная программа соцобслуживания на 2011–2015 гг. и др. На СМИ здесь возлагается контролирующая функция. Показательный в этом плане пример – аналитическая публикация «Сельской газеты» в трех частях «Кошмарное дело». В нескольких номерах журналистом представлена информация о том, почему Республиканская программа развития овцеводства на 2013–2015 гг. не была выполнена. Автор указывает на проблему: «Овечью шерсть приходится закупать за границей, валенки нам предлагают китайского производства, а хорошая баранина на прилавках магазинов – дефицит» (Сельская газета, 2016, 12 апр.) В серии материалов рассказывается о том, почему неэффективно используются выделенные деньги, смогут ли в Беларуси удовлетворить спрос на продукцию овцеводства, что нужно сделать, чтобы решить проблему.

Особенно показательным в плане осмысления действительности журналистами «Сельской газеты» был яркий на социально-политические и экономические события 2015 год, когда заканчивались многие пятилетние госпрограммы, проходили выборы Президента Республики Беларусь, непростой оставалась экономическая ситуация, назрели серьезные изменения в законодательстве в области социальной защиты населения, и все это сопровождалось напряженной обстановкой в экономическом и политическом планах на мировой арене.

Так, с января по март 2015 г. вышло восемь публикаций, посвященных экспорту белорусской продукции, ее продвижению и диверсификации. Руководителям нельзя сидеть в кабинетах, нужно искать свои ниши и драться за них, говорится в публикации «Затраты (в цене) наши тяжкие» (Сельская газета, 2015, 14 февр.). Здесь же автор обращает внимание на проблему конкурентоспособности белорусской сельскохозяйственной продукции – цены на нашу продукцию выше, чем в странах Европейского Союза, поскольку урожайность ниже, расход топлива на гектар у нас выше. Отдельно три публикации посвящены ограничению поставок белорусской продукции Россельхознадзором. Обе страны только теряют из-за политического «пинг-

понга», говорится в публикации «Говяжий тайм-аут» (Сельская газета, 2015, 5 февр.), написанной по поводу снятия ограничений поставок в Россию продукции белорусских мясокомбинатов.

Большое внимание редакция «Сельской газеты» уделяет развитию определенных отраслей. По вопросам молочного производства с января по март 2015 г. вышло шесть публикаций. Некоторые из проблем, которые часто поднимает издание, отражены в итоговом за 2014 г. материале «Мясо и молоко выгодно. Но не всем» (Сельская газета, 2015, 3 февр.). Автор говорит, что от построенных молочно-товарных комплексов нет должной отдачи, за три года ни одна область не выполнила заданий программы развития молочной отрасли, из-за недобора молока хозяйства теряют большие суммы. Рекомендуются уделять внимание качеству кормов, уходу за животными, чему есть и научное обоснование. Как правильно заботиться о животном, рассказывается в публикации просветительского плана «Корова нездорова. У нее мастит» (Сельская газета, 2015, 19 февр.).

Наболевшим для тружеников села является вопрос с выплатой и без того низких в сельскохозяйственной сфере зарплат. За февраль 2015 г. представлено 6 публикаций на эту тему. 28 февраля 2015 г. этой проблеме посвящена тематическая полоса. Материал Ирины Германович «Есть ли жизнь без зарплаты? Оказывается, есть...» выделен жирным шрифтом: «На 1 февраля 277 организаций имели просроченную задолженность по заработной плате на сумму более 170 миллиардов рублей. Среди должников – большинство сельхозпредприятия... За общими цифрами – конкретные примеры. Своевременно не выплачена зарплата работникам ОАО «Любанский райагро-сервис»: просрочка более полутора месяцев...» (Сельская газета, 2015, 28 февр.). Автора беспокоит и то, что в агропромышленном комплексе немало нарушений трудового законодательства. Заканчивается материал словами министра труда и соцзащиты Марианны Щеткиной: «Все-таки, несмотря на разные причины, руководители обязаны выплатить заработную плату, иначе – законом установлена ответственность». Приведенные примеры подтверждают высказывание профессора О.Г. Слукчи: «Официальные СМИ будут эволюционировать в своем содержании к более критическому анализу и общественному контролю государственных органов, что способствует их эффективной деятельности» [2, с. 296].

Редакция «Сельской газеты» занимает свою место среди республиканских периодических изданий благодаря направленности на аграрный сектор экономики, сельскую жизнь. Вместе с тем, в газете присутствует отражение главных событий и изменений, происходящих в стране – Выборы депутатов Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь, Всебелорусское народное собрание, изменения в пенсионном

законодательстве и др. И здесь редакция продолжает поиски нестандартных ракурсов и форм подачи материалов, ищет темы, которые бы наталкивали власть на важные решения. Максимальная объективность медиа и то, каким образом они будут выстраивать общение с читателями, как будут вникать в проблемы простых людей, не только поднимает их рейтинг, но и облегчает работу власти.

Литература

1. Слука, А.Г. Ідэалагічная эвалюцыя беларускай камунікацыі / А.Г. Слука // Слова ў кантэксте часу : да 85-годдзя прафесара А.І.Наркевіча: зб. навук. прац; пад агул. рэд. В.І. Іўчанкава. У 2-х т. Т. 1. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2014. – С. 290–296.
2. Слука, О.Г. Идеология информационного пространства Республики Беларусь / О.Г. Слука // Весн. БГУ. Сер. 4, Филология. Журналистика. Педагогика. – 2010. – № 2. – С. 56–60.
3. Судьба белорусской провинции : социологический анализ / Р.А. Смирнова [и др.]; под общ. ред. Р.А. Смирновой. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 435 с.

Ганна Басова

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МЕСЦА НЕВЕРБАЛЬНАЙ КАМУНІКАЦЫІ Ў СІСТЭМЕ СУЧАСНАЙ МЕДЫЯАДУКАЦЫІ

Медыяадукацыя як працэс развіцця і самаразвіцця асобы пры дапамозе і на матэрыялах сродкаў масавай камунікацыі фарміруе культуру камунікацыі, уменне адпаведным чынам успрымаць, крытычна асэнсоўваць, інтэрпрэтаваць медыятэксты з мэтай пашырэння агульных, сацыякультурных і прафесійна значных ведаў, камунікатыўных і творчых здольнасцей. Праблема камунікацыі з’яўляецца адной з цэнтральных для гуманітарных даследаванняў і гуманітарных дысцыплін пачынаючы з другой паловы ХХ стагоддзя. Узнікненне кібернетыкі і пранікненне цесна звязанай з ёй тэорыі інфармацыі ў гуманітарныя навукі выклікалі значную ўвагу да камунікатыўнай праблематыкі, якая разглядалася ў даным выпадку з гледжання арганізацыі кадзіравання інфармацыі і тэхнік яе трансляцыі. З другога боку, інтэнсіўнае развіццё сацыялогіі і шэрагу новых арыентаваных на вывучэнне сацыяльнай агульнасці дысцыплін, такіх як паліталогія і культуралогія, запатрабавала значнай увагі да камунікатыўнага аспекту міжасобнага ўзаемадзеяння. У сувязі з агульнай цікавасцю да даследавання камунікацыі ў пачатку 50-х гг. ХХ ст. пачынаецца вывучэнне невербальнай камунікацыі, якое стымулявалася адкрыццём інфармацыйных функцый цела ў псіхіятрыі, псіхааналізе і антрапалогіі.

Масмедыя ўжо даўно сталі адным з кампанентаў псіхасацыяльнага асяроддзя існавання чалавецтва. Яны прэтэндуюць на ролю вельмі магутнага фактара фарміравання светабачання асобы і каштоўнаснай арыентацыі грамадства. Ім належыць лідарства ў галіне ілэалагічнага ўздзеяння на грамадства і асобу. Як вядома, свет культуры журналіста з'яўляецца полісістэмным: ён уключае прафесійную, прававую, маральна-этычную і псіхалагічную культуры. Аснова псіхалагічнай культуры журналіста – гэта псіхалагічныя веды, якія акумуляуюцца міждысцыплінарным прадметам – псіхалогіяй журналістыкі. У гэтай даволі маладой галіне журналісцкай навукі асабліва ўвага надаецца вывучэнню працэсу ўзаемадзеяння, у аснове якога – зносіны, камунікацыя, бо, як вядома, камунікацыя для журналіста – «натуральнае асяроддзе існавання». Працэс камунікацыі вызначаецца тэхналогіяй, характарыстыкамі адправіцеля і атрымальніка, іх культурным кодам, пратаколам камунікацыі і мэтамі. Значэнне можа быць зразумелае толькі ў кантэксце сацыяльных, прафесійных узаемаадносін ці мэтанакіраванай дзейнасці, дзе адбываецца камунікацыя. Зносіны вызначаюцца як складаны, шматпланавы працэс усталявання і развіцця кантактаў паміж людзьмі і ўключаюць у сябе наступныя працэсы: камунікацыю (абмен інфармацыяй), інтэракцыю (абмен дзеяннямі, выпрацоўку адзінай стратэгіі ўзаемадзеяння) і сацыяльную перцэпцыю (успрыманне і разуменне іншага чалавека). Па сістэме сродкаў выражэння адрозніваюць два асноўныя спосабы зносін: вербальны (слоўны) і невербальны (пазамоўны).

Для таго каб правільна ўспрымаць, разумець і тлумачыць падзеі і факты, што адбываюцца, журналісту неабходна ўлічваць як вербальныя, так і невербальныя сігналы, паколькі мова жэстаў, мова слоў і ўнутраны свет чалавека ўзаемазвязаны. Такім чынам, неабходнасць выкладання і вывучэння невербальнай камунікацыі тлумачыцца высокай прагматычнай значнасцю невербальных сродкаў у практычнай журналісцкай дзейнасці.

Акрамя таго, неад'емным складнікам сучасных рэалій выступае і міжкультурны кантэкст, паколькі рэалізацыя шляхоў паспяховай камунікацыі прадстаўнікоў розных краін шмат у чым залежыць ад засваення «чужых кодаў», ад зацікаўленасці і адаптацыі да іх. Выхаванню міжкультурнай кампетэнтнасці, усведамленню асаблівасцей роднай культуры і чужых культур, здольнасці да змены перспектывы, выпрацоўцы навыкаў паводзін, распазнавання стэрэатыпаў і працы з імі садзейнічае міжкультурнае навучанне. Навучанне невербальнай камунікацыі ў міжкультурных зносінах скіравана на асэнсаванне культурнай спецыфікі чалавечых паводзін у цэлым, асэнсаванне сістэмы арыентацыі, характэрнай для роднай культуры, асэнсаванне значэння культурных фактараў у камунікатыўным узаемадзеянні.

Неабходна ўлічваць і той факт, што несупадзенне сімвалаў невербальнай камунікацыі можа аказваць уплыў на эфектыўнасць міжкультурнага і міжасобаснага ўзаемадзеяння. Вопыт пагрузэння ў іншы культурны кантэкст дазваляе ўбачыць асаблівасці невербальных сістэм камунікантаў, дзе яўна супрацьпастаўляюцца значэнні многіх сімвалаў, што выяўляецца ў несупадзенні шэрагу сэнсаў:

- паралінгвістычных характарыстык: гучнасці, танальнасці, хуткасці маўлення і інш.;
- мовы цела: жэстаў, выразу твару, позы і інш.;
- кантэксту камунікацыі: знешняга выгляду, кінетычных і праксемічных параметраў і інш.;

а таксама:

- асобных характарыстык;
- псіхалагічнага напружання і стомленасці, якія не кантралююцца чалавекам;
- адсутнасцю папярэдняга вопыту пагрузэння ў іншае культурнае асяроддзе.

Значыць, разуменне ролі невербальных сімвалаў у працэсе міжкультурных узаемадзеянняў, іх вывучэнне садзейнічаюць эфектыўнай міжкультурнай і міжасобаснай камунікацыі.

Мэта курса па невербальнай камунікацыі ў журналістыцы – закласці асновы камунікатыўнай кампетэнтнасці будучых спецыялістаў сродкаў масавай камунікацыі – выпускнікоў Інстытута журналістыкі БДУ, пазнаёміўшы іх з асновамі невербальнай камунікацыі. У адпаведнасці з мэтай курса ставяцца наступныя задачы:

- выпрацаваць здольнасць да правільнай інтэрпрэтацыі розных відаў камунікатыўных паводзін праз асноўныя знакавыя сістэмы невербальнай камунікацыі;
- развіць у студэнтаў культурную ўспрымальнасць;
- сфарміраваць уменні і навыкі выкастання набытых ведаў у канкрэтных сітуацыях міжкультурнага і міжасобаснага ўзаемадзеяння.

Прадметам курса з'яўляецца міжкультурная камунікацыя як цэласны аб'ект даследавання ў сацыяльных, цывілізацыйных, этнапсіхалагічных і іншых аспектах і яе віды. Праграма ўключае практычныя заняткі і прадугледжвае шырокае кола пазааўдыторных заданняў з мэтай павышэння кампетэнцыі студэнтаў. У межах курса студэнтам неабходна засвоіць набор невербальных кодаў, распрацаваных у межах ключавых навуковых кірункаў, пазнаёміцца з працэсамі невербальных зносін у розных лінгвакультурах, акрэсліць патэнцыйныя праблемы ў невербальнай камунікацыі і магчымасці іх аптымізацыі, а таксама навучыцца адрозніваць па знешніх прыкме-

тах эмоцыі і дыферэнцыраваць асобныя камунікатыўныя невербальныя сігналы з тым, каб лепш разумець іншых, а ў выніку – і сябе. Невербальныя паведамленні здольны перадаваць значную інфармацыю. Вывучэнне элементаў невербальнай камунікацыі таксама дапамагае лепш зразумець спосабы, з дапамогай якіх выражаецца міжкультурны і міжасобны сэнс паведамлення. У гэтым рэчышчы найбольш істотнай асаблівасцю невербальнай камунікацыі з’яўляецца тое, што яна ажыццяўляецца з дапамогай усіх органаў пачуццяў: зроку, слыху, абаняння, смаку, кожны з якіх утварае свой канал камунікацыі. На падставе слыху ўзнікае акустычны канал невербальнай камунікацыі, па ім паступае паравербальная інфармацыя. На падставе зроку складваецца аптычны канал, па якім паступае інфармацыя пра міміку, рухі цела і позу чалавека (кінесіка). Прасторавую арыентацыю камунікацыі вывучае праксеміка. На падставе дотыку працуе тактыльны канал (такесіка), на падставе абаняння – альфактацыя. Да невербалікі таксама адносіцца разуменне і выкарыстанне часу – хранеміка і інш. Усе элементы невербальнай камунікацыі цесна звязаны паміж сабой і могуць як узаемна дапаўняць адзін аднаго, так і ўступаць у прэрэчанне адзін з другім.

Усё гэта сведчыць пра тое, што гэтаму кампаненту камунікацыі неабходна надаваць больш увагі, паколькі невербальныя зносіны займаюць важнае месца ў працэсе камунікацыі, часам перадаючы сумоўцу больш інфармацыі, чым тая, што перадаецца вербальным спосабам, паколькі невербальная перадача інфармацыі здольная значна ў большай ступені, чым вербальны кантэнт, уздзеянчаць на свядомасць і ўспрыманне аўдыторыі. Таму невербальны кампанент зносін з’яўляецца асабліва важным аспектам пры фарміраванні міжкультурнай кампетэнцыі ў сістэме сучаснай медыяадукацыі.

Сергей Венидиктов

*Могилевский институт Министерства внутренних дел
Республики Беларусь*

МЕДИЙНАЯ ГРАЖДАНСТВЕННОСТЬ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ

В условиях, когда межсубъектные отношения становятся опосредованными и предопределенными деятельностью акторов медиасферы, а социальная дистанция перестает быть фактором дезинтеграции, развитие гражданской коммуникации зависит от функционирования механизмов доступа граждан к источникам информации и от наличия компетенций ее использования. «Обывательский» уровень информационной грамотности оказывается недостаточным для самостоятельного конструирования реальности,

предопределяющей модели поведения в обществе. Развитие гражданской коммуникации в таком случае напрямую связано с формированием нового типа гражданственности – «медийной».

Понятие медийной гражданственности в научном дискурсе является новым, первоначально оно получило распространение в западной социологии. В русскоязычном пространстве данное понятие употребляется исключительно в контексте проблемы формирования новых видов отношений общества и государства, эпизодически упоминается в диссертационных исследованиях, не получая детальной проработки.

Существенным компонентом нового типа гражданственности становится информационный, отражающий сформированность в сознании индивидов медийного образа государства, устойчивость этого образа к стихийным и преднамеренным искажениям, а также избирательность в восприятии и трактовке сообщений СМИ. И если основополагающим элементом гражданского поведения является активность (политическая, социальная, экономическая и т. д.), то в случае с медийной гражданственностью речь следует вести об активности и сознательности в осуществлении т. н. информационного выбора (фильтрации информационных потоков в соответствии с субъективными предпочтениями).

В Фесской Декларации о медийной и информационной грамотности 2011 г. информационная компетентность связывается с развитием гражданственности: «медиаинформационная грамотность имеет особое значение для социального, экономического и культурного развития, улучшает качество жизни человека, воспитывает его гражданственность» [2, с. 36]. Как утверждает ИИТО ЮНЕСКО, отношение современного индивида к информации наполняет новыми смыслами аксиологическую структуру гражданственности: «Первое место в новой системе ценностей, опирающейся на медийную и информационную грамотность, занимает защита свободы личности. Вторым по значимости является конструктивный открытый диалог: способность <...> генерировать качественную информацию, критически оценивать эту информацию и управлять принятием решений. <...> Следующая в ряду ценностей – идея активной, коммуникативной демократии» [3, с. 137].

Мы убеждены, что посредством изменения характера потребления массовой информации можно коренным образом изменить восприятие политической сферы, т. к. отношения граждан к политике и к политикам формируются ныне дистанционно: они обусловлены медийными образами, не соответствующими ни реальности, ни ожиданиям большинства. Значительная часть СМИ избегает содержательных формулировок ценностного и идейного направления при анализе политической сферы. Имеющие по-

литический контекст темы (экология, деятельность третьего сектора и т. п.) нередко оказываются исключенными из коммуникационного дискурса как не соответствующие запросам «усредненной аудитории». Отсутствие критического мышления, предопределенное пробелами в образовательной системе, приводит к формированию психологии «информированного потребительства» политического продукта. Боязнь и нежелание участвовать в политике становится фактором нарушения коммуникационного процесса в структурах гражданского общества. Поэтому развитие медийной гражданственности аудитории СМИ призвано формировать умение вести диалог в процессе взаимодействия гражданского общества и государства, необходимый для принятия коллективных согласованных решений. Участие граждан может выражаться в обсуждении (приводит к формированию общественного мнения), вовлечении (участие в решении социально важных проблем), организации (объединение граждан с целью изучения того или иного вопроса или осуществления проекта).

Понятие медийной гражданственности актуализируется в условиях формирования единого мирового политического, экономического и информационного пространства. Доставляемая ныне массовой аудитории информация имеет вид «обработанной реальности», не соответствующей оригиналу; умалчивание, фрагментация, искусственное конструирование событий в мировой инфосфере становятся нормой. Перед рядовым потребителем встает закономерный вопрос: чему верить и как действовать? В ситуации, когда противостояние вооруженное сменяется противоборством информационным, когда значимость событий определяется исключительно форматом их отображения в СМИ, а национальная принадлежность и гражданская позиция – экономическими выгодами, развитие медийной гражданственности становится для государства стратегической задачей, от решения которой зависит преодоление названных противоречий.

Возникающий в этой связи вопрос о ресурсах формирования медийной гражданственности является дискуссионным. Мы к таковым относим:

- 1) образовательную среду, в которой предусмотрено наличие курсов медиаграмотности (на различных ступенях обучения), подготовленных с учетом национальной информационной модели;
- 2) медиасферу, включающую в себя контент всех видов СМИ и осуществляющую стихийное воздействие на гражданственность аудитории;
- 3) социальное окружение индивида, формирующее субъективированную среду распространения медиасообщений;
- 4) политическую реальность, предопределяющую отношение граждан к предоставляемой СМИ информации и испытывающую последствия информационного выбора аудитории;

5) институты гражданского общества, жизнеспособность которых во многом зависит от устойчивости информационной сферы и которые формируют тип гражданского поведения;

6) идеологический климат в социуме, позволяющий говорить о таких категориях, как патриотизм, гражданственность, правовая и гражданская культура, как о зримых феноменах общественной жизни [1].

Как видим, среди ресурсов медийной гражданственности выделяются три категории. К первой относятся ресурсы, участвующие в создании информационных потоков (медиафера), ко второй – регулирующие информацию и вносящие в нее искажения (политическая сфера, гражданское общество), к третьей – вносящие упорядоченность в медиасреду и конструирующие информационную реальность (образовательная система, идеологическая сфера). Их деятельность может быть конструктивной только при условии единства приоритетов всех акторов политической сферы. Также необходимо учитывать значительную роль в формировании медийной гражданственности стихийных факторов (влияния социальной среды, фрагментированности сообщений и ритуализации событий в СМИ и др.). Их влияние обратно пропорционально уровню развития в обществе медиакультуры, образующей базис для медийной гражданственности.

Таким образом, при анализе нового типа отношений между обществом и государством в информационной сфере приобретает особую актуальность понятие медийной гражданственности, которое предопределяет эффективность этих отношений с позиции политических потребностей, а также указывает перспективное направление для реформирования и развития образовательной среды в условиях медиатизации социального пространства.

Литература

1. Венидиктов, С.В. Медийная гражданственность и угрозы глобализации / С.В. Венидиктов // Гражданственность личности в условиях изменяющегося мира: от протестной к созидательной активности: Сб. науч. статей Международной науч.-практ. конф. 14 – 15 мая 2015 г. ; редкол.: С. И. Беленцов (отв. ред.) [и др.]; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2015. – С. 44–47.
2. Жилавская, И.В. Медиаинформационная грамотность как новая грамотность информационного общества / И.В. Жилавская // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. – № 4. – С. 35–45.
3. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: монография / Под ред. Б. Дендева – М. : ИИТО ЮНЕСКО, 2013. – 320 с.

**РУБРЫКА «ПАШТОВАЯ СКРЫНКА»
Ў ГАЗЕЦЕ «НАША НИВА» (1906–1911):
ПАКАЗАЛЬНІК ГЕАГРАФІЧНЫХ ПУНКТАЎ І ІМЁНАЎ**

Для друкаваных сродкаў масавай інфармацыі надзвычай важнай з’яўляецца зваротная сувязь з чытачом. Менавіта забеспячэнне адэкватнага фідбэку дазваляе ўдасканалваць выданне, найлепшым чынам улічваць запатрабаванні мэтавай аўдыторыі, аналізаваць яе прыярытэты, весці за сабой.

Першыя беларускія выданні XX ст. плённа працавалі на гэтым шляху. Абазначанай праблеме прысвечаны некаторыя дследаванні апошніх гадоў. Ускосна – у сувязі з аналізам літаратурнай крытыкі ў газеце «Наша Ніва» – працу рубрыкі «Паштовая скрынка» разглядае П. Абрамовіч (артыкул «Літаратурная крытыка ў «Нашай Ніве» ў 1906–1910 гады») [1]. Глобальна – у кантэксце ідэйнага адзінства медыя і чытача – даследуе ўзаемадачыненні рэдакцыі і аўдыторыі Т. Студзенка (артыкул «“Наша Ніва” (1906–1915) і яе чытач: вопыт яднання») [2].

Звузім фокус нашага даследавання да аналізу рубрыкі «Паштовая скрынка» ў газеце «Наша Ніва» за 1906–1911 гг., зрабіўшы апісанне псеўданімікі, крыптанімікі, географіі распаўсюджвання газеты і, адпаведна, абсягаў яе ідэйна-палітычнага ўздзеяння.

Рубрыка «Паштовая скрынка» стала пастаяннай ў 1907 годзе. (У нумарах за 1906 г. бачым толькі аднабаковую камунікацыю з чытачом – праз звароты рэдакцыі, аб’явы і інш.) Аддзел ліставання працаваў на старонках выдання перыядычна – ад 6 тыдняў запар у 1908 г. да 21 тыдня перапынку ў 1911 г. і нерэгулярна – ад 10 да 18 раз на год: у 1907 г. – 10 разоў, у 1908 – 14, у 1909 – 18, у 1910 – 11, у 1911 – 13.

Рэдакцыя неаднаразова выбачалася перад карэспандэнтамі і аўтарамі за немагчымасць аператыўна змясціць адказ на допіс. Так, напрыклад, у № 6 ад 1908 г. чытаем: «Нашым песьняром і пісарам: ўсе матэрыялы, што прысылаюцца ў «Нашу Ніву», часам ня скоро друкуецца; але гэта не значыць, што яны ня будуць друкавацца саўсім. Трэба ўсё прымяркаваць, апрацаваць. Не бядуіце и прысылайце далей! Адна рэч не падыходзіць к аднаму нумэру, за тое другая падойдзе».

Пад рубрыку традыцыйна адводзілася друкаваная плошча на восьмай паласе аб’ёмам каля тысячы знакаў. У 1907–1910 гг. напаўненне рубрыкі было аднастайным паводле формы: некалькі адказаў традыцыйнай структуры «назва географічнага пункта з указаннем павета, губерніі – адрасат (імя, псеўданім або крыптанім) – паведамленне».

Дзеля магчымасці далейшай навуковай работы з ліставаннем газеты «Наша Ніва» дамо алфавітны паказальнік такіх допісаў рэдакцыі – па губернях. Назвы населеных пунктаў пададзены ў адпаведнасці з сучасным напісаннем, каб можна было выкарыстоўваць даныя ў краязнаўчай працы; імёны, псеўданімы і крыптанімы захаваныя ў той форме, якая падаецца ў газеце (у дужках – колькасць зваротаў да падпісчыка, калі больш за адзін).

Адказы на допісы з Віленскай губерні:

- Альшаны Альшанскага павета – А. Зязюлі
Большэнікі (?) – К.К.
Будслаў Вілейскага павета – Янцэ Сцібачу
В.Войштавічы Ашмянскага павета (2) – Сухалету
Валожын Ашмянскага павета (12) – Язэпу, Я. С-у, Аляксандру Медзін-му, Старому Уласу (6), Ст Шапт-каму, Старшаму карэспандэнту, Марціну
Васілішкі Лідскага павета – Я.К., В.Н.
Ваўкалата Віленскага павета – Юган
Вілейскі павет – Антосю Асіне, Доктару, чытацелю-каталіку
Вільня (3) – А.Янк-ой
Воранава Віленскага павета – О.Я.
Лебедзева Віленскага павета – Цікаваму, Дзецюку
Вішнева Ашмянскага павета – Э.Буйлу, Я.Ст-вічу, К.Буйло, Янучонку
Гедзевічы Вілейскага(?) павета – Са-чку
Геранёны Ашмянскага павета – Знаёмаму
Гервяты Віленскага павета – Кра-Кра (2)
Глубокае Дзісенскага павета – Шэндылаю, Сідару
Гудагай Ашмянскага павета – Старому Шляхціцу
Даўгінава Вілейскага павета – Нашаму прыяцелю Вульф, Сосен-у, Сос-ну, С-му,
В. Сос-му, В.С-му, В.Сосенкаму, Сос-каму, Сос-му
Дзісна (2) – Я.Разорэ
Дуніловічы – К.С.
Жалудок Лідскага павета – Януку Р-чу, Земляробу І.Р-чу, І.Р., Землеробу І.Р. і Відугораўшчына Жэлуд вол. Янцэ Землеробу
Ільінск – Янцэ Тутэйшаму, Тутэйшы з-пад Ільінска
Ілья Вілейскага павета – Альфонсу Петр-чу
Камарава – Камару
Карпілаўка Вілейскага павета – Вандзе Л.
Крывазнакі Вілейскага павета – Казіміру Дуб-чу
Леонпаль Дзісенскага павета – Праваслаўнаму Беларусу
Лынтупы Свянцянскага павета – С.Як-чу, Я.
Маладзечна Вілейскага павета (2) – Сельскаму вучыцелю
Мядзел Вілейскага павета – І. Саль
Нецеч Лідскага павета – І. В-ку, беларусом-чытацелём
Пагост каля Даўгінава Вілейскага павета – Мар'явіту
Парадоўшчына Вілейскага павета – Мацею Пож-му
Празарокі Дзісенскага павета – Сідару
Радашковічы Вілейскага павета п. (12) – Крэсіву, Ключне, Клешне (2),

Падпішчыку, Пятрусю Г., Юзе Шчупаку, Карэспандэнту, Чытацелю (2), А-му, Ядвігіну Ш., Ю.С.

Рудзішкі Трощага павета – В.К.

Рукойні – І. Шчыраму, І. Сваему, Юзюку Сваему

Сычэвічы Вілейскага павета – Сцепану Р-зю

Трабы Ашмянскага павета – Р.Скр-су

Хоценчыцы Вілейскага павета – Мікіце Чышчавіку, Сымону Рэпцу, Гаравіку;

Гродзенскай губерніі:

Астремчава Брэсцкага павета – «односельчаніну», чытацелю, Немо

Беласток – Працаўніку

Бельск– Знаёмаму

Бельскі павет – Халімону с-пад Пушчы (3), Карэспандэнту (2)

Быцень Слонімскага павета – Лявону Ш.

Ваўкавыск – Порт-Артуру

Волна Гродзенскага павета – Морш-ку, А.Мур-му

Вялікая Бераставіца Гродзенскага павета – Сцепану

Гарадок Беластоцкага павета – Грыбку (2), Каршуну, Бацьцэ Каршуна, лясніку

Гродзенская губернія – Старому настаўніку

Гродна – Э. Р-ку, Літвіну, Алексюку (2), З.А., Бурч-ку

Жарабілаўка Слонімскага павета – Юстыне

Камёнка – Гузіку, Про-му

Косава – Ф.Л.

Малеч Пружанскага павета – Прыблудзе

Мінкоўцы – Вор-чу

Моўчадзь Слонімскага павета (2) – Юстыне

Оханава Слонімскага павета – Берэнбендзе

Парэчча Слонімскага павета (4) – Беренібендзь, У.Н., І.Н.

Пецярбург – Немо, Халімону, Вучонаму Товараству Гродзенскай г, рускаму

Акадэміку, Ром Скраб Пагаранцы

Супрасль Беластоцкага павета Калонія Пятчыно – Юльяну М.

Шчыты Бельскага павета – Шчытоўцу, Крывяніцу;

Мінскай губерніі:

Астрашыцкі Гарадок Мінскага павета – Янцэ Купале, Грышцы Кажану

Барысаў (3) – Цікаваму, Банадысю, Анне Ст-ч

Бродца– Карэспатэнту

Гарадзішча – Мужыку з-за Нёману

Заслаў і павета – Балеславу Віткоўскаму

Зембін Барысаўскага павета – Р.Зем

Івянец (7) – Апанасу, Тэофілю, Ап., Васільку, Васілю Васільку, Сыну Пятрука

Капыль Слуцкага павета – Чытацельцы, Атрэпьеву, Ф.Шантыру

Корань Гайно-Слабодскай вол. – Невядомаму

Лошыцкая вол. Барысаўскага павета – Банадысю

Ляхавічы Слуцкага павета – Падарожнаму А-ту Пл?-ту

Мар’іна Горка Ігуменскага(?) павета – Гарасім Б-кі

Мінск (9) – Сцяпан Зімны, Дзеду Донісу, Дзеду Дзенісу, Песняру Альбэргу, Галубку (2), Селянцу, С-ву, М.П-аму

Нясвіж (3) – Л.Бра-ому

Палачаны ст. Бол-Седл. ж.д. – Цыпруку

Парэчча і павета – Нелепцэ, Піліпу

Пінскі павет – Вераб'ю

Ракаў Мінскага павета – Каз. Цэхан., К.Ц., Трывдору, Трывору, Сыну Петрука

Рудзенск Ігуменскага(?) павета – А.Г.

Свержань Мінскага павета – Абыватэлю

Свіслач – С.П.

Сенніца Мінск – Дварнюку

Слуцк – К.-К., Ш-ру, Хведару Бусл, В.Груш-м, А.Гаю..., Буслу с-пад Слуцка (2)

Куковічы Слуцкага павета – Л.Лоб-ку

Узда Ігуменскага павета – Ж-чу, Канічу

Хотаевічы – Тэйсінгасу

Цімкавічы – Ф.А.Майкоўскаму

Ялева Слуцкага павета – Вясковаму;

Віцебскай губерніі:

Бабынічы Лепельскага павета – С-пад-Гор Паўлюку

Люцын – Дзядзьцэ Прануку

Росіца Дрысенскага павета – Ант. Ант.

Чашнікі Лепельскага павета – Я.Ж.;

Ковенскай губерніі:

Браслаў Новаалаяксееўскага павета – Е.І.К.

Коўна – Петру Простаму, В.А.Ад-чу, К.Б-ло

Шалтупе – Супрацоўніцам і прыяцелькам Н.Н.;

Магілёўскай губерніі:

Жлобін – ЦішкаГартны

Магілёў (3) – Нашаму Цішцэ Г., Е.Л-ко,

Сянно – Нашэму прыяцелю Ж.

Хоцімск – К.Б.

Чэрыкаў – Ціхінскаму

Ясная Паляна, хут. Сенненскага павета – В.Кор-ву;

З замежжа:

Аўстрыя:

Кракаў – Цётцы

Львоў – украінцу Іларыёну, І.С.

Прага – Рэдактару «Slovanský přehled» (штомес. час; рэд. Адольф Чорны, засн. у кастрычніку 1898. – *І.В.*);

Італія:

Капры – Максіму Горкаму

Неапаль – Пані Гордэ;

Францыя:

Ніцца – Т.Г.;

Нью-Ёрк – З.Дубр-скаму;

З суседніх рэгіёнаў:

Вялікакняжацкая станіца Данскай вол. – Шчыраму, Аль-ну Ол-чу

Дзімітрава (?) – К.К.

Екацерынаслаў – Мац-ру
Кіеў – С.По-ну
Лібава – Дзежко
Майорэнгоф – Васілю Васільку
Пскоў – Янцы Казакову
Рыга – Э.Б-ко, Грынцу (2), Герману Гроссэту, Мік. Б-чу
Яраслаў на Волзе – Максіму Б-чу;

Варшаўскай губерніі:

Варшава – Г. Леўчыку
Яблонна– М.Я.

Палтаўскай губерніі:

Брагінцы– З.Аб.
Канстанцінаград – Янку Журбе;

Чарнігаўскай губерніі:

Глухаў (4) – студэнту (1), Януку Журбе (2);

Томскай губерніі:

Канстанцінаўка Томскага павета – Сцепану Дыр-ко;

Табольскай губерніі:

Юшкава, Сібір, Тугулымскай вол. – Тарасу, М.Т-ву, Марк М.Тарсову;

Часам праз калектыўныя допісы імя адрасата апускалася і ўказвалася толькі
геаграфічная назва населенага пункта.

Азярцо Аршанскага павета Магілёўскай губерніі
Аношыкі ля Далгінава Вілейскага павета Віленскай губерніі

Бабруйск

Беразоў Падольскай губерніі

Біняконі Віленскай губерніі

Бранава Слуцкага павета Мінскай губерніі

Буканосава Магілёўскай губерніі

Варшава

Верамейка Вілейскага павета Віленскай губерніі

Гімбуты Лідскага павета Віленскай губерніі

Грэбені Ігуменскага павета Мінскай губерніі

Загацце Б.С. ж.д.

Камянец-Літоўскі

Крэменчуг

Кукуцішкі Свянцянскага павета Віленскай губерніі

Лужкі (2)

Мазырскі павет

Мольнячы Навагрудскага павета Віленскай губерніі

Навагрудак Мінскай губерніі (2)

Неман Лідскага павета

Саколка Гродзенскай губерніі

Свянцянны

Семежава Слуцкага павета Мінскай губерніі

Сімановічы Бабруйскага павета Мінскай губерніі

Сімна Сувалкскай губерніі

Смаргонь Ашмянскага павета Віленскай губерніі
Стародуб
Сэйны Сувалкскай губерніі
Ульпск Віленскай губерніі
Фальковічы Лідскага павета Віленскай губерніі
Філіповічы Мазырскага павета Мінскай губерніі
Хомск Здзітава Слонімскага павета Гродзенскай губерніі
Цудзенішкі Ашмянскага павета Віленскай губерніі
Чанстахова

З 1911 г. геаграфічны прынецп саступае пайменнаму і структура рэдакцыйных адказаў змяняецца: «адрасат (імя, скарачанае або поўнае, крыптанім, псеўданім) – назва геаграфічнага пункта (зрэдку) – паведамленне». Сярод аўтараў-падпісчыкаў гэтага года «Нашай Нівы» бачым лісты (у алфавітным парадку) «Мірко», А.Гаруну, Алесю Гаруну, А.Аўсяніку, А.Зязюлі, А.Мураўск-му, А.Чэрняўскаму, Аніську, Беднаму Васевічу, Беднаму Васевічу, Вороновічу, Гончар-вічу, Гончар-чу, Гончарэвічу, Жыхару, І.К. у Слуцку, К.Буйло, К.Дойнічу, К.Ле-ко, К.Л-чу, К.Наумовічу, Кіеўскім беларусам, М.Арлу, Макасу, Макоўскаму, Мамышу, Олехновічу-Чэркасу, П.П., П.Сьнігіру, Петрашкевічу, Пецельскаму, Р.Зем-чу, Саўцы Кавалю, Старому Верабю, Струскаму, Та-е у Слуцку, Трабскаму мешчаніну, Трычко, Тутэйшаму з Валожына, Ф.Чарнышэвічу, Цве-скаму, Цізан-чу, Юльяну М-вічу, Юстыне, Я.Ф.Дзешко, Язэпу Горбат-му, Януку Д.

Зробленыя паказальнікі закліканы аблегчыць маладым даследчыкам працу па вывучэнні рэдакцыйнага складу, карэспандэнцкай сеткі, аўтарскага саставу, тэрытарыяльнага ахопу «Нашай Нівы», псеўданімікі нашаніўскага перыяду, а таксама кразнаўчых аспектаў.

Літаратура

1. Абрамовіч, П. Літаратурная крытыка ў «Нашай Ніве» ў 1906–1910 гады / П. Абрамовіч // Дзеяслоў. – № 13. – С. 190–196.
2. Студзенка, Т.С. «Наша Ніва» (1906–1915) і яе чытач: вопыт яднання / Т.С. Студзенка // Беларуская думка. – 2010. – № 1. – С. 110–115.

Ірына Герасімчык

Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы

БЕЛАРУСКІЯ НАЦЫЯНАЛЬНА-ПРЭЦЭДЭНТНЫЯ ВЫКАЗВАННІ Ў ТЭКСТАХ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА» (1906–1915)

Адной з асаблівасцей сучаснага медыядыскурсу выступае «глабальная і шматвектарная інтэртэкстуалізацыя» – «насычэнне сэнсавых структур

адных семіятычна-рытарычных сістэм (тэкстаў) элементамі (часткамі), цэлакупнасцямі або сукупнасцямі іншых семіятычна-рытарычных сістэм (тэкстаў)» [2, с. 5]. Арганізацыя інтэртэкстуальных (міжтэкставых) сувязей праз «усвядомленыя vs. неўсвядомленыя, дакладныя vs. пераўтвораныя цытаты ці іншага роду адсылкі да больш ці менш вядомых раней створаных тэкстаў у складзе больш позняга тэксту» [7, с. 17] злучана з феноменам прэцэдэнтнасці. Разуваючы тэрмін *тэкст* у семіятычным сэнсе, Ю. М. Караулаў адзначаў: «Пад прэцэдэнтным тэкстам маецца на ўвазе любая маштабная з’ява пэўнай нацыянальнай культуры, вядомая абсалютнай большасцю яе носьбітаў, і спасылкі, апеляванне да якой адносна часта ажыццяўляюцца ў маўленні носьбітаў, выступаюць зразумелымі, лёгка дэшыфруюцца адрасатам маўлення» [3, с. 155]. У даследаваннях В. У. Красных падкрэсліваецца: «Сам прэцэдэнтны тэкст – феномен вербальны, аднак у кагнітыўнай базе ён захоўваецца як інварыянт свайго ўспрымання, які ўяўляе сабой пэўную сукупнасць мінімізаваных і нацыянальна-дэтэрмінаваных уяўленняў пра прэцэдэнтны тэкст (уключаючы канатацыі, з тэкстам звязаныя). Інварыянт успрымання прэцэдэнтнага тэксту выступае феноменам, які падпадае пад вербалізацыю, таму апеляцыя да прэцэдэнтнага тэксту ажыццяўляецца праз звязаныя з гэтым тэкстам прэцэдэнтныя выказванні ці прэцэдэнтныя імёны» [4, с. 51–52].

Сістэма прэцэдэнтных феноменаў не выступае замкнутай, дакладна зафіксаванай. Уключэнне ў поле прэцэдэнтнасці ўсё новых і новых тэкстаў, назапашванне прэцэдэнтных феноменаў, прыналежных нацыянальнай культурнай традыцыі – працэс гістарычна працяглы. Сістэма нацыянальна-прэцэдэнтных феноменаў ёсць сістэма знакаў нацыянальнай культуры, здольных перадаваць этнакультурную спецыфіку светаразумення і светаўспрымання, нацыянальна-дэтэрмінаванае вобразнае ўяўленне пра свет. Газета «Наша Ніва», што выходзіла ў свет на пачатку ХХ ст., стала першым выданнем у гісторыі беларускай журналістыкі, якое вылучыла аўдыторыю паводле нацыянальнай прыкметы, для тысяч людзей стала першай крыніцай ведаў пра пра сябе як беларусаў. «Практычна ўсё, што рабілася, рабілася з нуля. Пры гэтым не стаяла мэта – стварыць газету. Газета павінна была стварыць Беларусь – краіну і сучасную нацыю» [1], – піша С. Дубавец.

Газета «Наша Ніва» стала той пляцоўкай, дзе «шліфавалася-гартавалася» беларуская мова, а значыць, адзін з тых інструментаў, праз які тагачаснае грамадства мела магчымасць засвойваць культуру. Культурныя міжтэкставыя сувязі выбудоўваліся праз забеспячэнне ўзаемадзеяння паміж тэкстамі на фармальна-семантычным узроўні, уключэнне ў склад аповеду «ўкрапанняў з чужых тэкстаў», што набываюць статус прэцэдэнтных. Аўтарамі, да тэкстаў якіх апелявалі нашаніўцы, былі «*Зьмітрок Бядуля і Францішак Ска-*

рына, Пушкін і песьняр Некрасов, бязьсьмертны украінскі пісьменнік Тарас Шэвчэнка і англіцкі пісьменнік Гэлсуорсі» [6]. Аднак найбольш актыўна аўтары «Нашай Нівы» выкарыстоўвалі ў сваіх тэкстах адсылкі да твораў, прыналежных беларускай літаратурнай творчасці, і такім чынам адзначалі аўтарытэтнае ў адпаведнасці з канцэпцыяй выдання, вылучалі значнае ў тагачаснай камунікацыйнай сітуацыі, наладжвалі сувязь з вопытам папярэдніх пакаленняў, апелявалі да створанага раней, а значыць, забяспечвалі далучэнне аўдыторыі да беларускай культурнай традыцыі. Публікацыі газеты ілюструюць працэс адбору і замацавання ў якасці прэцэдэнтных, а значыць, агульнавядомых і актуальных у пазнавальным і эмацыйным планах тэкставых фрагментаў, што сталі асновай беларускага нацыянальна-прэцэдэнтнага фонду.

Змацаванне ў якасці прэцэдэнтнага на старонках «Нашай Нівы» ажыццяўлялася найперш праз цытаванне тэкставага фрагменту, гэта значыць, аднаўленне фрагменту якога-небудзь тэксту, што суправаджаецца спасылкай на крыніцу. Напрыклад, журналісты актыўна апелявалі да спадчыны Францішка Багушэвіча («*Вось і мы, беларусы, ні маем права пакідаць сваёй мовы, каб не памерці, як казаў Мацей Бурачок*») (Наша Ніва, 1912, № 26), адсылалі да публіцыстыкі Змітрака Бядулі («*Заўсёгды, як прачытаеш яго твор, неяк пачуеш у сабе сьвятую сьмеласьць, ахвоту працаваць да поту дзеля роднай нівы бытцым прачытаўшы Бядулеўскае «Будуйце, браты, будуйце!»*») (Наша Ніва, 1913, № 3)); звярталіся да тэкстаў Францішка Скарыны («*...а праз 23 гады полацкі жыхар Францішак Скарына друкаваў ужо «дзеля лепшаго выразуменья» Біблію на беларуску у Празе (1517 г., пасля у Вільні (1525)) і каля 1563 году у Беларусі друкарская умеласьць была ужо рэччу саўсім звычайнай*») (Наша Ніва, 1914, № 11–12)), падаючы выбраныя цытаты праз графічнае вылучэнне.

Знакавымі ў тагачаснай культурнай сітуацыі станавіліся цытаты з тэкстаў-папярэднікаў, прыналежных фонду старажытнай беларускай літаратуры. Апеляцыя да адзначаных феноменаў абавязкова суправаджаецца ўказаннем імя аўтара апорнага тэксту: «*Каіштэлян Мелешко казаў: «хоць нашая костка аднак сабачым мясам абрасла*») (Наша Ніва, 1913, № 29); «*Змаганьне зягнулося доўга, і ў канцы беларусы страцілі сваю інтэлігенцыю, сваіх правадыроў і сваіх прэдаўнікоў нацыі – баяр, каторыя, мала памалу, як кажэ тагочасны пісьменьнік, «“звычай і абычай свой закінулі, прозвішчы паадменялі і паадрэкаліся свайго народу і мовы”*») (Наша Ніва, 1912, № 41).

Аўтары «Нашай Нівы» выкарыстоўваюць інтэртэкстуальныя элементы і без укавання крыніцы іх паходжання. Напрыклад, «*гэта правыя і націаналісты ваююць перш на перш з украінцамі і беларусамі, ды найболей руяцца аб тое, каб зніштожыць тую «апратку душы», якой ёсць родная*

мова: тады і душу народу лёгка забіць...» (Наша Ніва, 1913, № 22); *Жыла Беларусь і будзе жыць вякі і даб'ецца свайго. Тады будзе ўнукоў панаваньне: «Там, дзе с'ягодня плача дзед!»* (Наша Ніва, 1912, № 51–52). Журналісты выдання разлічваюць на вядомасць цытаванага тэксту і, адпаведна, падрыхтаванасць чытача да ўспрымання падобнай інфармацыі. Агульнавядомымі і пазнавальнымі ў тагачаснай сацыякультурнай сітуацыі маюць быць паэтычныя творы Янкі Лучыны «Роднай старонцы», Янкі Купалы «А хто там ідзе?», Якуба Коласа «Наш родны край»: «... а побач з гэтым некаторыя іншыя пра-явы жыцця напauняюць нас радасцю і даюць змогу верыць у тое, што **«будуць жыці дзеткі патомныя добраю доляй, доляй шчасліваю»** (Наша Ніва, 1913, № 38); «Беларусы, цёмныя і загнаныя, захацелі **«людзьмі звацца»**, не пакідаючы быць беларусамі» (Наша Ніва, 1912, № 48); «Гледзячы на гэту несправядлівасць, у паэты радзіўся толькі жаль, што побач лішняй роскашы, народ яго гібее ў хатах, дзе **«вокны затканы анучай»**, што яго шнуркі – **«гразь, балота ды пясок»**, што людзі – **«Янка ды Сымонка»** – мужыкі беззарадныя, пакінутыя сваёй інтэлігенцыяй» (Наша Ніва, 1913, № 30).

Адметным ёсць працэс замацавання ў якасці прэцэдэнтных феноменаў фрагментаў з тэкстаў-папярэднікаў: журналісты паслядоўна ў некалькіх публікацыях падаюць тую ці іншую цытату, напачатку прэзентуючы яе з указаннем аўтарства, пасля звяртаючыся да прыёму аплікацыі – «выкарыстанне ў якасці «будаўнічых блокаў» для тэксту фрагментаў тэксту без указання на крыніцу» [5, с. 138]. Напрыклад, у № 16–17 газеты «Наша Ніва» за 1913 г. была апублікавана інфармацыя за подпісам *а–н–а* пра выхад у свет кнігі Янкі Купалы «Шляхам жыцця», пазней у № 34 прэцэдэнтнае «шляхам жыцця» было пададзена як інтэргэксуальнае адзінка: *«Выйшла з друку новая беларуская кніжка, выданая вельмі артыстычна, – «Шляхам жыцця» – зборнік вершоў нашага песьняра Янкі Купалы»* (Наша Ніва, 1913, № 16–17) // *...але перэмагаючая большасць пісьменьнікаў, усе лепшыя сілы будуць ісьці як і дагэтуль ішлі **“шляхам жыцця”**»* (Наша Ніва, 1913, № 34). Падобным чынам замацоўваюцца ў якасці прэцэдэнтных выказванняў цытаты з твораў Францішка Багушэвіча ці Янкі Купалы: *«Харчаванца прыходзіцца дужа дрэнна, хату мае найчасьцей такую, якую апісывае паэт Багушэвіч словамі: “А кінь вокам на хату маю **І цячэ, і гніе і крывая**. У сярэдзіне гной ды стаіць на гнаю І дзіўлюся я сам як трываю”»* (Наша Ніва, 1913, № 45) // *Лясы ёсць у некаторых, але і ў тых хаты сьцюдзёны і гразны, па старынцы, а не па тэй маламожнасці, кожда з іх **«і цячэ, і гніе, і крывая»** (Наша Ніва, 1914, № 2); «Ешчэ іншы плачэ: **«Не вясёлая старонка Наша Беларусь, Людзі: Янка ды Сымонка, Птушкі: дрозды, гусь»** (маецца на ўвазе верш Янкі Купалы «З песень аб сваёй старонцы» – І.Г.) (Наша Ніва, 1913, № 26–27) // *Гледзячы на гэту несправядлівасць, у паэты**

радзіўся толькі жаль, што побач лішняй роскашы, народ яго гібее ў хатах, дзе «вокны затканы анучай», што яго шнуры – «гразь, балота ды пясок», што людзі – **«Янка ды Сымонка»** – мужыкі беззарадныя, пакінутыя сваёй інтэлігенціей» (Наша Ніва, 1913, № 30) // «Якіх паслоў выбіралі, такіх і маємо... Паехалі нашы **«Янкі ды Сымонкі»** ў Піцэр, дзержучыся за полы «сваіх паноў» – з гузікамі ды бяз гузікоў, а ў Думе паселі ў куточках Ды толькі і чулі аб іх!» (Наша Ніва, № 1915, № 25).

У публікацыях нашаніўцаў мела месца і выкарыстанне тэкставай алузіі – фігуры інтэртэксту, якая ўяўляе сабой «асацыятыўную спасылку да пэўнага вядомага для адрасата твора» [5, с. 759]. Сродкамі выражэння тэкставай алузіі, на думку В.П. Масквіна, варта лічыць «рад аднаслоўных адзінак, якія не адлюстроўваюць граматычную структуру зыходнага тэкставага фрагменту» [5, с. 760]. Напрыклад, адсылка да верша Янкі Лучыны «Роднай старонцы» праз «недакладнае, фрагментарнае аднаўленне» часткі тэксту *«Сонца навукі скрозь хмары цёмныя Прагляне ясна над нашай Ніваю»* выкарыстоўваецца ў матэрыяле Лявона Гмырака «Свайго не чурайцеся, чужому навучайцеся»: *«Каб «скрозь хмары цёмныя ясна праглянуло над нашай Нівай сонцэ навукі» трэба прызнаць беларусаў народам, не парэшкаджаць ім будаваць сваё, бо іначэй нічога добрага ня будзе»* (Наша Ніва, 1913, № 42); зварот да апорнага тэксту Якуба Коласа «Наш родны край» *«Край наш бедны, край наш родны! Грась, балота ды пясок... Крыж збуцвелы пры дарозе, Кучка топаляў сухіх...»* мае месца ў публікацыі Паўлюка Аляксюка «Да нашых беларускіх інтэлігентаў»: *«Калі скончыўся даклад, праф. Розэнфэльд звярнуўся да студэнтаў з дужа пекнай прамовай, у каторай заахвочываў іх да працы над пазнаньнем нашай бацькоўшчыны, да будовы нашага жыцьця, да любові к роднай «разваленай хаткі, згніўшага крыжа пры дарозі», бо як сказаў паважаны прафесар, мы гэта павінны любіць, бо ўсё гэта роднае»* (Наша Ніва, 1914, № 1). Алузійныя ўключэнні, зафіксаваныя ў тэкстах штотыднёвіка, указваюць на журналісцкае майстэрства аўтараў, іх упэўненасць у «прэцэдэнтнай кампетэнтнасці» аўдыторыі выдання.

Такім чынам, зварот да беларускай культурнай традыцыі на старонках газеты «Наша Ніва» на пачатку ХХ ст. забяспечваўся праз наладжванне міжтэкставага ўзаемадзеяння, а значыць, павелічэнне пазнавальнага патэнцыялу журналісцкага матэрыялу. Асэнсаванымі і засвоенымі ў сістэме культуры станавіліся найперш тэксты-цытаты, крыніцай паходжання якіх выступала беларуская літаратура. Працэс фарміравання беларускага нацыянальна-прэцэдэнтнага фонду меў на ўвазе паслядоўнае выкарыстанне прыёмаў цытавання і аплікацыі ў дачыненні да тэкставага фрагмента, які з пазіцыі рэдакцыі газеты / аўтара / аўтарытэтнай асобы адрозніваўся значнасцю ў эмацыйным і пазнавальным плане.

Літаратура

1. Дубавец, С. Стагоддзе НН / С. Дубавец // Дзеяслоў [Электронны рэсурс]. – 2007. – № 1 (26). – Рэжым доступу: <http://dziejaslou.by/old/www.dziejaslou.by/inter/dzeja/dzeja.nsf/htmlpage/dub2602ec.html?OpenDocument>. – Дата доступу: 02.08.2016.
2. Зелянко, С.В. Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні / С. В. Зелянко; навук. рэд. В.І. Іўчанкаў. – Мінск: БДУ, 2012. – 195 с.
3. Караулов, Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть / Ю.Н. Караулов. – М.: ИРЯ РАН, 1999. – 180 с.
4. Красных, В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность?: Человек. Сознание. Коммуникация / В.В. Красных – М.: Диалог – МГУ, 1998. – 352 с.
5. Москвин, В.П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь / В.П. Москвин. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 940 с.
6. Наша Ніва. Факсімільнае выданне (Вільня, 1906–1915, 1920 гг.). Вып. 1–5. – Мінск, 1992–2009.
7. Супрун, А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А.Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.

Віталій Герцев

Белорусский государственный университет

ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ТЕМАТИКА НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «ВЕЧЕРНИЙ ЧАС»

За вечерней прессой прочно закрепилось реноме «легкого чтения». Это стереотипное представление во многом справедливо по отношению к до-революционным вечерним изданиям, в которых постоянно присутствовали сенсационные и развлекательные материалы. Исследователь В. Воронина отмечала, что «объективная потребность в дополнительной информации о дневных событиях намеренно подменялась в русской вечерней прессе потребностью в дополнительном развлечении. Тем самым до некоторой степени искажалась сама природа вечернего издания» [2, с. 10]. Вечерним газетам Беларуси начала XX века также пришлось преодолеть такие недостатки, как нетребовательность в выборе тематики, уход от сложностей социально-политической действительности.

В период становления белорусской вечерней прессы глубоким содержанием и публицистичностью выделялась ежедневная газета «Вечерний час», первый номер которой вышел в Минске 13 августа 1914 года. Издание ее завершилось уже 1 сентября и ограничилось двумя десятками номеров и 12 выпусками «экстренных прибавлений».

«Вечерний час» сыграл значительную роль в истории белорусских изданий, поднял статус вечерней газеты на новый уровень. Этому во мно-

гом способствовала активная гражданская позиция редактора-издателя С. А. Волинского. Газета выполняла большую мобилизационную работу. На ее страницах было опубликовано воззвание «К жителям города Минска», подписанное председателем комитета общественной самопомощи городским головой С. Б. Хржонстовским и секретарем С. А. Волинским. «Наши братья и сыновья призваны под знамена, – говорилось в нем. – Провожаемые благословениями они ушли отстаивать родную землю от вражеского нашествия. Они исполняют святой долг свой перед Отечеством и прольют кровь за нас ради нашего благополучия.

Исполним и мы свой долг перед ними.

Позор и горе нам, если в годину нужды мы оставим их жен и детей без помощи, без хлеба и приюта.

Во имя совести и чести нашей напряжем все силы и средства, чтобы не дать нужде заглянуть в жилища наших солдат» [3].

В комитет общественной помощи нуждающимся семьям нижних чинов запаса и ратников государственного ополчения, призванных на действительную службу, вошли представители всех проживавших в городе национальностей. Редактор газеты удостоился чести быть избранным в правление комитета, наряду с другими по местным масштабам видными деятелями того времени, например, княгиней М. И. Радзивилл.

Газета публиковала фамилии горожан, откликнувшихся на призыв, и суммы пожертвований. Критически отреагировал «Вечерний час» на решение экстренного губернского земского собрания ассигновать незначительную сумму на организацию помощи больным и раненым. Эти и другие материалы были наполнены гражданским пафосом и могут рассматриваться в качестве образца публицистики периода Первой мировой войны. Так, в статье «Война и школа» педагог В. Волинская высоко оценивает поступок ученика 6 класса казенной гимназии и его товарищей, которые записались в добровольцы.

«...В их души, в их сознание лавиной нахлынули новые понятия, новые переживания, и не в год, а в дни и часы формируются теперь юноши из детей.

Дети наши ранены духовно: ушли их отцы и кормильцы, увели их братьев и товарищей, жестокому надругательству подвергаются их близкие.

В семьях растерянность, зачастую нужды и горе...

И к нашей прежней задаче учителя и воспитателя прибавляется новая – задача брата милосердия» [1].

Газета публиковала «Календарь мировой войны», который представлял собой хронологию основных ее событий, оперативные сообщения телеграфных агентств, сведения из иностранной печати, вести из уездов и местную хронику под рубрикой «В Минске».

В номере за 22 августа 1914 года «Вечерний час» поведал о примерах самоотверженности жителей Минска. В заметке «Вся семья на войне» рассказывалось о том, что четыре сына подполковника в отставке И. Н. Ударова и шесть его зятьев находились на войне, в рядах действующей армии. И офицер, невзирая на свой почтенный возраст, также ходатайствовал о зачислении его в армию.

Несмотря на высокую патетику, характерную для данной газеты, в издании публиковались и свойственные вечерней периодической печати информационные заметки, рассчитанные на массовую аудиторию.

Литература

1. Волынская В. Война и школа / В. Волынская // Вечерний час. – 1914. – 15 августа. – С. 2.
2. Воронина, В. Н. Становление советской вечерней газеты как типа издания (1918–1925 гг.): Автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.10 / В. Н. Воронина ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Фак. журн. – М., 1973. – 24 с.
3. З. Хржонстовский, С. Б. К жителям города Минска / С. Б. Хржонстовский, С. А. Волынский // Вечерний час. – 1914. – 15 августа. – С. 1.

Вольга Горбач

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

РЭКЛАМНЫЯ ТЭКСТЫ Ў ГІСТОРЫІ ГАЗЕТ «НАША ДОЛЯ» І «НАША НІВА» (першае дзесяцігоддзе ХХ ст.)

Сёння перыядычны друк немагчыма ўявіць без рэкламных тэкстаў, якія займаюць значнае месца сярод розных журналісцкіх матэрыялаў. Размешчаная на старонках газет і часопісаў рэклама з'яўляецца неад'емнай часткай масмедыйнай прасторы. Сучасныя віды, жанры шматлікіх рэкламных інфармацый, іх вербальная і невербальная аформленасць абумоўлены доўгім працэсам фарміравання беларускага рэкламнага дыскурсу. Яго крыніцы былі закладзены яшчэ напачатку ХХ ст. у нашых нацыянальных газетах «Наша Доля» і «Наша Ніва». Традыцыі, створаныя тагачаснымі выдаўцамі, публіцыстамі, рэдактарамі, застаюцца актуальнымі і ў ХХІ стагоддзі. Нават такая з'ява, як стылізацыя пад дарэвалюцыйныя тэксты, прыцягвае ўвагу сучаснікаў, спрыяе канкурэнтаздольнасці саміх выданняў.

Звернемся да дэталёвага лінгвістычнага, дыскурснага аналізу рэкламных тэкстаў у газетах «Наша Доля», «Наша Ніва» першага дзесяцігоддзя ХХ ст., каб вылучыць найбольш выразныя заканамернасці ў форма- і зместаўтваральным працэсах, якія сталі асновай для тэкстаў рэкламы ў друкаваных СМІ сучаснасці.

Кароткі час існавання газеты «Наша Доля» не замінуў фарміраванню такіх жанраў рэкламы, як аб’ява і анонс. У кожным нумары на апошняй старонцы ў лагічнай паслядоўнасці былі пададзены камерцыйныя, сацыяльныя паведамленні, напісаныя кірыліцай або лацінкай па-руску альбо па-беларуску. Усе тэксты вылучаюцца строгай кампазіцыяй. Ключавыя словы (найменні, назвы ўстановаў, уласныя назвы, лагатыпы) падаюцца тлустым колерам, курсівам. Часцей за ўсё назіраюцца аб’явы-намінацыі тыпу: «Карль Клейн. Постройки мельниц», «Цинкография. ФОТОГРАФИЯ Юрошайтиса и Антонова» (Наша Доля, №1) – у гэтых і наступных прыкладах правапіс і пунктуацыя захоўваюцца без змен.

Размешчаныя пад рубрыкай «ОБЪЯУЛЕНИЯ» ў якасці суб’ектаў маўлення вызначаюцца ў рэкламных тэкстах розныя суполкі, аб’яднанні, установы («Новооткрытая типография «Артіль Печатного Дела» принимает всевозможные заказы на всех европейских языках» (Наша Доля, № 1), «ЛИТОУСКАЯ КНИГАРНЯ М, Пясэцкой-Шляпэліс... продае рожныя беларускія кніжкі» (Наша Доля, № 1), таксама назіраюцца аб’явы прыватных інфармантаў («Желаю получить место помощника бухгалтера или приказчика конторы; могу представить рекомендации Г-д гласныхъ Виленской Городской Думы» (Наша Доля, № 1).

Звяртае ўвагу на сябе той факт, што ўсе паведамленні – канкрэтныя, няма абстрактных паняццяў, якія часта сустракаюцца ў сучасных матэрыялах. Абавязковым структурным элементам у змесце рэкламы была даведчаная інфармацыя, прадстаўленая адрасам і коштам.

Агульная колькасць тэкстаў рэкламы ў «Нашай Доле» складае 19 адзінак, 6 з іх паўтараюцца.

У тэкстах прасочваюцца маўленчыя канструкцыі, якія сёння ўспрымаюцца як сродак вербальнай маніпуляцыі свядомасцю адрасантаў: «Зыгмунд Нагродзкі на жаданне высылае дармо кніжкі у каторых напісана цана машын» («Наша Доля», № 1), «Участники артели – исключительно рабочіе-спеціалісты, занимавшіеся до открытія онаго дела въ разных лучших типографіяхъ» (Наша Доля, № 1, № 4), «При магазинъ мастерская подъ личнымъ наблюденіемъ владельца спеціаліста» (Наша Доля, № 1). Спалучэнні: «на жаданне высылае дармо», «исключительно рабочіе-спеціалісты», «лучшихъ типографіяхъ», «подъ личнымъ наблюденіемъ владельца спеціаліста» даказваюць тое, што ўжо ў той час ствараліся прыёмы псіхалагічнага ўздзеяння на атрымальнікаў паведамленняў пасродкам слоўнага выбару.

Функцыянаванне рэкламных тэкстаў у газеце «Наша Ніва» ў першае дзесяцігоддзе ХХ ст. вызначаецца спецыфікай існавання гэтага беларускага выдання ў той час. Таму разгледзім асобна рэкламу за 1906, 1907, 1908, 1909, 1910 гг., каб вылучыць яе найбольш выразныя рысы.

Так, за 1906 г. у «Нашай ніве» 11 рэкламных матэрыялаў у выглядзе анонсаў выданняў розных газет, часопісаў, кніг. У тэкстах абавязкова даецца падрабязная інфармацыя па кошыце, адрасах, змесце літаратуры. Няма камерцыйнай рэкламы ў параўнанні з «Нашай Доляй». Рэкламныя тэксты маюць фіксаванае месца – на апошняй старонцы. Традыцыйна ключавыя словы падаюцца курсівам і тлустым. Паводле лінгвістычнай арганізацыі з’яўляецца цікавым, на нашу думку, функцыянаванне асабовых дзеясловаў у форме цяперашняга часу: «Шукаем для газеты агентоу у мястэчках и весках» (Наша Ніва, № 2). Упершыню выкарыстоўваецца спецыфічная маўленчая стратэгія, што тлумачыць перавагу маркетынговых дзеянняў адных спажыўцоў у супастаўленні з іншымі, якія прымаюць удзел у пакупцы літаратуры суполкі «Загляне сонцэ и у нашэ ваконцэ»: «Хто купляе ў глаўным складзе ня менш як за поўрубель, той ня плаціць за прасланне почтаю» (Наша Ніва, № 3).

Колькасць рэкламных інфармацый у «Нашай Ніве» за 1907 нязначная. Некаторыя паведамленні паўтараюцца (напрыклад, анонс на часопіс «БАЯНЬ»). Часам назіраюцца маўленчыя мадэлі, змест якіх нагадвае сучасную інфармацыю аб зніжках: «Хто купляе шмат, тым даецца скидка» (Наша Ніва, № 22), «Земскимъ Управам, сельско-хозяйств. обществам и перепродавцамъ скидка въ 25 %» (Наша Ніва, № 30).

У адрозненне ад сучасных тэкстаў у рэкламе таго перыяду давалася даведка аб рэдактарах паведамлення, што сведчыць аб адказнасці за тое, што напісана.

Маўленчыя адзінкі вызначаюцца ўключэннем стылістычна-ацэначнага тыпу лексікі: «вось jakie лепшие и надта патрэбные у кожнай вйосковой гаспадарцы машины» (Наша Ніва, № 33). Таксама ўпершыню ў № 33 (рэклама машын Зыгмунда Нагродзкага) зроблена спроба зрабіць рэкламную інфармацыю на ўвесь разварот, невербальная частка (вялікі малюнак механізмаў) пераважае над вербальнай.

У 1908 г. складальнікі рэкламных аб’яў і анонсаў у «Нашай ніве» акрамя кірылічнага пісьма звярталіся да лацінкі (напрыклад, анонсы «CONIEG WILENSKI», «DZIENNIK WILENSKI») (Наша Ніва, № 3).

Як спецыфічны маўленчы і псіхалагічны прыём уздзеяння на адрасатаў рэалізуюцца мадэлі, якія інфармуюць аб выгодах набыцця аб’екта рэкламы: «Вяликие грошы возьмечь у сваим садзе вучыцель, садоуник, гаспадар и др., кали па маеи таблицы зробяць так...» (Наша Ніва, № 6), «Беларуские почтовые писульки. Хто купляе у галоуным складзе ня менш як поўрубель, той ня плаціць за прасланьне почтаю» (Наша Ніва, № 9).

Сёння некаторыя тагачасныя тэксты рэкламы цікава даследаваць як факты гісторыі. Сярод прыватных аб’яў за 1908 г. знаходзім наступнае: «Бальница для скацины вэтэрынарнага доктара СТ. БАКУНА дае рады и

прымае на лячэнне уселякую хворую і так сама прымае для распазнання жывёлы, аб каторай напэўна ня ведама, ці і на што яна хвора» (Наша Ніва, № 17, № 21). Акрамя звестак аб камерцыйнай рэкламе, з падобнага тэксту можна даведацца пра ўзровень развіцця тагачаснай навукі, у канкрэтным прыкладзе – ветэрынарыі.

«Наша Ніва» таго перыяду спрыяла прапагандзе адукацыйна-асветніцкай дзейнасці беларусаў. Многія рэкламныя мадэлі пацвярджаюць гэта: «ГРАММОФОНЪ. Музыка понимает, какое огромное значение в развитии эстетически-музыкального вкуса имеют концерты с участием выдающихся артистовъ» (Наша Ніва, № 21).

Газета «Наша Ніва» за 1908 г. друкавала ў якасці аб'яў і анонсаў не толькі падпіску на беларускія, украінскія, расійскія, польскія выданні, але рознага плану інфармацыю аб навуковых весніках, у якіх былі матэрыялы па грамадазнаўстве, гісторыі, рэлігіі, педагогіцы, прыкладных навук, мовазнаўстве.

У 1909 г. фармат самога выдання «Нашай Нівы» прыводзіць да змен у афармленні рэкламы. Ужо, акрамя рубрычных тэкстаў, на апошняй старонцы назіраюцца інфармацыі на першай, сёмай або ў сярэдзіне газеты. Найбольш важную, на думку рэдактараў, выдзяляюць вялікімі літарамі ці тлустым шрыфтам. У змесце акцэнтуюцца ўвага на станючых ўласцівасцях, характарыстыках аб'екта рэкламавання, напрыклад: «ХУТОРЪ ОТМЕЧЕНЪ МНОГИМИ ОТЛИЧНЫМИ ОТЗЫВАМИ...Содержаніе журнала «ХУТОРЪ» имеет чисто практической характеръ, статьи написаны общепонятнымъ и яснымъ языкомъ, снабжены массою хорошо выполненныхъ рисунковъ» (Наша Ніва, № 50).

За 1909 г. заўважаецца тэндэнцыя да ўдасканалення зместу паведамленняў, іх невербальная пададзенасць. Таксама назіраюцца ўжо розныя тыпы адной рэкламнай інфармацыі: рэклама-азнакамленне, рэклама-напамін (напрыклад, у інфармацыі аб дзейнасці Зыгмунда Наградзкага). Прымушае звярнуць увагу рэклама-сенсацыя: «НОВОСТЬ!!! Карманные часы с вечнымъ календаремъ... НАШЪ СОВЕТЪ! Не гонитесь за дешевыми часами а выпишите отъ насъ эти часы и Вы будете нам всегда благодарны» (Наша Ніва, № 12).

Набліжанасць да сучасных рэкламных тэкстаў маюць паведамленні, дзе ўжываюцца займеннікі (я, мы, вы, наш, ваш, мой, свой), што з'яўляюцца сродкам маўленчай канкрэтызацыі, прыналежнасці і элементам даверу ў зносінах паміж камунікантамі: «ЕСЛИ ВАШЪ ЖЕЛУДОКЪ плохо варить, если Вы страдаете катарромъ, запорами, геморроеми, вздутиемъ живота, тошнотою, изжогаю, если Вашъ организм истощонъ, расслабленъ, и Вы вследствие этого подавлены, удручены, и требуйте мою книгу «ОЗОНЪ», какъ естественный оздоровитель желудка» (Наша Ніва, № 34), «Всем желающимъ

возстановить утраченную юношескую свежесть и энергию мы рекомендуем прочесть нашу книгу «Электричество – жизнь» (Наша Ніва, № 34).

У 1910 рэкламных тэкстаў у «Нашай Ніве» значна менш. Змест асабліва не вызначаецца навізнай, аднак час ад часу з’яўляюцца анонсы аб імпрэзах («Беларуская вечарынка», «ПА РЭВІЗІІ») з дэталёвым апісаннем мерапрыемстваў па часе, структуры.

У розных нумарах часта назіраюцца прыватныя аб’явы тыпу: «Тэхнічная кантора інжэнера СТЭФАНА Вольскага будзе млыны, бровары, тартакі, фабрыкі бочэк, а так сама сушарні фруктоў і рознай гародзіны», «Хачу купіць фольварак ад 100 да 120 дзесяцін недалёка ад жалезнай дарогі з добрай зямлёй. Грошы усе адразу заплачу», «Рэдакцыя радзіць свайго чалавека, ДОБРАГА РЭЗЧЫКА, СТОЛЯРА, МАЛЕРА для работ у КАСЬТЕЛЕ». Падобныя тэксты прыватнай рэкламы можна прачытаць у сучасных рэспубліканскіх і, асабліва, у раённых газетах, што сведчыць аб пераемстве традыцый падачы пэўнага тыпу інфармацыі ў друку.

Такім чынам, дэталёва прааналізаваўшы рэкламныя паведамленні ў газетах «Наша Доля» і «Наша Ніва» першага дзесяцігоддзя ХХ ст., адзначым, што для сучасных тэкстаў рэкламы быў зроблены магутны падмурак яшчэ 110 гадоў назад. Найбольш тыповыя вербальныя і невербальныя асаблівасці тэкставай дзейнасці ў рэкламе актыўна ўключаюцца ў сучасны працэс рэкламатворчасці. Так, вылучэнне ключавых слоў тлустым шрыфтам ці курсівам, вялікімі літарамі; рэалізацыя маўленчых стратэгіі праз стылістычна-ацэнную лексіку або ўжыванне найменніковых канструкцый, а таксама функцыянаванне антаноміі асабовых і прыналежных займеннікаў (мы-вы, наш-ваш), тыпалогія жанраў (аб’ява, анонс і іх віды) – усё гэта дае падставы сцвярджаць, што беларускі рэкламны дыскурс мае сваю гісторыю ў агульнай канцэпцыі развіцця беларускага нацыянальнага друку.

Аляксандр Градзюшка

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

САЙТ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА» Ў СУЧАСНЫМ МЕДЫЙНЫМ АСЯРОДКУ

Першы нумар газеты «Наша Ніва» выйшаў у 1906 г. Выданне выходзіла да 1915 г., потым выдавалася ў 1920. У 1991 г. «Наша Ніва» адраділася. А ў 2002 з’явілася інтэрнэт-версія газеты па адрасе nn.by. Да 2006 г. сайт існаваў у форме лустэрка папяровай версіі. З якаснай вэб-журналістыкай тады яго нічога не звязвала: на сайт даваліся газетныя тэксты, большасць з якіх нават не мела фотаілюстрацый. Не магло ісці размовы і пра апэратыўнасць, інтэрактыўнасць, мабільнасць.

Сайт nn.by у сённяшнім фармаце запрацаваў у верасні 2006 г. «Экран камп'ютара перастаў быць копіяй газетнай старонкі. «НН» цяпер можна не толькі чытаць, але і пісаць, і спрачацца ў ёй, а неўзабаве – чуць яе. Дык заходзь, не стой адзін. Далучайся і заставайся», – пісалася з гэтай нагоды 10 гадоў таму. З таго часу сайт nn.by стаў паўнаважнасцю рэсурсам са стужкай навінаў, асобнымі артыкуламі, старонкай для каментарыяў, раздзелам для фотаздымкаў, а потым і для відэа. За гэты час колькасць наведвальнікаў і праглядаў вырасла ў дзясяткі разоў, а сам сайт стаў прэтэндаваць на самастойнасць ад друкаванай версіі газеты.

Праз 25 гадоў пасля аднаўлення «Нашай Нівы», праз 110 гадоў ад яе заснавання, рэдакцыя зрабіла яшчэ адзін важны крок. Зараз «Наша Ніва» – гэта ў першую чаргу інтэрнэт-сайт nn.by. А на паперы ад 1 ліпеня 2016 г. газета выходзіць у фармаце штотыднёвага на 24 старонках. Дарэчы, спачатку «Наша Ніва» была штотыднёвым выданнем. У 1996 годзе стала штотыднёвым, але ў канцы года перайшла на выхад два разы на месяц. Тады ў газеце друкавалася пераважна публіцыстыка і матэрыялы па літаратуры і гісторыі. Канчаткова штотыднёвай «Наша Ніва» стала з 1999 г., і ў такім фармаце на паперы праіснавала 17 гадоў.

«Пераход з паперы ў інтэрнэт такі ж эпахальны, як калісьці вынаходніцтва кнігадруку ці распаўсюд электрычнасці, – адзначала выданне на сваім сайце. – Не трэба яго баяцца: беларуская культура, беларуская супольнасць дастаткова моцныя, і лічбавая рэвалюцыя нам дае новыя магчымасці для развіцця. Папяровы штотыднёвик захавае выдавецкую традыцыю. Гэта будзе спакойнае чытво для людзей з іншым тэмпам спажывання інфармацыі». Дарэчы, pdf-версію можна выпісаць і чытаць з экрана камп'ютара ці раздрукаваўшы яшчэ да таго, як нумар газеты з'явіцца ў продажы.

Прывядзем некалькі лічбаў. Зараз штодня на сайт nn.by заходзіць 35 тыс. унікальных наведвальнікаў. Яны праглядаюць больш за 200 тыс. старонак. Кожны наведвальнік у сярэднім чытае шэсць вэб-старонак. Прылады, якімі карыстаюцца чытачы для прагляду: 63 % – камп'ютар, ноўтбук, 30 % – смартфон, 7 % – планшэт. Каля 74 % наведвальнікаў прыходзяць на сайт з Беларусі. Сайт таксама мае паўнаважнасцю версію на рускай мове. Публікацыі сайта «Нашай нівы» цытуюць аўтарытэтных сусветных і беларускія СМІ.

Дарэчы, менавіта мабільны інтэрнэт за апошнія гады стаў сур'ёзным фактарам эвалюцыі інфармацыйнай прасторы. Трафік з мабільных прылад імкліва расце. Сайт nn.by мае так званы адаптыўны дызайн. Да яго пераваг можна аднесці памер тэксту, зручны для чытання без маштабавання, адсутнасць неабходнасці рухаць кантэнт направа-налева, буйныя кнопкі, спасылкі, зручныя для націску пальцам.

Дызайн сайта ў апошнія гады стаў больш сучасным і зручным для карыстальніка. Існуючыя рубрыкі падзелены ў адпаведнасці са звычайнай

для наведвальніка навінавага інтэрнэт-рэсурсу сістэмай навігацыі. Галоўная навіна можна абнаўляцца накарці разоў за гадзіну. Таксама была ўдасканаленая стужка навін. Да ўжо існуючага раздзелу «Фота», дзе размяшчаюцца фотарэпартажы, дадалося «Відэа», што гаворыць аб паспяховых спробах работы з мультымедычным кантэнтам. Досыць цікавыя раздзелы таксама «Самае чытанае», «Самае лайканае».

Для сучаснага сайта nn.by характэрны ўсе асноўныя прыкметы якаснага інтэрнэт-рэсурса. Менавіта яны даюць вэб-журналістыцы права называцца самастойным відам СМІ і прадастаўляюць новыя магчымасці беларускім інтэрнэт-выданням. Сюды мы адносім аператыўнасць, гіпертэкстуальнасць, інтэрактыўнасць, мультымедычнасць, персаналізаванасць, мабільнасць [1, с. 74]. Усе гэтыя ўласцівасці карэнным чынам змяняюць прынцыпы арганізацыі работы журналіста традыцыйнага СМІ і дазваляюць адаптаваць кантэнт для інтэрнэта.

Досыць вялікую ўвагу сайт «Нашай Нівы» надае сацыяльным сеткам. Па-першае, з дапамогай сацыяльных сетак можна пашырыць кола чытачоў. Па-другое, яны дазваляюць лепш разумець сваю аўдыторыю, арыентуючыся на каментары, ацэнкі, водгукі, заўвагі. Па-трэцяе, механізмы распаўсюджвання спасылак на матэрыялы (like, «падзяліцца», «мне падабаецца» і г. д.) вельмі простыя. Ні адзін сацыяльны сэрвіс раней не прапаноўваў такога хуткага механізму пры такім вялікім ахопе аўдыторыі. Па-чацвёртае, сацыяльныя сеткі даюць магчымасць журналістам «Нашай Нівы» атрымліваць новы кантэнт і развіваць ужо знойдзеныя тэмы: шукаць удзельнікаў і відавочцаў падзей, навіны, фота і відэа.

Паўную цікавасць выклікаюць таксама новыя творчыя метады і прыёмы стварэння загаловаў. У друкаваных СМІ заглавак, як правіла, яркі, вобразны, прываблівае чытача сваёй інтэртэкстуальнасцю, моўнай гульнёй. Падрабязна гэта тэма вывучана беларускім даследчыкам С.В. Зелянка [2, с. 56]. У сучасных інтэрнэт-выданнях, наадварот, распаўсюджаны так званыя канстатуючыя загаловкі, з якіх зразумелы сэнс інфармацыйнага паведамлення. Так, на сайце nn.by сустракаем загаловкі «Беларускі функцыянер выйшаў на адкрыццё Паралімпіяды з расійскім сцягам» (8.09.2016), «Мастацтвазнаўца абвінаваціла дактароў мінскай паліклінікі ў чэрствасці і хамстве» (3.09.2016). Кожны з заглаваў звычайна змяшчае ключавыя словы той ці іншай навіны, дзеяслоў, а таксама назву мясцовасці, дзе адбылася падзея.

Папулярызацыя беларускамоўнага праекта ў інтэрнэце ўяўляе сабой няпростую задачу, таму, каб павялічыць наведвальнасць выдання, сайт «Нашай Нівы» развівае рускамоўную версію. Прафесар БДУ Н.Б. Мячкоўская ў гэтай сувязі слухна адзначае, што «ў сілу камерцыялізацыі вытворчасці

кантэнт для каналаў масавай камунікацыі (інтэрнэт, СМІ, кінапракат і інш.) ва ўмовах распаўсюджвання інфармацыйных тэхналогій функцыянальная паўната і самадастатковасць нацыянальных моў у сферах масавай камунікацыі слабее – падобна на тое, як суверэннітэт асобнай дзяржавы ў сілу глабалізацыі становіцца ўсё больш абмежаваным» [3, с. 75].

Праведзенае даследаванне паказала, што сучасная журналістыка ў медыясферы інтэрнэта перажывае істотныя трансфармацыі. Пры стварэнні кантэнт для інтэрнэт-СМІ пераасэнсоўваецца значэнне загатоўкаў. Мадыфікацыя творчых метадаў і прыёмаў датычыцца таксама саміх тэкстаў, якія маюць пэўныя кампазіцыйна-стылістычныя асаблівасці. У якасці аднаго з сучасных трэндаў развіцця інфармацыйных працэсаў мы можам таксама адзначыць значнае павелічэнне долі візуальнага кантэнт.

Падсумоўваючы, адзначым, што сайт nn.by з’яўляецца ўдалым прыкладам медыйнай стратэгіі пад назвай digital-first. Для яе характэрна наступнае: вэб-рэсурс з элементамі шматфункцыянальнага партала з шырокай мультымедынай і інтэрактыўнай пляцоўкай, развіццё мабільных прыкладанняў, інтэграцыя ў сацыяльныя сеткі. Сёння інтэрнэт-адзел газеты «Наша Ніва» працуе і ў выхадныя дні, фарміруючы стужку навін і адсочваючы апэратыўныя паведамленні. Відавочна, што рэдакцыя зрабіла вялікі крок да таго, каб сённяшні сайт nn.by быў сучасным і цікавым чытачам.

Літаратура

1. Градюшко, А.А. Заголовок как важнейший элемент текста в веб-журналистике / А.А. Градюшко // Весці БДПУ. Сер. 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2014. – № 1. – С. 73–77.
2. Зелянко, С.В. Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні / С.В. Зелянко ; навук. рэд. В.І. Іўчанкаў. – Мінск: БДУ, 2012. – 195 с.
3. Мечковская, Н.Б. Постсоветские языки в условиях государственного суверенитета и расцвета информационных технологий / Н.Б. Мечковская // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2011. – № 2. – С. 75–82.

Вольга Губская

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт

НАШАНІЎСКАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ МАКСІМА ГАРЭЦКАГА: АД КАРЭСПАНДЭНТА ДА ПІСЬМЕННІКА

«“Наша Ніва” – гэта люстро душы, думак і патрэб Беларусі... Усе каму дорага і блізка справа жыцця і адраджэння Беларусі і беларусоў, выпісвайце, чытайце і шырце беларускую газету “Нашу Ніву”», – такімі радкамі пачынаецца першы нумар газеты за 1912 г. [1]. Менавіта з гэта-

га часу беларускі пісьменнік Максім Гарэцкі далучаецца да асяроддзя «нашаніўцаў» у якасці карэспандэнта.

У якасці аўтара (карэспандэнта) газеты Гарэцкі пачаў выступаць з 13 (26) верасня 1912 года. Яго матэрыял выходзіў у пастаяннай рубрыцы «З Беларусі і Літвы» і даносіў весткі з Горак. Актыўнасць супрацоўніцтва з выданнем лепш будзе ўявіць праз ніжэй прыведзеную табліцу:

Дата выхату	Рубрыка «З Беларусі Літвы»	Рубрыка «Найноўшыя творы бел. літ.»	Рубрыка «Наш фе- льетон»
№ 37 13(26).09.1912	«Г. Горкі» (Беларус)		
№ 43-44 2(15).11.1912	«Г. Горкі» (Беларус)		
№ 2 10.01.1913	«Шамоўская воласць...» (М. Беларус)		
№ 4 25.01.1913		«У лазні» (М. Беларус)	
№ 5 1.02.1913			«Нашы» (Максім Беларус)
№ 6 7.02.1913	«Магілеў»: «Тавары- ство цвярозасці», «Не глядзелі-б вочы» (М. Б.)		
№ 8 20.02.1913		«Атрута (Кароткі жалобны абразок)». (Максім Беларус)	
№ 9 01.03.1913		«Атрута (Кароткі жалобны абразок)». (Максім Беларус)	
№ 20 16.05.1913		«Стогны душы» (Максім Беларус)	
№ 21 23.05.1913	«Могілеу: Весткі з Горак» (Гарэцкі); «Краіна добрых обычаёў» (М. Б.)		
№ 26-27 5.07.1913	Могілеу: «Навіны з Горэк» (Беларус)		
№ 30 11.07.1913	Могілеу: «Модныя обычаі» (Максім Беларус); «Адзінаццатуха» (М. Б); «Жывая нябошчыца» (Максім Беларус)		
№ 31-33; 01.08.1913– 16.08.1913		«Родныя карэні» (Максім Беларус)	

№ 39 28.09.1913		«Красаваў язмін» (М. Г.)	
№ 43 24.10.1913		«Страхацьце» (Г. М.)	
№ 24 20.06.1914	«3 Могілёўшчыны» (Хадзяка)		
№ 19-20 22.05.1915		«Дзegaць» (М. Горэцкі 12/ IV-1915)	
№ 1-4 28.10.1920– 16.11.1920		«Прысяга» (М. Гарэцкі)	

Відавочна, што М. Гарэцкі сумяшчаў публіцыстыку з заняткам літаратурнай творчасцю, і гэта абсалютна лагічна: па-першае, назіраючы за праявамі рэчаіснасці, пісьменнік знаходзіў сюжэты для сваіх апавяданняў, па-другое, рэалізоўваў пастаўленую перад «нашаніўцамі» задачу азнаямлення чытачоў з літаратурнымі навінкамі на беларускай мове; па-трэцяе, выкарыстоўваў газету як пляцоўку для выказвання сваёй грамадзянскай пазіцыі.

Публіцыстычныя матэрыялы, напісаныя Гарэцкім для «Нашай Нівы», звычайна вызначалі як «нататкі», аднак, калі разгледзець іх не з пазіцыі літаратуразнаўцы, а журналіста, жанравая разнастайнасць формаў значна пашыраецца, ды і акцэнт на мастацкай вартасці робіцца іншы.

Для падобнага аналізу скарыстаем наступныя паняцці: «характар камунікатыўнага задання», «жанравыя прыметы», «жанравая форма» і «тып тэксту».

Характар камунікатыўнага задання фарміруецца мэтавай аўдыторыяй, да якой звернута фармат выдання. Як згадвалася вышэй, «Наша ніва» арыентавалася на вясковае насельніцтва і інтэлігенцыю, што вызначала мэты і задачы карэспандэнтаў:

- паведаміць пра падзею (знешнепалітычную або ўнутрыпалітычную);
- прааналізаваць падзею, выказаць свае адносіны;
- даказаць пэўную ідэю;
- канстатаваць факт здзяйснення нечага і выказаць ацэнку.

Зразумела, што характар камунікатыўнага задання будзе ўплываць на фарміраванне жанравых формаў газетнай публіцыстыкі.

Такім чынам, у № 37 (1912) газеты «Наша Ніва» з'явілася невялікая нататка Максіма Гарэцкага ў рубрыцы «3 Беларусі і Літвы» пра «прыёмную пару» ў Горыцкае каморніцка-агранамічнае вучылішча. З аднаго боку, гэта тэкст-інфармацыя, у якім паведамляецца факт – адбыўся набор у вучылішча. Дастатковая ўвага надаецца лічбам: *«У гэтым гаду у дзьверы тутэйшага каморніцка-*

агранамічнага вучылішча стукалося 250 хлопцоў, калі не лічыць тых, каторыя не экзамінаваліся пасля доктарскага агляду. 232 хлопцы прасіліся у першу падгатавіцельну клясу, а рэшта у першу спецыяльную. З гэтага ліку хлопцоў залічаны вучнямі усяго 36...» (№ 37, 1912). Аўтар дае інфармацыю пра заснаванне вучылішча, аналізуе геаграфію прытоку студэнтаў.

Аднак тэкст нельга назваць «чыстай» інфармацыяй, бо прыхаванае аўтарскае «я» відавочна чытаецца паміж радкоў. Так, напрыклад, чыста інфармацыйным падаецца сказ: «*Вучылішчэ атчынено ў 1909 гаду, і за апошніе гады, у сярэднім на 30 мейсц прасіцца да 300 чалавек*». Але ж ніжэй бачым рэальны прыхаваны аўтарскі каментарый «*І с кожнаго боку выгодна вучыцца тут дзецям вясковых небагатых гаспадароў, бо ў падгатавіцельну клясу прымаюць тых, што акончылі двуклясную народную школу, а калі хлопчык патрапіць у вучні, дык яму, калі ён сам мала мае грошы дзеля пражыцця у Горках і добра вучыцца, даюць стэпэндію*». Відавочна, што мэтай Гарэцкага было не толькі праінфармаваць, але і заахвоціць хлопчыкаў з вясковай беднаты ісці вучыцца. Заўважым, што і аргумент заахвочвання (стыпендыі, фінансаванне) адпавядаў інтарэсам мэтавай аўдыторыі.

Як бы ні намагаўся літаратар Гарэцкі глядзець на свет вачыма журналіста, імкнучыся да аб'ектыўнай фіксацыі факта, вобразнае слова і мастацкі погляд на рэчаіснасць выяўлялі ў ім выдатнага публіцыста з відавочным пісьменніцкім ухілам.

Ужо ў другой публікацыі (№ 43–44 ад 12(15).11.1912) пад традыцыйнай рубрыкай «3 Беларусі і Літвы» можам чытаць чарговы матэрыял з «г. Горкі Магілёўск. губ.», у якім распавядаецца пра штогодні кастрычніцкі кірмаш. Па сутнасці гэта ўжо сінтэзаваны рэпартаж з дакладна выяўленым адлюстраваннем падзей, аналізам і адкрытымі ўласнымі каментарыямі. Штогадовы кастрычніцкі кірмаш – тая дынамічная падзея, якая скразной тэмай праходзіць праз матэрыял аўтара. Ён быў непасрэдным удзельнікам гэтага мерапрыемства і стварыў «вобраз падзеі» па гарачых слядах. Спачатку чытач ўводзіцца ў атмасферу гэтай падзеі: распавядаецца, што кірмаш незаладзіўся ад самага пачатку, адбываецца спроба высветліць магчымыя прычыны дрэннага гандлю: «*У гэтым гаду з'езд сялян быў малы; і кірмаш выйшоў зусім дрэнны. Вінаваціць трэба пагоду. У нас ад пачатку месяца жніўня і аж да самага кастрычніка ішлі дажджы і было сцюдзена. Дарогі папсуваліся і меж сялян мала хто пацікавіўся паехаць на кірмаш. Дый таго, хто паехаў, турбацыя была дарэмна, бо ў самы кірмашовы дзень пайшоў дождж, зрабілася грязь – дык які ўжо тут торг...*».

У прынцыпе, першая палова тэксту – звычайная канстатацыя, характэрная для справядзачы, аднак другая змяняе наша меркаванне, бо аўтар нечакана раскрывае іншы бок сялянскага быту: «*Але ж што-што, а гарэлку*

пілі на кірмашы, як усягды, калі ня лепей. Народ навакал жывецць небагата, бо землі мала, а фабрычна-заводскаго промыслу ці якого іншаго німа і да жызельнаго шляху далека¹, а гарэзкі пьець тутэйшы селянін надта многа»². Зноў аўтар звяртае ўвагу на праблему п'янства. Становіцца зразумелым, што асноўная тэма, якой будзе прысвечана журналісцкая дзейнасць Гарэцкага – гэта выкрыццё п'янства і заклік да навукі, адукацыі, асветы. Якой бы ні была скразная падзея, аўтар робіць акцэнт на «сваіх» праблемах. Гэта граматы прора-ход: па сутнасці, аўтар стварае свой «нашаніўскі» вобраз «горыцкага асветніка-праўдаруба».

Але ж Гарэцкі-аналітык настолькі глыбока спрабуе засяродзіцца на прычынах неўладкаванага сялянскага жыцця, што ўводзіць ў рэпартаж яшчэ адну тэму – казённых «культуртргероў», якія, па сутнасці, павінны займацца выхаваннем вяскоўцаў: *«Агулам кажучы, шырокае поле дзеля працы есць тут сейбітам прасьветы сярод цёмнага беларускага сялянства. Ды не якім-небудзь, а сьведомым сеўбітам-беларуам, што выйшлі з вёскі, знаюць яе і не адракліся роднай вёскі. Ато ў Горках здаўна есць шмат казённых «культуртргероў», бо калісь тут быў інстытут, а цяпер тры сярэдніх вучылішчы для адукацыі на гапатарцы...»*, саркастычна заўважаючы, што *««культура» нешта далей Горак ў нашых мейсцах ня йдзе»*. Гэты прыём цалкам прыдатны да жанру рэпартажа, больш за тое, вельмі папулярны ў сучаснай журналістыцы. Як адзначае Б. Стральцоў, «рэпартаж прыдатны для адлюстравання падзей не толькі пазітыўнага, але і негатыўнага плану, можа мець крытычную скіраванасць. Для такіх выпадкаў больш падыходзіць сінтэзаваная форма рэпартажу – пры фіксацыі негатыўных момантаў узнікае неабходнасць разабрацца ў іх прыродзе, даць каментарый і ацэнку... Галенавітыя рэпарцёры часам пішуць крытычныя рэпартажы ў фельетоннай танальнасці, скарыстоўваючы выразныя сродкі сатыры і гумару – ад гратэска, гіпербалы, да іроніі, насмешкі» [2, с. 16]. Калі ўлічваць гэтыя асаблівасці рэпартажа, варта адзначыць, што Гарэцкі відавочна на подступах да фельетона.

Дарэчы, пісьменнік паспрабуе сябе і ў гэтым жанры. Ужо ў № 5 за 1913 г. мы можам чытаць фельетон «Нашы», у якім сатыра накіравана на выкрыццё заганай «нашых» беларусаў, якія выбіліся ў людзі. Як вядома, фельетон грунтуецца на факце, а ў яго аснове заўсёды ляжыць пэўны канфлікт. Яшчэ адным элементам фельетона з'яўляецца наяўнасць устойлівага вобраза аўтара, які не дае чытачу права аналізаваць канфлікт, а сам робіць выснову.

¹ Тэма ролі чыгункі ў станаўленні сялянскага дабрабыту мімаходзь закраналася і ў раманах «Віленскія камунары» (1931–1932).

² Падобны характар апісання «кірмашовых прыемнасцей» можна будзе ўбачыць у апавесці М. Гарэцкага «Ціхая плынь» (1926, 1930).

Гарэцкі тут не адышоў ад нормаў: у аснове фельетона ляжыць канфлікт паміж чалавекам і грамадствам, калі больш дакладна – у барацьбе чалавека са сваімі заганамі, якія знаходзяць урадлівую глебу для выяўлення ў соцыуме. Фактам для напісання фельетона сталі некалькі артыкулаў з расійскай прэсы пра беларусаў, што не ўбераглі душу ад спакусы палепшыць дабрабыт любымі сродкамі. У гэсце дакладна прачытваецца аўтарскае «я», яно ахінае чытача эмоцыямі з першых радкоў тэксту і не адпускае да апошніх. Больш за тое, аўтар не дае магчымасці чытачу самастойна паразважаць над фактамі.

Фельетон пачынаецца клічнымі сказамі захаплення (своеасаблівая гульня з чытачом): *«Ёсць яшчэ порах у парахаўніцах!.. Ёсць ешчэ дзеткі у Маткі-Беларусі, ёсць ешчэ у нас людзі-арлы, клёкат каторых чуцен і ня токма на ціхіх спрадвеку абшарах Бацькаўшчыны, але далетае ен нават да сенцоў, пэўне задніх сенцоў вялікіх паноў, бліскучых паноў Пецярбурга. Весяліся, скачы, маё беларускае сэрацэ!»* Аднак праз некалькі радкоў становіцца відавочным, што тэкст мае вострую сатырычную скіраванасць, выкліканую аўтарскім незадавальненнем падзеямі рэчаіснасці. А не задаволены Гарэцкі тым, што ў адной з расійскіх газет надрукавана: *«Сын немаможнага бацькі, папа-беларуса, трапіў у Пецярбург у Дух. Акадэмію і адразу “правіўся”»*.

Безумоўна, балюча ўспрымаў падобныя «навіны» беларус Гарэцкі (дарэчы, фельетон быў падпісаны псеўданімам «Максім Беларус»), бо стаяў на чале нацыянальнага адраджэння і добра разумеў, як складана даюцца беларусам нават самыя маленькія перамогі. Усведамляў і тое, што нават за дробны промах, няверны ход расплата будзе вялікай, што, уласна кажучы, і ўбачыў праз друкаванае слова (расійскія выданні са смакам распавядалі пра «праявы» беларусаў). Таму ў фельетоне з горыччу прыняўся выкрываць нядбайных суайчыннікаў. Удала выкарыстоўваючы гратэск, аўтар стварае мастацкі вобраз ворага беларушчыны: *«На пагляд-такі войстрачок дохленькі, куды прасцей галубка, але ў глыбіне душонкі сваей быў мудрэй уселякае вужакі, толькі нельга зычыць нікому гэтай яго «жыцьцёвай» мудрасьці, бо надта-ж брудна. Ня грэбаваў нічым, каб зарабіць грошы, каб проста набіць чэрава, але прастаўляўся, што працуе «высокім ідэям» і ўрэшці быў «сваім чалавекам» у о. рэктара»³*. Сваю вялікую непрыхільнасць да такіх людзей Гарэцкі выказвае па-мастацку саркастычна: у газетным тэксце паняцці «свой чалавек», «высокая ідэя» наўмысна набываюць супрацьлеглае значэнне. І ўсё для таго, каб падкрэсліць, як лёгка можна памыліцца ў палітычна нестабільны час, вызначаючы маральную мяжу недатыкальнасці паміж сваім і чужым, высокім і нізкім.

3 Падобнага героя можна сустрэць на старонках аповесці “Дзве душы”(1919) – гэта Карнавіч – Гаршчок, які ў любой партыі “мог бы знаходзіцца з пэўнай шчырасцю”.

Невыпадкова фельетон падпісаны псеўданімам «Максім Беларус», дзе «Беларус» прапісана з вялікай літары. Назваць сябе беларусам у той час мог чалавек, надзелены вялікай адвагай, разуменнем адказнасці за свае дзеянні і ўчынкi, і вядома, са шчырымі патрыятычнымі пачуццямі.

У фельетоне ёсць і другая гісторыя, прынесена Максіму Беларусу «Биржевыми Ведомостями»: *«Пан Лукашэвіч (хто хочэ, ніхай чытае Солон, ці як інакш), сын свайго беларускага народа, перш быў вучыцелем, потым... валасным пісарам, далей пралез у чыновенства, зрабіўся газэтным пісакам за «тые» грошы, скрабецца і ў Г. Думу, таксама працаваў «і нашым і вашым». Як тое кажыць: – на усе кепствы – майстра лепшы». Аўтарскае «я» публіцыста выражана адкрыта і эмацыянальна, носіць павучальны характар: «А сколькі ешчэ, хто ведае, поўзае гэтых «нашых», буйнейшых і драбнейшых, на зямлі, у дварэ, дома ці сярод чужынцоў ў сьвеці! Крый, Божэ, барані...». Заканчваецца ж фельетон па-журналісцку вострым перыфразам: «І калі-ж мінець нас гэтае дрэннае – дажджлівае лета, бо шмат развялося чарвей; каб ня зьелі яны нашу капусту».*

Такім чынам, і жанр фельетона аказаўся падуладным Максіму Беларусу. Малады пісьменнік таленавіта скарыстаў мастацкае слова для публіцыстычнай неабходнасці, бо фельетон – той жанр, дзе мастацкія сродкі толькі завастраюць тэкст. Ад першага іранічнага слова назвы «Нашы», да апошняга перыфраза тэкст прасякнуты дынамічным пульсам думак, эмоцый і спадзяванняў аўтара.

Нават з разгляду трох публікацый відавочна, што аналіз публіцыстыкі Максіма Гарэцкага «нашаніўскай пары» – справа не такая ўжо і другарадная, бо менавіта ранняя публіцыстыка Гарэцкага, творчасць таго часу, калі пісьменнік не быў яшчэ зацятым прыхільнікам ніякай іншай ідэалогіі акрамя справы нацыянальнага станаўлення, дае магчымасць зразумець, як фарміраваўся яго светапогляд, як выточвалася ідэалагічная пазіцыя, як слова публіцыста з часам ператваралася, вырастала ў слова пісьменніка.

Літаратура

1. Наша ніва. Штотыднёвая газета: Факсімільнае выданне. Вып. 5 (1912–1915, 1920 гг.); адк. за выпуск Зьміцер Санько. – Мінск: Тэхналогія, 2009. – № 1. – 1912.
2. Стральцоў, Б. Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста / Б. Стральцоў. – Мінск: БДУ, 2002.

ПЫТАННІ МІЖНАРОДНАГА ЖЫЦЦЯ НА СТАРОНКАХ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА»

Інфармацыя аб падзеях міжнароднага жыцця змяшчалася на старонках газеты «Наша Ніва» літаральна з першых нумароў. Газета, закліканая «служыць усяму беларускаму народу», шмат зрабіла для таго, каб «свет падаў у цёмнасць», каб малаадукаваны на той час беларус далучыўся да падзей у Еўропе і свеце ў цэлым, ведаў асаблівасці дзяржаўнага ладу іншых краін і пераймаў лепшае з іх вопыту для наладжвання грамадскага і палітычнага жыцця свайго краю.

У першых нумарах выдання за 1906 г. рэдакцыя паведамляла чытачам пра падзеі за мяжой у невялікіх па аб'ёму інфармацыйных падборках «Аб усём па троху», «Загранічнае эхо», «З усіх старон». Змаганне за дэмакратычныя свабоды ў Персіі, паведамленні аб забастоўках у Аўстрыі, Германіі, барацьбе насельнікаў Паўднёвай Афрыкі з Англіяй за самастойнасць Трансваальскай рэспублікі сведчылі, што нашаніўцы вылучалі з патоку разнастайнай інфармацыі публікацыі з вострым сацыяльным гучаннем. У прыватнасці, уласны карэспандэнт газеты даслаў у рэдакцыю ліст з Берліна пад псеўданімам «Марцін з-за рэчкі» з крытыкай ганебных учынкаў падданых імператара Вільгельма II у афрыканскіх калоніях, якія жорстка распраўляліся з мясцовым насельніцтвам – «вешалі, крыжавалі жыўмя, дрэнчылі за ўсялякія глупствы» [4, с. 7].

У публіцыстычных нататках, аналітычных артыкулах аўтары газеты нярэдка параўновалі асаблівасці палітычнага, эканамічнага і сацыяльнага жыцця іншых краін з існуючымі ў Расіі. У артыкуле «Аб свабодах», які друкаваўся з працягам у трэцім і чацвёртым нумарах газеты за 1906 г., аўтар на прыкладзе англійскага заканадаўства паказаў, чаго дабіўся народ ад каралеўскай улады: свабоды веравызнання, свабоды слова, свабоды друку, сходаў, таварыстваў і саюзаў, свабоды забастовак. Апрача гэтага, адзначаў журналіст, «у Англіі асоба і кватэра кожнага чалавека – рэч святая: без пастановы суда прысяжных нельга нікога арыштаваць, не можа паліцыя заходзіць у чужую кватэру, рабіць вобыск, забіраць паперы, лісты, пісулькі, фотаздымкі, – як робіць наша паліцыя» [1, с. 3]. Лагічным працягам тэмы барацьбы прыгнечаных народаў за палітычныя і эканамічныя свабоды стаў артыкул «Зямельная справа ў Новай Зеландыі», змешчаны ў № 8 за 1906 г. Дабрабыт былой англійскай калоніі стаў хутка прырастаць пасля атрымання дзяржаўнай незалежнасці ў 1853 г. і літаральна за некалькі дзесяцігоддзяў «край так упарадкаваўся, што ўсім з яго можна браць прыклад; і ўпарадкавалі

гэту краіну не чыноўнікі, а свабодныя грамадзяне». Такія, а можа і лепшыя парадкі, на думку публіцыста, можа арганізаваць свая краёвая ўлада, а яе дэпутатаў павінен выбіраць увесь наш народ «агульным, роўным, простым і тайным падаваннем голасу, а не так, як цяпер у Расійскую Дзяржаўную Думу» [3, с. 8]. Гэта вялікая публікацыя была выдадзена асобнай брашурай і з-за яе вострай сацыяльнай скіраванасці нават была канфіскавана пры выбыску, праведзеным паліцыяй у рэдакцыі.

Геаграфія замежных падзей на старонках газеты ахоплівала літаральна ўсе пяць кантынентаў, але найбольш нататак, карэспандэнцый, артыкулаў друкавалася пра падзеі ў Еўропе. З мэтай пашырэння палітычнага, прававога і адукацыйнага кругагляду чытачоў аўтары «Нашай Нівы» прапаноўвалі ім інфармацыйныя і аналітычныя публікацыі на палітычныя, сацыяльна-эканамічныя, гандарныя і іншыя тэмы. Досыць карыснай для чытачоў была тэма эміграцыі з Беларусі (найперш у Злучаныя Штаты Амерыкі), гэты аспект падрабязна разгледжаны ў артыкуле В. Кіпеля «Эміграцыя з Беларусі й газета “Наша Ніва”» [5].

Артыкулы на тэмы палітычнага жыцця Англіі («Палітыка Англіі ў бурскіх правінцыях»), Італіі («Вялікае няшчасце ў Італіі»), Фінляндыі («Праект новага закона ў Фінляндыі»), Турцыі («Канстытуцыя ў Турцыі»), Аўстрыі («Новы аўстрыйскі парламент (Дума)») інфармавалі чытачоў аб дзейнасці парламентаў гэтых і іншых краін, асаблівасцях выбарчага права і суадносінах сіл розных палітычных партый і плыняў, наступствах стыхійных бедстваў і г. д. Публікацыі «Нашай Нівы» на сацыяльную тэматыку прысвячаліся праблемам беспрацоўя ў Англіі («Біржы працы ў Англіі»), асаблівасцям заканадаўства ў эканамічна развітых краінах («Чаму ў Бельгіі не караюць смерцю?», «Хаўрусы рабочых у Бельгіі», «Помач рабочым у Нямецчыне»). Шырока была прадстаўлена ў газеце і зямельная праблема, якая аналізавалася ў публікацыях «Законы аб арандатарах-мужыках у Індыі», «Закон аб дробных зямельных гаспадарках у Англіі», «Зямельныя беспарадкі ў Італіі», «Вясковыя таварыствы ў Гішпаніі», «Сельская гаспадарка ў Даніі».

Пастаянную прапіску на старонках «Нашай Нівы» атрымала тэма адукацыі. Тытульная нацыя – беларусы – займала тады ледзь не апошняе месца па пісьменнасці сярод нацменшасцей краю. Газета не толькі гарача падтрымлівала ідэю аб аднаўленні дзейнасці ў Вільні ўніверсітэта, але і шмат пісала аб адукацыйных установах рознага ўзроўню у замежных краінах. У публікацыі «Значэнне народнай прасветы» адзначалася, што павелічэнне затрат на народную адукацыю станоўча адбіваецца на росце валавага нацыянальнага прадукта і зарабатнай платы ў вядучых краінах свету. «І ў Расіі жыццё народа і ўсёй дзяржавы можа змяніцца на лепшае толькі

тады, – падкрэсліваў аўтар, – калі завядзецца тут агульнае навучанне для ўсіх» [2].

Дасягненням і недахопам адукацыі за мяжой былі прысвечаны публікацыі «Народныя універсітэты заганіцаю», «Народныя універсітэты ў Швецыі», «Школьная справа ў Турцыі» і інш. У артыкулах на тэму адукацыі выкарыстоўваўся вельмі прасты, але дзейсны прыём – параўнанне даных статыстыкі, якое выглядаў вельмі доказна. У матэрыяле «Аб народнай прасвеце ў Швейцарыі» была апублікавана інфармацыя аб суадносінах пісьменных і непісьменных у Швейцарыі (адзін непісьменны на 500 жыхароў) і Расіі (308 непісьменных на 500 чалавек). У тым жа артыкуле паведамлялася аб колькасці школ у Швейцарыі (адна народная школа на 45 дзяцей) і ў Літоўска-Беларускім краі (адна школа на 483 дзіцяці), прыводзілася яшчэ некалькі красамоўных фактаў – швейцарскія законы прадугледжвалі ўсеагульнае бясплатнае навучанне дзяцей ва ўзросце ад 7 да 15 гадоў, выдачу бясплатных падручнікаў і (для вучняў з бедных сем’яў) абутку, вопраткі і харчавання.

Тэматыка міжнароднага жыцця «Нашай Нівы» гэтым не абмяжоўвалася, газета змяшчала матэрыялы аб еўрапейскім вопыце барацьбы з п’янствам, важнейшых падзеях у студэнцкім жыцці за мяжой, дасягненнях навукі і тэхнікі, станаўленні жаночага руху, гандлёвых сувязях з Англіяй, Францыяй, Германіяй, Румыніяй, Грэцыяй, Індыяй, Карэяй, ЗША і іншымі краінамі свету.

Такім чынам, міжнародная тэма на старонках «Нашай Нівы» з’яўлялася складовай часткай палітыкі выдання, дзе асноўным быў дэвіз «браць усё ад усіх, і, злажыўшы ў парадак, зноў аддаваць». Для насельніцтва краю выданне адыгрывала ролю своеасаблівага грамадазнаўчага інстытута, які ў пачатку XX ст. зрабіў важкі ўклад у развіццё нацыянальнага руху, фарміраванне беларускага народа як народа палітычнага праз распаўсюджванне і папулярызацыю ведаў аб розных аспектах жыцця краін Еўропы і свету.

Літаратура

1. Г. Аб свабодах / Г. // Наша ніва. – 1906. – № 4. – С. 2–3.
2. Значэнне народнай прасветы // Наша ніва. – 1908. – № 4. – С. 4.
3. Зямельная справа ў Новай Зеландыі // Наша ніва. – 1906 г. – № 8. – С. 4–8.
4. Марцін з-за рэчкі. Загранічнае эхо (Ад наша ўласнага карэспандэнта) / Марцін з-за рэчкі // Наша ніва. – № 5. – С. 7.
5. Янка Купала і «Наша Ніва»; склад. С. Панізнік. – Мінск: Хата, 1997. – С. 137–149.

ЦІШКА ГАРТНЫ І «НАША НІВА»

Цішка Гартны (Зміцер Хведаравіч Жылуновіч) – паэт, празаік, публіцыст, драматург, літаратурны крытык, дзяржаўны і грамадскі дзеяч, першы старшыня часовага ўрада Савецкага Беларусі, правадзейны член Акадэміі навук Беларусі. Цікавай старонкай яго шматграннай дзейнасці з’яўляецца супрацоўніцтва з газетай «Наша ніва», якое ў многім прадвызначыла творчы лёс Цішкі Гартнага.

Зм. Жылуновіч нарадзіўся 4 лістапада 1887 г. у мястэчку Капыль Слуцкага павета ў сям’і бедных сялян-чорнарабочых. На адзінаццатым годзе жыцця ён пайшоў у пастухі-найміты, пасабляючы грашмыма сваім бацькам. Першапачатковую адукацыю атрымаў дома, потым вучыўся ў «дарэктараў», хатніх настаўнікаў. У 1902 г. ён паступіў у двухкласнае Капыльскае народнае вучылішча, якое закончыў у 1905 г. У лютым 1906 г. уладкаваўся на працу ў гарбарную майстэрню ў родным мястэчку.

Зм. Жылуновіч рана далучыўся да рэвалюцыйнай дзейнасці, захапіўся работніцкім рухам. Упершыню трапіўшы ў 1904 г. на мітынг сацыял-дэмакратаў, ён на доўгі час звязаў свой лёс з Капыльскай сацыял-дэмакратычнай арганізацыяй, стаў адным з найбольш дзейных яе сяброў. Ён удзельнічаў у маёўцы 1904 г., у дэманстрацыях 1905 г. Гэта паслужыла галоўнай перашкодай пры паступленні ў 1906 г. у Нясвіжскую настаўніцкую семінарыю, куды Зм. Жылуновіча не прынялі з-за адсутнасці даведкі пра добранадзейнасць.

Рэвалюцыйная дзейнасць скіравала Зм. Жылуновіча да напісання вершаў. Першыя яго літаратурныя спробы былі на рускай мове. Са сваімі вершамі ён восенню 1905 г. паехаў у Кіеў, дзе хацеў апублікаваць там творы і ўладкавацца на працу, аднак яго спадзяванні не спраўдзіліся. Ён працягвае пісаць вершы, але маладога аўтара бянтэжыць цяжкасці з рускай мовай. «Здавалася мне, што знаў я яе добра, бо разумеў усё чытанае, гутарыў, хоць і з акцэнтам, усё ж нядрэнна, а пішучы – даводзілася шукаць слоў» [1, с. 129] – успамінаў пазней Цішка Гартны. Адночы ў яго адбылося выпадковае знаёмства з беларускім друкаваным словам. Восенню 1905 г. у Капыль трапілі нелегальныя брашурны і лістоўкі сацыялістычнай грамады на беларускай мове. «Яснасць сэнсу дзякуючы даступнасці і зразумеласці мовы вельмі кранулі мяне, – згадваў Цішка Гартны. – Я ўбачыў, як бы лёгка было праз беларускую літаратуру весці прапаганду ў беларускіх мястэчках і вёсках. Аднак, апроч некалькіх пракламацый і брашур пра зямлю, больш нічога да мяне не папала. Дастаць жа што-кольвечы новае на беларускай мове я не ведаў, дзе і як» [1, с. 129].

У Капыль мела доступ прапагандысцкая літаратура пераважна на рускай мове. Газета «Наша доля» не трапіла ў Капыль ніводным нумарам, а з «Наша нівай» Цішка Гартны пазнаёміўся толькі летам 1908 г. Падзея гэта стала паваротнай у яго жыцці, моцна паўплывала на яго літаратурную, журналісцкую і рэвалюцыйную дзейнасць.

«Прачытаўшы «Наша ніву» ад назвы да подпісу рэдактара, я быў у захапленні, – пісаў Цішка Гартны. – Мне дзівіў не яе змест, не цікавасць раскладзенага ў ёй матэрыялу, а, галоўным чынам, даступнасць яе, яе блізкасць «духу» вакольнага беларускага жыцця, нарэшце, самы факт друкавання яе на беларускай мове. Апошняе было для мяне адкрыццём. Да гэтага часу я не мог сабе ўявіць, каб тая мова, на якой гутарылі мае бацькі, сяляне, але якой не відаць было ў кніжках, у школе, у абыходзе крыху бывалых людзей, каб на гэтай мове можна было друкаваць газету... «Наша ніва» ўсім прыйшлася да густу, стала блізкай і цікавай» [1, с. 130–131].

Цішка Гартны на той час быў беспрацоўным і не мог выпісаць «Наша ніву» але як толькі пайшоў на працу, з першай палучкі выпісаў газету, атрымліваў яе кожны тыдзень і кожную нядзелю чытаў сваім сябрам.

Ён адразу заўважыў, што расійскія газеты, якія прыходзілі ў правінцыю, былі далёка ад таго, каб «раскалыхаць пачуццё пратэсту супраць катаржнага царскага ладу» [1, с. 131], яны не краналі «жыцця Беларусі ў яго сялянскіх пластах», не былі сапраўдным адбіткам беларускай рэчаіснасці. У той час як «Наша ніва» ў кожным нумары «прыносіла свайму чытачу сотні допісаў з шматлікіх беларускіх мястэчак і вёсак», «баразніла глухое беларускае жыццё і падносіла ў дробных фактах яго цікавы рух, яго твар...» [1, с. 131].

Самым цікавым для Цішкі Гартнага было чужую родную мову ў друкаваных у газеце вершах. Ён адзначыў, што першыя беларускія вершы, прачытаныя ў «Наша ніве», зрабілі на яго «сапраўды галавакружнае ўражанне і ўсё ў яго нутры раптам перавярнулася», і цяга пісаць па-беларуску цалкам завалодала ім. Асабліва ўразілі вершы Янкі Купалі і Якуба Коласа. Напісаныя Гартным творы на расійскай мове здаваліся яму цяпер «ашурпатымі, чэрствымі і бяздушнымі», у іх наглядалася нейкая штучнасць [1, с. 132]. Нарадзілася жаданне паспрабаваць пісаць па-беларуску. Так з'явіўся першы беларускі верш «Бяздольны», надрукаваны ў студзені 1909 г. у газеце «Наша ніва» (№ 2) з прысвячэннем Янку Купалу.

Цішка Гартны захацеў пабыць ў рэдакцыі «Наша нівы», пагутарыць з яе кіраўнікамі і больш канкрэтна выявіць сабе перспектывы, грунтоўнасць і сэнс пастаўленых ёю заданняў [1, с. 136]. Ён марыў пабачыцца з Янкам Купалам і Якубам Коласам. Паводле яго слоў, «хацелася пагаварыць, пачуць думкі кожнага з іх пра тое, што заставіла іх пісаць па-беларуску і як яны глядзяць на падняты імі лозунг адраджэння Беларусі» [1, с. 136].

У жніўні 1909 Цішка Гартны прыехаў ў Вільню. Ён наведваў рэдакцыю «Нашай нівы» пазнаёміўся з некаторымі яе супрацоўнікамі (рэдактарам Аляксандрам Уласавым, Ядвігіным Ш., Сцяпанам Нагурскім, Сяргеем Палуянам, Іваноўскім і інш), атрымаў пэўнае ўяўленне пра іх. Ён зразумеў, што яго мары застацца на працу ў рэдакцыі «Нашай нівы» безнадзейныя [1, с. 138]. Таму з дапамогай Сцяпана Нагурскага ўладкаваўся на завод Гецава, а пасля працы амаль кожны дзень заходзіў у рэдакцыю «Нашай нівы». З Нагурскім яны абмяркоўвалі пытанні рабочага жыцця, настрою рабочых, іх матэрыяльнага становішча. З Сяргеем Палуянам, які належаў да ўкраінскіх сацыял-дэмакратаў, яны ўсебакова абгаворвалі становішча беларускага нацыянальна-сацыялістычнага руху, палажэнне «Нашай нівы» і палітычныя напрамкі, настрой сяброў рэдакцыйнай клегі». Па словах Гартнага, «абодвух нас не задавальняў слабы радыкалізм кіраўнікоў газеты і інтэлігенцкая адмежаванасць ад рабочых» [1, с. 140].

У хуткім часе Цішка Гартны вырашыў пакінуць Вільню. Гэта было выклікана немагчымасцю застацца працаваць пры рэдакцыі «Нашай нівы», адсутнасцю ў Вільні Янкі Купалы і Якуба Коласа, некаторай холаднасцю ў адносінах паміж паасобнымі сябрамі рэдакцыі і жаданнем вандраваць. Яшчэ да прыезду ў Вільню Гартны меў намер аб'ехаць шэраг месц з гарбарскай прамысловасцю [1, с. 141], вывучыць жыццё гарбароў, завязаць сувязь з рабочымі. У 1909–1912 гг. у пошуках працы Гартны аб'ездзіў многія гарады Беларусі, Украіны, Літвы і Латвіі.

Супрацоўніцтва Цішкі Гартнага з «Нашай нівай» было надзвычай плённым. У 1909 г. Гартны публікаваўся амаль у кожным нумары. Сярод яго матэрыялаў найперш былі допісы, нататкі. Яны змяшчаліся ў рубрыцы «З Беларусі і Літвы. Ад нашых карэспандэнтаў». Тут пазначалася месца, адкуль дасылаўся матэрыял. У 1909 г. Гартны дасылаў свае карэспандэнцыі з Капыля, падпісваў іх псеўданімам Цішка Гартны. У газеце друкаваліся яго вершы, а таксама яго абразкі, апавяданні, напрыклад, «Думкі. Пасвячаю Якубу Коласу – песняру народнаму» (№ 2), «Скошаны луг» (№ 31), «Думкі беларуса» (№ 33).

У 1910 г. Цішка Гартны адпраўляе свае матэрыялы з Магілёва і падпісвае іх псеўданімамі Цішка Гартны, Гартны, Цішка. Тут карэспандэнцый менш, чым у 1909 г., затое больш друкуецца праявічных твораў і вершаў. У 30-м нумары за 1910 г. апублікаваны верш «Не хістайся дуб зялёны», прысвечаны Якубу Коласу, у № 39 – верш-прысвячэнне Альберту Паўловічу «Як гляджу я на сіняе неба...».

У № 47 ад 12 лістапада 1910 г. у рубрыцы «Лісты ў рэдакцыю» надрукаваны віншаванні «Нашай ніве», што адзначала чацвертую гадавіну з дня выпуску першага нумара. Побач з вершамі-віншаваннямі Максіма Багдановіча, Алеся Гаруна, прывітаннямі ад чытачоў, ад Ігната Буйніцкага

змешчаны верш Цішкі Гартнага «Ахвярую «Нашай ніве» ў чатырохлетнюю яе гадаўшчыну», які пачынаўся так:

Ад братняга сэрца і шчырай душой

Вітаю я родную «Ніву».

Ты ззяеш праменьнямі зоркі начной

Над беднай, убогай краінай,

Пакрытай імглою цямливай.

У карэспандэнцыі ад 2 верасня 1910 г. (№ 36), дасланай Гартным з Магілёва, паведамляецца пра пажар, што знішчыў амаль усе гарбарні, у якіх выраблялі жоўтую скуру. У выніку падскочылі цэны на гэты тавар, а гарбары засталіся без працы. Допіс сведчыць аб тым, што Гартны сапраўды цікавіўся станам гарбарнай справы. У № 49 ад 3 снежня надрукаваны верш «З песень гарбара». У № 52 ад 25 снежня за подпісам Цішка Гартны апублікаваны артыкул «Леў Талстой у памяці мужыкоў беларусаў».

У 1911 г. у «Нашай ніве» публікуюцца творы Цішкі Гартнага, дасланыя з Вількаміра, Дзвінска, Магілёва. Сярод іх вершы «Лясун» з цыкла «Начныя чары» (№ 5), «Надзея» (№ 13), «Любоў» (№ 16), «Дружна з ахвотай...» (№ 23), «Загудзі ты вецер», «Песні жніў» (№ 30), «Я – асобны свет (Ахвярую Влесту)», абразок «Завяўшая краса» (№ 39) і інш.

Супрацоўніцтва Цішкі з «Нашай нівай» працягвалася ўвесь перыяд яе існавання, нягледзячы на тое, што ён быў карэспандэнтам бальшавіцкай газеты «Правда», супрацоўнічаў з іншымі выданнямі. Пасля закрыцця «Нашай нівы» (жнівень 1915 г.) ў лютым 1916 г. у Вільні пачала выходзіць газета «Гоман». У Петраградзе з лістапада выдаюцца газеты «Светач» і «Дзянніца» – грамадская і літаратурная газета на беларускай мове, рэдактарам-выдаўцом якой быў Цішка Гартны. Газета працягвала дэмакратычныя традыцыі «Нашай нівы», змяшчала матэрыялы пра цяжкае становішча Беларусі ў Першую сусветную вайну, ставіла пытанні пра развіццё асветы, увядзення ў школах навучання на роднай мове, абмяркоўвала пытанні беларускай граматыкі. Друкаваліся творы Ц. Гартнага, К. Буйло, Х. Чарнышэвіча, А. Паўловіча і інш. Газета выдавалася з 1 лістапада да 31 снежня 1916 г., усяго выйшла сем нумароў.

Такім чынам, газета «Наша ніва» шмат дала Цішку Гартнаму як літаратару, публіцысту, рэдактару-выдаўцу, паўплывала на яго рэвалюцыйную дзейнасць. Дзякуючы «Нашай ніве» ён адчуў дзейнасць беларускага друкаванага слова, мілагучнасць беларускай мовы, у Цішкі Гартнага абудзілася жаданне пісаць па-беларуску, ён захапіўся ідэяй беларускага нацыянальна-культурнага адраджэння.

Літаратура

1. Гартны Цішка. Дваццаць гадоў назад // Успаміны пра Цішку Гартнага. – Мн.: Маст.літ., 1984. – 175 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ (опыт форсайт-прогноза)

Форсайт – методика собирательной, многовариантной оценки долгосрочных перспектив развития СМИ и журналистики, технологий производства массовой информации на основе учета социально-экономических изменений и мнений участников этого процесса – в первую очередь, журналистов и аудитории СМИ. Методология форсайта базируется на современных разработках в области политического анализа, стратегического анализа и социального прогнозирования.

От простого прогнозирования форсайт существенно отличается. Прогнозы обычно составляются группой экспертов, так, для коммуникационного пространства Республики Беларусь их разрабатывает Министерство информации. В форсайтах же учитываются мнения и интересы широкого круга людей, причем не обязательно изучающих конкретную проблематику. В данном случае форсайт – это обобщенная и усредненная прогнозная оценка представителей всех заинтересованных сторон, которые могут затронуть изменения в СМИ, включая журналистов, учредителей и издателей, а также аудиторию СМИ.

За последние двадцать лет журналистика в мире претерпела значительные изменения, однако следующие десятилетия еще в большей степени трансформируют ее. Ожидаемые изменения будут происходить на четырех уровнях: аудиторий СМИ, редакционных коллективов, национальном и глобальном уровнях. В будущем взаимодействие аудитории и СМИ будет основано на новой информационной парадигме. Нас ждет смещение акцента с контента на новые методы журналистской работы, в которых основную роль будут играть технологии и аналитика. Даже в условиях большого числа СМИ их взаимодействие с аудиторией будет устроено с учетом индивидуальных потребностей и предпочтений конкретных людей.

За счет чего количество СМИ возрастет? Монополия печатных и аудиовизуальных СМИ на создание и распространение нового контента будет размыта за счет появления на информационном рынке новых типов организаций, предлагающих услуги по созданию и доставке информационного продукта. В то время как реальные различия в качестве контента между СМИ будут стираться, конкуренция между ведущими СМИ будет усиливаться, особенно в вопросах репутации. Глобальные коммуникации, распространение цифровых технологий будут способствовать развитию глобальных сетей и интерактивного массового информационного процесса, в частности на транснациональном уровне.

Новые каналы коммуникации предполагают новые способы организации работы журналистов, редакций СМИ, принципы сбора и редактирования информации, отношение журналистов к аудитории и взаимоотношения с ней. Это означает, что должна поменяться и модель распространения СМИ, и подход к продажам рекламы, и, собственно, редакционного контента. Различные заинтересованные стороны по-разному видят будущее СМИ, но фактически сходятся в следующем: аудитория, потребители контента будут все больше диктовать требования и самостоятельно решать, какое из СМИ выбрать в то или иное время. Аудитория будет воспринимать мир как реальность, обогащенную (насыщенную) цифровыми технологиями и, как следствие, будет изменяться под воздействием технологий, каналов распространения СМИ, демографических и социально-экономических условий.

Сегодня СМИ приходится преодолевать серьезные препятствия, связанные с кардинальными изменениями информационного рынка. Среди таковых – изменение моделей распространения журналистского контента и появление новых конкурентов, как внутри, так и за пределами традиционной отрасли, вынуждающие СМИ пересматривать свои подходы к тому, каким образом их контент поступает на рынок. Так, например, формируется тенденция, согласно которой газета уже не должна самоопределяться как «бумага с новостями», т. е. первично содержание информации, а не ее материальный носитель. Отсюда тенденция – быстрое увеличение количества новых газетных жанров, нацеленных на новые аудиторные сегменты и требующих новых маркетинговых подходов и новых моделей распространения. Суть их в том, что волна новых бесплатных изданий, хлынувшая на платный рынок, заставила СМИ пересматривать модель платного распространения, просуществовавшую более 400 лет.

Следующая тенденция связана с уменьшением газетных форматов – от широкополосного до таблоида. Она вынуждает печатные СМИ тщательно планировать изменения и придавать огромное значение новым стратегиям в распространении и определении рекламных тарифов. Параллельно с увеличением количества и ростом совокупного тиража печатных СМИ во многих странах мира уходит в прошлое эпоха универсальных массовых газет «для всех», что стали очень остро ощущать в последние годы республиканские общественно-политические газеты. Вместо нее зарождается новая эпоха запуска нацеленных на определенную аудиторию газет (targeted newspapers), газет по особому заказу (tailored newspapers), в дополнение к газетам общего содержания. Это эпоха жесткой и бескомпромиссной конкуренции на становящемся все более тесным рынке, где аудитория СМИ сама определяет и контролирует свои медиапотребности. Имея огромный выбор медиавозможностей, аудитория отдает предпочтения тем СМИ, которые «разговари-

вают» с ней, ее больше не устраивают традиционные СМИ в их прежней форме. В этой ситуации многие газеты видят реальный выход во фрагментации, которую рассматривают как возможность привлечения новых аудиторий, повышения собственной актуальности для существующих аудиторий и создания привлекательных рынков для рекламодателей. Одна из основных тенденций, влияющая на будущее журналистики и СМИ, изменение потребительских новостных предпочтений в сторону цифрового формата. Это серьезное и, на наш взгляд, необратимое изменение. В этой ситуации СМИ должны изменяться сами, чтобы предоставить аудитории информационные продукты, которые она требует сегодня. Можно определенно утверждать, что большая часть мира будет объединена информационными сетями, и миллионы людей отдадут свое предпочтение цифровым источникам информации вместо традиционных.

Еще одна прогнозируемая тенденция заключается в том, что СМИ, предназначенные для элитарных, институализированных высокообеспеченных аудиторий в целом будут иметь лучшие показатели по объему аудитории, доходам от рекламы, чем те, которые ориентированы на массовые аудитории. Специализированные издания, узко и глубоко сосредоточенные на определенных интересах потребителей, будут иметь лучшие аудиторные и экономические показатели как на печатных, так и на цифровых платформах. При этом, скорее всего, темпы роста расходов на рекламу в Интернете замедлятся, а доля расходов на рекламу в печатных журналах от общих расходов на рекламу вне Интернета либо останется на прежнем уровне, либо немного увеличится. Доля доходов журнальных СМИ от непечатных продуктов будет, по прогнозам рекламодателей, понемногу расти с нынешних 2–4 % до 6–10 %, но большинство СМИ, так прежде всего считают учредители, будут по-прежнему сильно зависеть от доходов и прибылей, получаемых за счет печатных изданий. В свою очередь, сами журналисты надеются, что для некоторых аудиторий печатные СМИ останутся важными, а для таких целевых аудиторий, интересы которых сконцентрированы на моде, дизайне, искусстве и питании они могут остаться доминирующим типом СМИ.

Можно прогнозировать, что на поведение медиапотребителей будут сильно влиять новые технологии, которых пока нет на информационном рынке Беларуси. Например, это будет легкая и гибкая электронная бумага различных размеров с беспроводным доступом. Новые технологии окажут большое влияние как на печатные СМИ, так и на существующие сегодня цифровые платформы. Однако главный вопрос в том, когда это произойдет. Так, в 1981 году Б. Гейтс прогнозировал, что 640 кб памяти хватит всем, но уже через 10 лет такого объема достаточно лишь для того, чтобы один раз проверить почту. При этом для компенсации стоимости высокотехно-

логичных СМИ должны разрабатываться новые бизнес-модели, которые несомненно будут исходить из аксиомы, что потребителям высокотехнологичных СМИ ничего не достанется бесплатно, так как аудитории придется расплачиваться либо деньгами, либо временем.

В ближайшие годы на аудиторию СМИ сойдет лавина информации, причем в большинстве сомнительной достоверности и актуальности, из всевозможных источников. Как следствие, аудитория будет все больше разочаровываться в поисковых системах, поскольку они сортируют результаты поиска в зависимости от того, сколько им было заплачено за место в рейтинге, а не от позиции качества контента. Само по себе обилие имеющейся информации будет все больше затруднять поиск необходимой и достоверной информации в СМИ. В этих условиях, по нашим прогнозам, аудитории белорусских СМИ потянутся к бренду, которому они более доверяют, который им знаком лучше, чем другие. А бренд местной газеты обладает уникальной исторической силой, основанной на доверии к нему как к источнику достоверной местной информации. Поэтому можно прогнозировать, что агрегированная аудитория местных СМИ в ближайшие годы увеличится более значительно, чем отдельно взятые аудитории республиканских печатных СМИ.

Можно утверждать, через 20 лет в редакциях никто не будет делать макеты полос, в них останутся дизайнеры шаблонов, один-два на редакцию. Дизайнеры шаблонов будут начинать работу не с сеток и размеров полос, а с набора правил, которые определяют, какой должна быть полоса в зависимости от платформы, содержания, целевой аудитории, стиля и от того, в какой информационной и технологической среде в данную минуту распространяется контент. Редакции СМИ будущего скорее всего будут состоять из сетей корреспондентов, редакторов и «проверяющих». Эти редакции возникнут на базе современных новостных организаций, но будут связаны с другими подобными сетями с целью взаимного синдицирования. Сети блогеров также будут интегрированы в редакции. СМИ будут организовывать редакцию, исходя из интересов аудитории, а не в соответствии с источниками, которыми пользуются журналисты.

Будет создана некая цифровая платформа новой журналистики, точнее – платформы распространения новостей, финансируемые за счет доходов от рекламы. Возможно, это будет недорогой гибкий полимерный экран, который люди смогут носить при себе, непрерывно получая на него новости. Платформ будет все больше и больше, и люди станут получать новости едва ли не из каждого из устройств, к которым они прикасаются: телефонов, плееров, терморегуляторов, экранов в лифтах, из всех устройств, на которые можно передать новости. Возможно, возникнут новые средства отображе-

ния, но и через пять лет их набор, по-нашему глубокому убеждению, останется прежним: это будет текст, иллюстрации, звук и видео. Текст никуда не денется, поскольку это самый дешевый и самый быстрый путь передачи информации.

Поэтому, как и сегодня, СМИ должны будут обеспечить, чтобы информационный продукт был актуальным и привлекательным для целевой аудитории по трем ключевым параметрам: контенту, формату и времени. По крайней мере один элемент газетного мира, мы полагаем, останется неизменным: контент будет править по-прежнему. Качественная журналистика и в обозримом будущем остается универсальной «валютой» СМИ.

Дмитрий Дроздов

Белорусский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ

С окончанием «холодной войны» и распадом социалистического лагеря в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого века наступил переходный период, когда правящие элиты стран Восточной Европы и бывшего Советского Союза определяли для своих народов оптимальные модели национального развития. Этот поиск осложнялся значительными экономическими и социально-политическими потрясениями, преодолевать которые небескорыстно взялись помогать развитые страны Запада. Такой своеобразный «ленд-лиз» имел достаточно разносторонний характер, но особое значение приобрела трансляция на массовое сознание и общественное мнение «молодых демократий» системы западных ценностей, стандартов, позиций и т. п. Среди прочих аргументов «положительных» новаций была и концепция гражданского общества, призванная поддерживать и развивать горизонтальные связи между группами и отдельными индивидами независимо от государственных властных структур, повышать роль первых в общественной жизни.

В современных кризисных реалиях эта концепция все еще остается актуальной, однако осмысление ее учеными и политиками, на наш взгляд, характеризуется чрезмерным теоретизированием, отсутствием критического анализа, особенно существенных результатов ее реализации на практике. Предпосылками для возникновения и устойчивого развития гражданского общества являются многоукладная рыночная экономика, эффективная социальная политика государства, демократичное политическое устройство, высокий уровень культуры населения, правовая защищенность граждан и др. Существует даже мнение, что гражданское общество – это общество не-

государственного типа [3], но тогда закономерно возникает вопрос «какого типа?»: антигосударственного, маргинального и т. п.

Сторонники гражданского общества особо подчеркивают два неотъемлемых качества этого феномена: его некоммерческую природу и функционирование вне рамок государственной политической системы. Однако эти постулаты находятся в очевидном противоречии с одной из основных функций гражданского общества: обеспечением баланса между государственными и коммерческими структурами. Как можно находиться вне данных сфер и одновременно выступать в роли эффективного посредника между ними – это остается вне логики здравого смысла и жизненного опыта. Да и среди других заявляемых функций гражданского общества (защита частной жизни людей, обеспечение стабильности общественных отношений) много таких, которые на самом деле являются вторжением в сферу компетенций государства, что на практике не может не вызывать наоборот нестабильность в обществе.

Показательно, что гражданское общество даже теоретически не имеет четко определенной структуры, как, например, политическая система. Эта горизонтально структурированная совокупность некоммерческих организаций (НКО), формально функционирующая для обеспечения общественных интересов. Ключевым, по нашему мнению, здесь является вопрос об источниках финансирования деятельности НКО. Если они работают за счет правительственных денег, то о какой реальной независимости от государства можно говорить? Да и финансирование из иностранных неправительственных фондов, как показывает пример небезызвестного Института Открытого Общества Джорджа Сороса, в итоге приводит к негативным для конкретной страны последствиям и наносит ущерб ее государственным интересам. Наверняка именно поэтому все НКО, работающие на зарубежные гранты, в России официально получили статус «иностранный агент». Очевидно, что конкретные фонды политикой выделения грантов на деле управляют деятельностью организаций, относящих себя к гражданскому обществу, осуществляют их контроль, в том числе и реализацию проектов, определяют выбор используемых технологий.

Либеральные теоретики утверждают, что гражданское общество позволяет эффективно контролировать действия государственных и бизнес-структур, защищать интересы социальных групп, способствует снятию социальных противоречий и т. п. Однако действительность убедительно показывает, что отдельные факты, подтверждающие эти положения, не идут ни в какое сравнение с негативными последствиями полномасштабной реализации данного проекта на практике. Политика «экспорта демократии» стала эффективным инструментом манипуляции общественным мнением и массо-

вым сознанием, антиконституционных действий по отношению в органам власти. «Арабская весна» на севере Африки и Ближнем Востоке, «цветные революции» в постсоциалистических странах привели к усилению влияния в данных регионах блока НАТО, в первую очередь США, и «контролируемому хаосу», яркими примерами чего являются Украина, Ливия, Сирия [1].

Показательно, что когда подобного рода гражданская активность проявилась в Соединенных Штатах, власти реагировали на нее достаточно жестко. Мы имеем в виду движение Occupy Wall Street, поддержанное социальной группой хакеров Anonymous. Полиция неоднократно громила палаточные городки движения, разгоняла его демонстрации, избивала и арестовывала участников. Еще одним показательным примером реального отношения «демократического бомонда» к гражданскому обществу является уголовное преследование создателя и руководителя проекта WikiLeaks Джулиана Ассанжа, который периодически делает достоянием гласности секретные официальные документы, позволяющие общественности знать правду о негодных действиях политиков, бизнесменов, военных и других публичных людей.

Функция формирования и выражения общественного мнения, защиты интересов аудитории всегда была присуща СМИ, поэтому они являются важнейшим институтом гражданского общества [2]. Кроме этого, часть средств массовой информации включена в систему государственного управления (СМИ государственной формы собственности), часть – в политическую систему страны (СМИ политических партий, общественных движений) и т. д. Феномен современной журналистики очень сложен, имеет многоуровневую структуру и находится в процессе постоянного развития. Поэтому однозначное отнесение СМИ только к институтам гражданского общества ошибочно, поскольку не отвечает исторической и современной действительности. Сложившаяся система политических и экономических отношений зачастую заставляет журналистов выступать в роли представителей интересов власти или бизнеса.

Существование СМИ с общественной и частной формой собственности еще не означает, что они способствуют формированию объективного общественного мнения по наиболее важным проблемам, развитию личности человека и т. Как показывает практика, именно среди этих СМИ родилась и успешно существует «желтая журналистика», контент которой составляют сенсации, банальности, скандалы и т. п.). Только экономическая состоятельность позволяет редакции достичь реальной независимости от влияния власти и бизнеса, да и то при условии, что в обществе существуют и другие развитые институты гражданского общества, а также образованное и хорошо зарабатывающее население.

Сегодня уже никто не говорит о том, что постсоветские страны находятся в переходном периоде своего развития. Наверное, пришло время не перенимать автоматически различные новомодные «веяниями» с Запада, а подвергать их критическому анализу, осознать собственную достаточность, изучать исторический опыт предков. Ведь форм общественной активности в нашей истории предостаточно: вече, община, земства, советы, местное самоуправление и др. Именно так понимали гражданское общество и журналисты газеты «Наша Нива», которые с момента выхода первого номера издания особое внимание уделяли информационной поддержке всех форм гражданской активности белорусов: экономической, социальной, культурно-просветительской и т. д. Именно так реализована концепция гражданского общества в одной из самых успешных стран мира – Швейцарии.

Концепт «гражданское общество» (*societas civilis*) можно связать с идеями полиса (*polis*) и естественного права (*jus naturale*) Аристотеля и других мыслителей античности. Тогда под гражданским обществом и государством подразумевали практически взаимозаменяемые понятия. Древнегреческие философы в сферу политики включали все важнейшие сферы жизни общества: образование, религию, семью, художественную культуру и т. д. В то время быть членом полиса (государства) означало быть гражданином: человеком, обязанным жить и действовать в соответствии с официальными законами и нормами морали. Думается, эти положения актуальны и сегодня в качестве главных целей функционирования гражданского общества и средств массовой информации.

Литература

1. Буряк, В.В. Глобальное гражданское общество и сетевые революции. / В.В. Буряк. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2011. – 152 с.
2. Место и роль СМИ в становлении и развитии гражданского общества // JourClub [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/10/659/> – Дата доступа: 10.09.2016.
3. Putnam, R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. / R.D. Putnam – N.Y.: Columbia University Press, 2000. – 326 p.

Борис Залесский

Белорусский государственный университет

НА ПУТИ К ОБЩЕМУ ИНФОРМАЦИОННОМУ ПРОСТРАНСТВУ

В мае 2016 года Совет Министров Союзного государства Беларуси и России принял постановление «О Плате мероприятий по созданию общего

информационного пространства Союзного государства на 2016–2020 годы». Этот план предусматривает проведение мероприятий по таким направлениям, как информационное обеспечение строительства Союзного государства, охватывает телерадиовещание, интернет, печатные средства массовой информации, а также мероприятия в сфере массовых коммуникаций. По мнению белорусской и российской сторон, «реализация данного плана позволит систематизировать информационную деятельность в Союзном государстве и повысить качество тематических публикаций» [1]. Напомним, что Беларусь и Россия уже подписывали ранее Соглашение о сотрудничестве в области печати. Принятый же план конкретизирует взаимодействие в информационной сфере, чтобы способствовать всестороннему освещению событий, явлений и процессов, которые происходят в Республике Беларусь и Российской Федерации, а также всего комплекса вопросов масштабного союзного строительства. При этом ставится задача – «во всем этом должны быть задействованы не только союзные, но и другие СМИ» [2].

Сам факт принятия такого плана до 2020 г. говорит о том, что значение общего информационного пространства в ходе дальнейшего союзного белорусско-российского строительства будет только возрастать. И объясняется это рядом причин. Одна из них заключается в том, что Союзное государство выходит сегодня на качественно новый этап развития, когда «общими усилиями Беларусь и Россия могут и должны обеспечить прорыв в научно-технической области, а также развивать региональное партнерство» [3], когда надо значительно улучшить координацию усилий сторон по созданию новых возможностей для развития взаимной торговли, поддержки промышленного производства в обеих странах, инвестиционного и инновационного сотрудничества, снятия существующих барьеров во взаимодействии.

Не секрет, что на протяжении нескольких последних лет фиксируется снижение объема взаимной белорусско-российской торговли в долларовом выражении. Так, только за первые четыре месяца 2016 года торгово-экономический оборот между странами снизился еще на 12 % – до 7,6 млрд долларов. Но даже в условиях сокращения платежеспособного спроса и снижения инвестиций, когда, как это отмечалось на майском заседании союзного Совмина, особенно велик соблазн расширить поддержку собственного производителя за счет государственных субсидий, замкнуть рынок посредством бюрократических ограничений и неформальных барьеров, раздуть национальные программы импортозамещения и субсидирования кредитования, закрыть от партнеров процедуры государственных закупок, экономика Союзного государства должна не стоять на месте, а двигаться по наиболее оптимальным путям к максимально быстрому восстановлению докризисных объемов торгово-экономического взаимодействия Беларуси и России с ис-

пользованием всех возможностей свободной и равной конкуренции, а также согласованных совместных действий в области производственной кооперации. На III Форуме регионов Беларуси и России, проходившем в Минске в июне 2016 года, в числе таких принципиально важных задач союзного строительства в современных условиях главой белорусского государства были названы – создание единого информационного пространства и активизация взаимодействия на уровне регионов двух стран, так как именно «в межрегиональном сотрудничестве сосредоточен огромный потенциал, который может ускорить темпы восстановления объемов взаимного товарооборота Беларуси и России» [4].

Понятно, что новый уровень развития интеграционного строительства в Союзном государстве Беларуси и России потребует и адекватной медийной артикуляции, которая должна исходить из того, как это отмечалось в резолюции XI Белорусского международного медиафорума «Партнерство во имя будущего, проходившего в Минске в мае 2016 года, что «средства массовой информации должны взять на себя особую ответственность, стать фактором консолидации и созидания, взаимопонимания и сотрудничества, укрепления взаимоуважения и дружбы между странами и народами» [5]. Под адекватной медийной артикуляцией в данном случае следует понимать то положение, при котором в медийном пространстве стран-участниц Союзного государства должны и будут находить полномасштабное отражение практически все совместные проекты и процессы интеграционного строительства, способствуя таким образом созданию общего информационного пространства.

Заметим, что уже упоминавшийся выше III Форум регионов Беларуси и России стал важным импульсом на пути к формированию такого пространства. Во-первых, в рамках данного форума впервые была организована работа отдельной специализированной секции – «СМИ как значимый фактор межрегионального взаимодействия, формирования общего пространства гуманитарных ценностей Союзного государства». Во-вторых, в рамках работы данной секции впервые на таком высоком уровне было признано, что особая роль в процессах белорусско-российской интеграции принадлежит региональному измерению, где субъекты этого информационного взаимодействия – редакции региональных газет и телерадиокомпаний, освещая разработку и реализацию конкретных совместных проектов и инициатив, – ведут очень важный деловой разговор о наиболее эффективных для граждан двух стран направлениях сотрудничества, внедряя в массовое сознание читателей, зрителей и слушателей культуру международного интеграционного взаимодействия. При этом в выступлениях участников секции абсолютно правомерно звучала мысль о том, чтобы «информационные потоки не толь-

ко пересекались, но и объединялись в мощное русло, создавая образ времени, помогая решать проблемы. <...> В этом плане многое могут сделать региональные медиа, так как они ближе всего к народу» [6].

Конкретными шагами на пути к формированию регионального измерения общего информационного пространства Союзного государства Беларуси и России стали подписанные в Минске минувшим летом соглашения о сотрудничестве в области обмена информацией между редакциями газет «Витебские вести», «Мінская праўда» и медиахолдингом «Газета «Псковская правда», а также между редакциями газет «Гомельская правда» и «Брянский рабочий». Надо полагать, эти документы позволят сторонам объективно и всесторонне информировать о жизни друг друга, предоставят возможность реально окунуться в жизнь своих соседей, почерпнуть у них интересный и полезный опыт. «Такие соглашения – мощный информационный драйвер для межрегионального сотрудничества» [7], так как могут стимулировать как экономическую, так и гуманитарную составляющую взаимодействия своих регионов.

В частности, широкий тематический спектр публикаций открывается в этом плане для газет-партнеров – «Гомельской правды» и «Брянского рабочего». Отправной точкой здесь может стать подписание в конце августа 2016 г. в рамках V Славянского экономического форума, проходившего в Брянске, Гомельской и Брянской областями соглашения о сотрудничестве в торгово-экономической, научно-технической, гуманитарной и культурной сферах, а также тот факт, что «межрегиональное сотрудничество Гомельской и Брянской областей развивается в рамках десяти соглашений о побратимских и партнерских связях и основано на приоритетах внешней политики двух государств и взаимовыгодных интересах» [8]. За конкретными примерами успешного опыта этого взаимодействия далеко ходить не надо – совместное предприятие по производству сельскохозяйственной техники «Брянксельмаш», коллектив которого за десять лет увеличился с 35 до 250 человек. Или другой пример: в 2009 году в городе Клинцы Брянской области открылся торговый дом «Молочное кружево», где реализуется молочная продукция гомельских предприятий. К концу 2015 г. объем экспортных поставок мясо-молочной продукции гомельчан увеличился до 18 млн долларов.

Судя по всему, очень скоро к названным парам медийных партнеров могут и должны добавиться новые, так как белорусско-российское межрегиональное сотрудничество в последнее время стремительно пополняется новыми формами, проектами, инициативами, на которых должны фокусировать свое внимание региональные средства массовой информации двух стран. Так, в начале августа 2016 года состоялся первый форум межрегионального сотрудничества Могилевской и Брянской областей в рамках Со-

юзного государства, в рамках которого подписано 9 договоров и соглашений о торгово-экономическом, научно-техническом, культурном сотрудничестве между районами и организациями Брянщины и Могилевщины. Каждый из этих документов имеет ярко выраженный прикладной характер. Принципиально важными в организации данного форума являются несколько новаций, в числе которых можно выделить приоритет экономического сотрудничества, вовлечение в этот процесс молодежи, опору на региональные проекты и инициативы. Все это позволило назвать Могилевскую и Брянскую области «пионерами в организации регионального сотрудничества на принципиально новых условиях» [9], когда надо концентрировать усилия регионов на создании достойной конкуренции иностранным производителям в отдельных отраслях экономики через усиление белорусско-российских кооперационных связей, когда необходимо более интенсивно организовывать совместные предприятия, сборочные производства, максимально используя конкурентные преимущества друг друга, а также возможности Союзного государства.

Актуальной темой в региональных медиа Беларуси и России должно стать постепенно набирающее силу движение городов-побратимов и городов-партнеров. Так, буквально в августе 2016 г. список взаимодействующих городов-побратимов пополнили Кобрин (Брестская область) и Гусев (Калининградская область), закрепившие договором свое намерение «развивать долгосрочные партнерские отношения на взаимовыгодных условиях в экономической, научно-технической и культурно-просветительной сферах» [11]. В июле текущего года побратимские связи установили Могилев и район Соколиная гора Восточного административного округа российской столицы. И уже в самое ближайшее время подписанный договор «будет наполнен конкретными проектами, которые коснутся различных сфер взаимодействия, в том числе экономических связей» [12]. И таких примеров можно привести немало.

Все эти факты свидетельствуют о том, что перед региональными средствами массовой информации Беларуси и России открываются значительные перспективы по формированию общего информационного пространства Союзного государства. При этом важно помнить, что активное продвижение идей союзной интеграции в массовое сознание миллионов граждан двух стран «предполагает не менее активную созидательную позицию массмедиа, их историческую ответственность перед обществом» [13, с. 13].

Литература

1. Заседание Совета Министров Союзного государства // Сайт Правительства России [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://government.ru/news/23002/>. – Дата доступа: 06.09.2016.

2. Мининформ Беларуси и Минкомсвязи России подпишут 12 мая документ по союзному информпространству // Сайт Администрации Октябрьского района г. Могилева [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://octmogilev.gov.by/content/view/8778/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
3. Третий Форум регионов Беларуси и России // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/uchastiev-iii-forume-regionov-belarusi-i-rossii-13762/. – Дата доступа: 06.09.2016.
4. Встреча Президентов Беларуси и России // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/vstrechaprezidentov-belarusi-i-rossii-13785/. – Дата доступа: 06.09.2016.
5. СМИ должны стать фактором консолидации, созидания, укрепления взаимоуважения и дружбы между народами – резолюция медиафорума // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/society/view/smi-dolzheny-stat-faktorom-konsolidatsii-sozidanija-ukreplenija-vzaimovazhenija-i-druzhby-mezhdu-193266-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
6. Ананич: у регионального измерения особая роль в белорусско-российской интеграции // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/society/view/ananich-u-regionalnogo-izmerenija-osobaja-rol-v-belorussko-rossijskoj-integratsii-196420-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
7. Малашенков, В. Матусевич: соглашения между областными газетами Беларуси и России – драйвер регионального сотрудничества / В. Малашенков // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/matusevich-soglashenija-mezhdu-oblastnymi-gazetami-belarusi-i-rossii-drajver-regionalnogo-196482-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
8. Сидорчик, В. Гомельская и Брянская области подписали соглашение о сотрудничестве / В. Сидорчик // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/gomelskaja-i-brjanskaja-oblasti-podpisali-soglashenie-osotrudnichestve-207342-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
9. Емельянова, О. Мясникович: Могилевская и Брянская области – пионеры регионального сотрудничества в новых условиях / О. Емельянова // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/mjasnikovich-mogilevskaja-i-brjanskaja-oblasti-pionery-regionalnogo-sotrudnichestva-v-novyh-uslovijah-204559-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.

10. Тихонова, А. Витебская и Брянская области создадут рабочую группу по развитию сотрудничества / А. Тихонова // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/vitebskaja-i-brjanskaja-oblasti-sozdadut-rabochuju-gruppu-porazvitiju-sotrudnichestva-205153-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
11. Черноволова, А. Кобрин и российский Гусев стали городами-побратимами / А. Черноволова // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/kobrin-i-rossijskij-gusev-stali-gorodami-pobratimami-207126-2016/>. – Дата доступа: 06.09.2016.
12. Пивовар, Э. Могилев и московский район Соколиная гора установили побратимские связи / Э. Пивовар // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/mogilev-i-moskovskij-rajon-sokolijnaja-gora-ustanovili-pobratimskie-svjazi-201617-2016/> – Дата доступа: 06.09.2016.
13. Приветственное слово Министра информации Республики Беларусь Л.С. Ананич // Межнациональное согласие и толерантность – ценностная основа евразийской интеграции : мат. межд. научно-практической конференции, Респ. Беларусь, г. Минск, 9 декабря 2014 г. / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2015. – С. 13–14.

Валянціна Зразікава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ФАТАГРАФІЯ ЯК АБ'ЕКТ АЎТАРСКАГА ПРАВА (на прыкладзе інтэрнэт-СМІ)

Ва ўмовах сучаснага развіцця новых формы камунікацыі эвалюцыянуюць і пашыраюцца значна хутчэй, чым заканадаўства паспявае распрацаваць для іх спецыяльнае прававое рэгуляванне. Тэма аўтарскага права на фатаграфію ў сеткавых СМІ патрабуе рознабаковага і шматаспектнага даследавання. Падрабязна спынімся на праблеме правамернага выкарыстання фатаграфій у рабоце вэб-журналіста. Асобна аўтарскага права для інтэрнэт-журналістыкі (як і журналістыкі) не існуе, паколькі яно ў роўнай ступені закранае дзейнасць усіх грамадзян, якія займаюцца творчай працай. Улічваючы спецыфіку прафесіі, можна вызначыць асаблівасці, якія патрабуюць асобнага тлумачэння. Інтэрнэт-СМІ (у параўнанні з традыцыйнымі) выкарыстоўваюць больш невербальных ілюстратараў тэкставай інфармацыі – фотаматэрыялаў. Спецыялізуючыся на стварэнні апэратыўнага мультымедыйнага кантэнту, інтэрнэт-рэсурсы часта распаўсюджваюць чужыя фатаграфіі без спасылкаў і дазволу, як свае, не задумваючыся, што гэта парушае правы іншых асоб.

У адпаведнасці з Законам Рэспублікі Беларусь ад 17 мая 2011 г. «Аб аўтарскім праве і сумежных правах» (далей – Закон) фатаграфічныя творы, у тым ліку творы, атрыманыя спосабам, аналагічным фатаграфіі, належаць да аб'ектаў аўтарскага права (арт. 6, п. 5). Аб'ектам аўтарскага права можа быць толькі тая фатаграфія, што з'яўляецца вынікам творчай дзейнасці і адлюстравана ў аб'ектыўнай форме. Астатнія фотаздымкі разглядаюцца як аб'екты, свабодныя для выкарыстання (не ахоўваюцца Законам). Хаця аўтарскае права не ацэньвае ўзровень творчасці і прэзюмуе яго наяўнасць у любым творы, незалежна ад вартасці, на практыцы творчы пачатак работы трэба даказаць. Так, шырокі рэзананс выклікала справа блогера Антона Матоўкі, фатаграфіі якога без дазволу аўтара былі скарыстаныя тэлеканалам «Беларусь-1» у сюжэце аб паўночным ззянні. Белтэлерадыёкампанія прэтэнзіі блогера адхіліла, адзначыўшы, што размешчаныя ў інтэрнэце творы могуць перадавацца ў эфір электроннымі СМІ, калі «такія дзеянні не былі спецыяльна забароненыя аўтарам». Судовы працэс аўтар прайграў: яго фотаздымкі (паводле заключэння эксперта) не былі прызнаныя аб'ектамі аўтарскага права праз адсутнасць у іх творчага складніку (арыгінальнасць, навізна, непаўторнасць кампазіцыі, ракурс і пад.) [1]. Чаму тады «бескаштоўныя» ў творчых адносінах фатаграфіі сталі такімі папулярнымі сярод СМІ? Фотаработы блогера былі размешчаны і на партале tut.by, з той толькі розніцай, што інтэрнэт-СМІ атрымалі дазвол аўтара на падобнае ўзнаўленне (тыражаванне).

Нагадаем, што кожны аўтар валодае **асобаснымі немаёмаснымі правамі**, якія не адчужаюцца і не перадаюцца – Закон, арт. 15 (*права аўтарства, права на імя, права на непарушальнасць твора, права на апублікаванне твора, права на адхіл раішэння аб апублікаванні*) і **маёмаснымі**, звязанымі з выкарыстаннем твора – Закон, арт. 16 (*права на ўзнаўленне, права на распаўсюджанне* і інш.). Таму для ўзнаўлення на сайце чужой фатаграфіі мала змясціць спасылку на яе аўтара або першакрыніцу (захаваць асобасныя немаёмасныя правы), трэба атрымаць дазвол на падобныя дзеянні з боку аўтара ці іншага праватрымальніка (не парушыць маёмасныя правы). Толькі аўтар вызначае магчымасці і межы выкарыстання сваіх фатаграфій – бясплатна або з выплатай узнагароджання. Доказам валодання маёмасным правам на твор з'яўляецца *пісьмовая аўтарская дамова* з аўтарам (фатографам) аб перадачы выключных правоў на твор (фатаграфію). Калі фатограф працуе самастойна (блогер), то ён выступае ў якасці асноўнага трымальніка аўтарскіх правоў (немаёмасных і маёмасных). Калі фатограф – штатны супрацоўнік інтэрнэт-рэдакцыі, то дзейнічаюць правілы Закона (арт. 17 «Аўтарскае права на службовы твор»), паводле якога немаёмасныя правы належаць фатографу, а выключныя маёмасныя – наймальніку, калі іншае не прадугледжана дамовай паміж бакамі.

Закон вызначае і выпадкі свабоднага выкарыстання фатаграфій (арт. 32, п. 7): фатаграфічны твор можа быць узноўлены, перададзены ў эфір ці па кабелі, а таксама даведзены для ўсеагульнага ведама іншым чынам у выпадку, калі ён пастаянна знаходзіцца ў месцы, адкрытым для свабоднага наведвання. Заканадаўства не тлумачыць паняцце «адкрытыя для свабоднага наведвання», аднак, можна меркаваць, што фатаграфіі, размешчаныя ў адкрытым інтэрнэт-доступе, належаць да такіх [2]. У сваю чаргу свабоднае выкарыстанне магчыма пры выкананні некалькіх умоў: выява фатаграфіі не з'яўляецца асноўным аб'ектам узнаўлення і не выкарыстоўваецца ў камерцыйных мэтах. Напрыклад, фатаграфіі з адкрытых інтэрнэт-крыніц выступаюць у якасці ілюстрацый (выконваюць дапаможныя функцыі ў асноўным матэрыяле і не становяцца асноўным аб'ектам) без камерцыйнай мэты (не для выпуску рэкламных буклетаў, календароў і іншай прадукцыі з выявай фатаграфіі). Пры гэтым пазычаныя з першакрыніцы-донара фатаграфіі павінны быць у ёй апырэры *правамерна апублікаваныя*, г. зн. без парушэння аўтарскіх правоў.

Парадак свабоднага выкарыстання асобных відаў аўтарскіх твораў у СМІ прадугледжвае і арт. 33 Закона: матэрыялы (артыкулы) па бягучых *эканамічных, палітычных, сацыяльных і рэлігійных* пытаннях, апублікаваныя ў газеце ці часопісе, а таксама творы такога ж характару, перададзеныя ў эфір альбо размешчаныя для ўсеагульнага інфармавання ў інтэрнэце, могуць быць узноўленыя ў выпадку, калі такія дзеянні не былі спецыяльна забаронены аўтарам ці праватрымальнікамі. Апублікаваныя матэрыялы па іншых пытаннях (гістарычныя, спартыўныя, забаўляльныя і г. д.) не падпадаюць пад агульныя правілы свабоднага ўзнаўлення і могуць быць скарыстаныя СМІ толькі з аўтарскага дазволу.

Такім чынам, каб пазбегнуць правапарушэнняў пры імпартаванні фатаграфій, спачатку неабходна азнаёміцца з правіламі карыстання медыяконтэнтам (напрыклад, блог, сацсетка, інтэрнэт-СМІ). Пры адсутнасці прамой забароны на ўзнаўленне аўтарскіх матэрыялаў далейшае іх распаўсюджанне дазволена без абмежаванняў, але з абавязковай актыўнай спасылкай на крыніцу (ахова немаёмасных правоў). Наяўнасць поўнай або частковай забароны дэманстрацыі матэрыялаў (напрыклад, любое ўзнаўленне матэрыялаў забаронена; узнаўленне матэрыялаў магчыма толькі з пісьмовага дазволу (пасля ўзгаднення) рэдакцыі ці ўладальніка сайта, калі правы на матэрыял належаць рэдакцыі, уладальніку сайта) з'яўляецца нагодай для атрымання з боку зацікаўленай асобы спецыяльнага дазволу ад рэдакцыі (аўтара).

Трэба памятаць і пра тое, што аўтарскія правы на фатаграфію не залежаць ад права ўласніка на матэрыяльны носьбіт. Падараваная аўтарам фатаграфія

не дае атрымальніку ніякіх правоў па яе далейшым выкарыстанні, паколькі ўсе правы (калі не заключана спецыяльная дамова) застаюцца за фатографам. Таму і публікацыі фотасесій вядомых асоб, нават па просьбе саміх асоб, але без узгаднення з аўтарамі фотаработ, з'яўляюцца парушэннем аўтарскіх правоў апошніх, як і публікацыя фатаграфій, апрацаваных ці перапрацаваных без згоды аўтара (у тым ліку і нанясенне на фота тэксту – загалова ці подпісу). Сёння адным з самых даступных спосабаў атрымання фатаграфій з выявамі канкрэтных людзей сталі разнастайныя сацсеткі. Аднак свабодна карыстацца такімі «фотабанкамі» даволі небяспечна, бо трэба ўлічваць, што толькі сама асоба мае права дазваляць (ці не дазваляць) далейшае апублікаванне сваёй выявы (за выключэннем асобных выпадкаў, калі згода не патрабуецца).

У сілу сваёй прафесіі журналіст можа апынуцца па розныя бакі «барыкад»: у яго могуць скрасці і ён можа стаць прычынай правапарушэнняў. Выкарыстанне фатаграфій у інтэрнэт-СМІ рэгламентуецца тымі ж нормаў, што і іншых твораў (літаратурных, навуковых, мастацкіх): выключнае права першапачаткова належыць аўтару (ці праваатрымальніку), і толькі з яго дазволу гэты твор можна ўзнаўляць, распаўсюджваць, перарабляць, імпартаваць і г. д., калі іншае не прадугледжана законам.

Літаратура

1. Блогер проиграл суд БТ, которая использовала его фотографии северного сияния // TUT.BY: Новости [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.news.tut.by>. – Дата доступа: 05.09.2016.
2. Забелло, Е. Использование фотографий из сети Интернет и изображений граждан для рекламы / Е. Забелло // Юрист. – 2014. – № 11 (162). – С. 20–23.

Наталля Зубчонак

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ВЫТОКІ ІДЭАЛОГІІ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ

Прагрэсіўнае развіццё нацыянальнай медыяпрасторы сёння вызначаюць многія фактары: спрыяльныя сацыяльна-палітычныя ўмовы ў краіне, належны культурны стан грамадства, адпаведны ўзровень адукацыі насельніцтва, паступальнае ўкараненне новых інфармацыйных тэхналогій, сусветнае прызнанне айчынных дасягненняў і многае іншае. У складаных і супярэчлівых умовах глабалізацыі вельмі няпроста захаваць стабільнасць. Пад пагрозай апынуліся многія сучасныя перспектывы: і эканамічныя, і культурныя, і палітычныя. Таму роля масмедыя ў плане стабілізацыі грамадскіх і палітычных працэсаў даволі значная. Важна захаваць і ўмацаваць той

ідэалагічны фундамент, аснову, на якой грунтуецца нацыянальная дзяржава і яе грамадства.

У пачатку трэцяга тысячагоддзя адбываецца працэс фарміравання грамадскай свядомасці новага пакалення грамадзян Беларусі. Яго вызначылі знешнія і ўнутраныя сацыяльна-палітычныя ўмовы развіцця маладой дэмакратычнай дзяржавы. У дадзеным кантэксце неабходна звярнуцца да найкаштоўнейшага вопыту беларускага нацыянальнага адраджэння, назапашанага ў мінулым стагоддзі. Сёння можна аб'ектыўна сцвярджаць, што менавіта ў нашаніўскі перыяд быў вызначаны напрамак развіцця сучаснай дэмакратычнай Беларусі. Пераход краіны на іншую ступень палітычнага развіцця ў пачатку XX ст. спрыяў замацаванню новай ідэалогіі, якая распачала працэс беларускага адраджэння.

Палітыка расійскага ўрада ў адносінах да Беларусі ў той час не спрыяла яе эканамічнаму і сацыяльна-культурнаму станаўленню. Цэлы шэраг мер, праведзеных у Паўночна-Заходніх землях, адмоўна паўплываў на нацыянальную самасвядомасць беларусаў (у 1832 г. быў закрыты Віленскі ўніверсітэт; у 1839 г. сабор уніяцкіх іерархаў скасаваў Берасцейскую унію 1596 г. (80 % беларускіх сялян былі ўніятамі); у 1840 г. была скасавана дзейнасць Статута Вялікага княства Літоўскага 1588 г.; у 1840 г. назвы «Беларусь» і «Літва» былі забаронены для афіцыйнага ўжытку). Так, пад рэальнай пагрозай знаходзілася не толькі сама ідэя заснавання ўласнай дзяржавы, але і нацыянальная самасвядомасць.

У 1897 г. быў праведзены сістэматычны перапіс насельніцтва Расійскай імперыі. Яго вынікі, апублікаваныя напярэдадні 1905 г., прама сведчылі аб неабходнасці ажыццяўлення карэнных пераўтварэнняў у эканамічным і палітычным развіцці Беларусі. На тэрыторыі яе пяці губерняў жыло 5 408 420 беларусаў. Сярод інтэлігенцыі лічылі сябе беларусамі толькі 40 % чыноўнікаў, 10 % юрыстаў, 20 % лекараў, 29 % паштовых і тэлеграфных службоўцаў і 60 % настаўнікаў. Па дадзеных таго ж самага перапісу, беларускую мову роднай лічыла 74 % насельніцтва Паўночна-Заходняга краю [4, с. 65].

Звяртаючыся да сацыяльна-эканамічнага аспекту гэтай праблемы, нельга пакінуць без увагі даследаванні стану развіцця заходніх губерняў, праведзеныя ў пачатку XX ст. Так, Г. Гарэцкі сцвярджаў, што на тэрыторыі Беларусі ў гэты перыяд былі створаны сацыяльна-эканамічныя і нацыянальна-культурныя перадумовы для ломкі старога ладу жыцця. Аўтар лічыў Беларусь краінай «старой культуры, з багатым праз гістарычныя ўмовы людскім прамысловым апаратам (рамеснікі)... з перавагай у народнай вытворчасці інтэнсіўнай сельскай гаспадаркі» [3, с. 126], але са слабымі пакуль што рысамі капіталістычнай вытворчасці. Праведзены аналіз эканамічнага

развіцця Беларусі на працягу прыкладна 1900–1913 г. дазволіў вучонаму сцвярджаць, што наша краіна ў пачатку XX ст. не была аграрна-сыравінным прыдаткам Расійскай імперыі, не з’яўлялася эканамічна адсталым рэгіёнам.

Палітычнае жыццё Паўночна-Заходняга краю пачатку XX ст. ва ўмовах самадзяржаўя характарызаваўся амаль поўнай адсутнасцю грамадскіх свабод. Тым не менш, гэта быў час узнікнення розных палітычных рухаў у складаным і супярэчлівым працэсе фарміравання новай ідэалогіі. Пад іх уплывам стваралася цэласная сістэма грамадскіх поглядаў, якія пачыналі адлюстроўвацца ў перыядычным друку.

Ва ўмовах нарастання рэвалюцыйнай сітуацыі самадзяржаўе ажыццявіла пэўныя палітычныя рэформы. Маніфестам ад 17 кастрычніка 1905 г. былі абвешчаны недатыкальнасць асобы, свабода слова, сходаў, саюзаў і г. д. Гэта паспрыяла працэсу станаўлення прэсы. Для пачатку XX ст. характэрны рост агульнай колькасці перыядычных выданняў на тэрыторыі Беларусі. Да 1905 г. у пяці беларускіх губернях выходзіла ўсяго 25, пераважна афіцыйных, газет і часопісаў, а ў 1906 г. іх налічвалася ўжо 75 [1, с. 176]. Дзве трэці з іх выходзіла ў Вільні.

Беларускі друк у пачатку XX ст. набываў самастойнасць, выходзіў з-пад улады сталічнага (пецябургскага і маскоўскага). Тэматыка выданняў значна змянялася ў бок назапашвання мясцовай інфармацыі.

Пасля першай рускай рэвалюцыі беларускамоўныя выданні пачынаюць займаць галоўнае месца ў сістэме прэсы Паўночна-Заходняга краю. Нягледзячы на намаганні царскіх уладаў забараніць друкаванае слова на беларускай мове, гэты перыяд гісторыі нашай краіны стаў пачаткам новага этапа ў развіцці айчыннай літаратуры, кнігадрукавання, усталявання ў грамадскай свядомасці перадавых ідэйна-эстэтычных прынцыпаў. Успамінаючы тыя нялёгкае часы, Я. Купала пісаў: «Калі ў памятным 1905 г. адбылася завіруха, калі ў Расіі пачала душа абуджацца да новага жыцця, да новага шчасця, то і ў беларуса пачало абуджацца пачуццё свайго “я”, стала лунаць даўно дрэмлючая думка, што і мы людзі» (Наша Ніва, 1913, № 30).

Нягледзячы на праследаванні з боку ўлад, беларуская прэса здолела падвергнуць усебаковай крытыцы існуючы ў краіне грамадска-палітычны лад. Праз большасць друкаваных матэрыялаў праходзіла думка, што толькі ва ўмовах палітычных і грамадскіх свабод магчыма паступовае пераадоленне сацыяльнай і нацыянальнай несправядлівасці. Увесь цяжар складанай работы па адраджэнню беларускай нацыі, яе культуры, па фарміраванню нацыянальнай ідэі быў ускладзены на прадстаўнікоў інтэлігенцыі. Дзякуючы намаганням маладых прагрэсіўных сіл, на старонках першых беларускамоўных выданняў, ва ўмовах жорсткай палемікі з рэакцыйнымі газетамі і часопісамі, былі сфармуляваны асноўныя задачы па адраджэнню беларускай дзяржавы і самасвядомасці яе народа.

У 1906 г. выйшла першая беларуская легальная газета «Наша доля». Праз паўстагоддзя пасля выдання «Мужыцкай праўды» К. Каліноўскага народ атрымаў магчымасць гаварыць пра набалелае, надзённае сваёй мовай. Выдаўцы адзначылі, што маюць намер «пісаць ... для вёскі і ... бараніць правы вясковых людзей». Але ўжо 2 верасня 1906 г. першы нумар газеты быў канфіскаваны. Пазней канфіскацыя была знята судом. З вялікімі цяжкасцямі ўдалося выпусціць 6 нумароў «Нашай долі». Жорсткі цэнзурны ўціск не даў магчымасці газеце развівацца.

Нават у больш-менш спрыяльных палітычных умовах, пры адносна свабоднай цэнзуры не магло доўга існаваць выданне з падобным зместам. Праблемы адраджэння нацыянальнай свядомасці беларускага народа, спрадвечнае імкненне да незалежнасці, барацьба за права мець сваю мову, развіваць уласную культуру не знаходзілі падтрымкі ні сярод улад былой Расійскай імперыі, ні ў асяродку дэмакратычна настроенага бальшавіцкага руху.

Нацыянальнае адраджэнне рухалася наперад. У тым жа 1906 г. выйшла «Наша Ніва». Гэтаму выданню было наканавана замацаваць і прадоўжыць справу «Нашай Долі». У першым ім нумары рэдакцыя заявіла, што будзе служыць «усяму беларускаму скрыўджанаму народу» незалежна ад класавай прыналежнасці; у той жа час падкрэслівалася, што яна арыентуецца не на памешчыкаў і фабрыкантаў, а на працоўны народ, які «апрача сваіх рук ды працы нічога не мае» (Наша Ніва, 1906, 10(23) лістапада). У гады сталыпінскай рэакцыі «Наша Ніва» была адзінай дэмакратычнай легальнай нацыянальнай газетай, цэнтрам беларускага нацыянальнага жыцця.

З нашаніўскага часу беларуская літаратура перайшла на новы шлях паскоранага развіцця, на старонках газеты адбываўся паступовы працэс фарміравання беларускай літаратурнай мовы, нормаў правапісу, значна ажывілася беларуская журналістыка і кнігадрукаванне.

У пэўныя гістарычныя перыяды па-рознаму ацэньвалася дзейнасць гэтага выдання. Больш за паўстагоддзя замоўчвалася і скажалася рэальнае значэнне грамадскай працы «Нашай Нівы». Некаторыя савецкія гісторыкі называлі газету штотыднёвікам буржуазна-нацыяналістычнага накірунку, які выдаваўся групай нацыяналістаў – членаў БСГ [5]. Зразумела, што працэс адраджэння, распачаты ў 1906 г., не мог быць працягнуты ў савецкі час. Па гэтай прычыне сёння зноў застаюцца актуальнымі і моўная праблема, і лёс беларускай школы, і пытанні нацыянальнай ідэалогіі і дзяржаўнасці. У свой час выдаўцы «Нашай Нівы» зрабілі вельмі шмат у гэтым накірунку і, магчыма, не было б сёння столькі нявырашаных праблем, каб захоўвалася пераемнасць поглядаў, ідэй, аб'ектыўная ацэнка гістарычных падзей.

Заклікі да адраджэння дзяржавы, яе мовы, культуры ў беларускіх легальных выданнях пачатку ХХ ст. былі не чым іншым, як праяўленнем на-

цыянальнай ідэі. Паступова да светаадчування народа, якое сваімі каранямі адыходзіць як у гісторыю, так і ў этнічную культуру, далучаўся яшчэ адзін элемент – ідэалагічны. Светаадчуванне становілася фактарам грамадскага жыцця і культуры, перарастала ў светапогляд. Ідэя нацыянальнага адраджэння знайшла падтрымку ў народа.

Паняцце «нацыянальнай ідэі» вельмі важнае для кожнага грамадзяніна. У розныя перыяды гісторыі прадстаўнікі інтэлігенцыі імкнуліся сфармуляваць яе. І калі гэта ўдавалася, дзяржава становілася магутнай, і сіла яе заключалася менавіта ў адметнасці, у лепшых рысах нацыянальнага характару. У спробе пераасэнсаваць сваю эпоху, высветліць яе загану і памылкі часам нараджаліся самыя прагрэсіўныя ідэі, знаходзіліся шляхі выхаду з глыбокага і зацяжнага крызісу.

Ідэя нацыянальнага адраджэння ў пачатку мінулага стагоддзя выспела толькі ў выніку росту нацыянальнай свядомасці беларускага народа. Неабходнасць яе ўзнікнення была запатрабавана самім часам – важна было знайсці шляхі выратавання свету і чалавека ад пагрозы катастрофы і духоўнага тупіка, аб’яднаць народ, гарантаваць яго далейшае існаванне і развіццё. Паступова нацыянальная ідэя пачала атаясамлівацца з «усвядомленым разуменнем сваёсаслівасці гістарычнага шляху таго ці іншага народа, і, такім чынам, яна выступіла як вызначаная, сфарміраваная нацыянальная свядомасць са сваімі духоўнымі каштоўнасцямі і арыенцірамі» [2, с. 61].

Беларускае нацыянальнае адраджэнне пачатку XX ст. не ставіла перад сабой неажыццяўляльных мэт. Духоўныя пошукі пісьменнікаў і публіцыстаў мелі рэальнае паходжанне і прызначэнне, народнае светаадчуванне стала асновай гэтай вялікай працы. Адраджэнне не было адчуваннем слабой нацыі, паколькі змагло запоўніць сабой абсалютна ўсю ідэалагічную прастору Паўночна-Заходняга краю.

Развіваць нацыянальную культуру, атрымліваць адукацыю на роднай мове, удасканальваць эканоміку, рэалізоўваць палітычныя правы беларускі народ змога тады, калі будзе мець уласную дзяржаўнасць. У такім накірунку легальны беларускі друк у пачатку XX ст. распрацоўваў праграму перспектываў дзяржаўнага будаўніцтва сваёй краіны, ідэалогію будучай нацыянальнай інфармацыйнай прасторы.

Літаратура

1. Александрович, С.Х. Пуцявіны роднага слова : праблемы развіцця беларускай літаратуры і друку другой паловы XIX – пач. XX ст. / С.Х. Александрович. – Мінск: БДУ, 1971. – 246 с.
2. Гаранін, Л.Я. Нацыянальная ідэя ў беларускай літаратуры пач. XX ст. / Л.Я. Гаранін. – Мінск: Бел. навука, 1996.– 176 с.

3. Гарэцкі, Г.І. Народны прыбытак Беларусі / Г.І. Гарэцкі. – Мінск: Выд. Дзяржплану БССР, 1926. – 131 с.
4. Запруднік, Я. Беларусь на гістарычных скрыжаваннях / Я. Запруднік. – Мінск: Бацькаўшчына, 1996. – 326 с.
5. Зубчонак, Н.А. Беларуская журналістыка ў перыяд станаўлення нацыянальна-дэмакратычнага руху (1906–1916) / Н.А. Зубчонак. – Мінск: БДУ, 2010. – 99 с.

Вераніка Канюта

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МІХАІЛ БАРАШКАЎ: НОВЫЯ ФАКТЫ З БІАГРАФІІ РЭДАКТАРА ПАДПОЛЬНЫХ ГАЗЕТ «ЗВЯЗДА» І «ЧЫРВОНАЯ ЗМЕНА»

Невялікая вёска Камсамалец, якая знаходзіцца цяпер на тэрыторыі Салігорскага раёна Мінскай вобласці, у гады Вялікай Айчыннай вайны была добра вядома партызанам мінскага падпольнага злучэння і членам Мінскага падпольнага абкама ВКП(б)Б. У канцы 1943 – пачатку 1944 гг. (канкрэтнай даты не існуе) тут размяшчалася рэдакцыя падпольных газет «Звязда» і «Чырвоная змена», рэдактарам якіх быў Міхаіл Парфёнавіч Барашкаў.

Нарадзіўся савецкі журналіст у 1908 г. у вёсцы Бель Крычаўскага раёна Магілёўскай вобласці. З 1922 па 1927 гг. Міхаіл Барашкаў быў пастухом у роднай вёсцы, з 1927 па 1928 працаваў рамонтным рабочым на чыгуначнай станцыі Крычаў. Пасля абрання Барашкава старшынёй сельскага працоўнага камітэта ў Крычаве яго адпраўляюць на курсы прафесійных работнікаў, па заканчэнні якіх Міхаіл Парфёнавіч – старшыня сельскага працоўнага камітэта Магілёва, інструктар акруговага саюза сельскагаспадарчых працоўных горада [4].

Пасля заканчэння Камуністычнага інстытута журналістыкі (1930–1933) Міхаіл Барашкаў рэдагаваў чавускую і дубровенскую раённыя газеты «Калгасны сцяг» і «За сацыялістычнае будаўніцтва». У студзені 1939 г. быў прызначаны рэдактарам рэспубліканскай маладзёжнай газеты «Чырвоная змена».

Калі пачалася Вялікая Айчынная вайна, Міхаіл Парфёнавіч займаўся эвакуацыяй рэдакцый газет з Мінска. Як члену КПСС, ЦК ЛКСМ і ЦК УЛКСМ яму даверылі пасаду палітсупрацоўніка на Калінінскім фронце. Затым ён – удзельнік падпольнага і арганізатар партызанскага руху на Віцебшчыне, адзін з кіраўнікоў газеты «Советская Белоруссия» ў Маскве.

У канцы 1942 года ЦК КПБ прыняў рашэнне аднавіць у зоне размяшчэння партызанскіх злучэнняў выпуск газеты «Звязда», якая па прычыне масавага арышту журналістаў-падпольшчыкаў спыніла дзейнасць у Мінску. Рэдактарам газеты быў зацверджаны Міхаіл Парфёнавіч Барашкаў. Аднача-

сова вопытны журналіст рэдагаваў і рэспубліканскую камсамольска-маладзёжную газету «Чырвоная змена», даваенным рэдактарам якой з’яўляўся. Першы нумар «Звязды» ў партызанскай зоне ўбачыў свет 27 студзеня 1943 г. Праз тры дні выйшла і «Чырвоная змена» [1, с. 38].

У канцы лютага 1944 г. Міхаіл Барашкаў памёр ад тыфу. Свайго рэдактара і старэйшага таварыша пахавалі журналісты-падпольшчыкі. Вось што пра апошнія дні яго жыцця напісаў супрацоўнік партызанскай і мірнай «Звязды» Емяльян Шурпач: «Прыйшла бяда – у сypным тыфе зваліўся рэдактар. Доктар С. М. Шавец сказаў, што Барашкаў адолеў бы тыф. Але ў яго на грудзі была рана, атрыманая яшчэ на фронце. Аслаблены арганізм рэдактара не вынес. І на дзевятых суткі хваробы Міхаіла Парфёнавіча не стала. Пахавалі яго пад трыма хвоймі, якія раслі на ўскрайку вёскі...» [5].

Доўгі час аб магілье рэдактара падпольных газет ведала невялікае кола людзей. Не расказалі аб гэтым месцы сённяшнім супрацоўнікам «Звязды» і старажылы газеты. Дзякуючы жыхарам Доўгаўскага сельскага савета, на тэрыторыі якога знаходзіцца абеліск, пастаўлены Міхаілу Барашкаву яшчэ ў 1957 г., стала вядома пра месца пахавання.

У прыгожым месцы, у акружэнні пяці векавых хвой, спіць вечным сном рэдактар, партызан Міхаіл Барашкаў. Наводшыбе вёскі Камсамалец Салігорскага (тады – Старобінскага) раёна ў адной агароджы – тры магільы. Помнік сведчыць: у адной з іх пахаваны Міхаіл Парфёнавіч. У двух іншых спачываюць безыменныя партызаны (на іх магільях установаўлены пліты).

Магіла першага і – афіцыйна – адзінага рэдактара «Звязды»-партызанкі, а таксама ваеннай «Чырвонай змены» для многіх супрацоўнікаў сучаснай рэдакцыі стала адкрыццём. Памерлага ад тыфу Міхаіла Парфёнавіча маглі пахаваць дзесьці ў раёне вострава Зыслаў, што ў Любанскім раёне Мінскай вобласці, – менавіта тут з 27 студзеня 1943 г. і амаль да самага вызвалення сталіцы выходзіла газета. Праўда, ёсць адна дэталі.

У партызанскай зоне ўсяго выйшла 105 нумароў. Прычым на Любаншчыне «Звязда» ўбачыла свет 98 разоў. Вядома, што апошні нумар партызанскай газеты быў надрукаваны ў Слуцку. Дзе друкаваліся астатнія шэсць, дакладна невядома.

Таму цалкам лагічным падаецца, што некалькі нумароў газеты рыхтаваліся да друку менавіта ў Камсамольцы. Па-першае, з вёскі да знакамітага Зыслава – усяго некалькі дзясяткаў кіламетраў. Па-другое, наўрад ці рэдактар у той складаны ваенны час быў удалечыні ад свайго рэдакцыі. Пра тое, што яна сапраўды некаторы час размяшчалася ў Камсамольцы, сведчыць і адна шыльда, вельмі сімвалічна прымацаваная на хаце з красамоўнай назвай – Партызанская, 19. На шыльдзе напісана: «У гады Вялікай Айчыннай вайны ў вёсцы Камсамалец знаходзіліся рэдакцыі падпольных газет “Звязда” і “Чырвоная змена”».

Гэтая хата не толькі не аказалася пустой, а і гаспадары з часоў Вялікай Айчыннай тут не мяняліся. Сённяшняя гаспадыня Марыя Чарнюк – кар’яная жыхарка вёскі. Нарадзілася ў Камсамольцы 80 гадоў таму. Тады вёска называлася Радацень. Такую ж назву мела і ў гады вайны. Падчас акупацыі ў гэтай хаце часта бывалі партызаны. Відаць, народных мсціўцаў прываблівала яе становішча – знаходзілася побач з лесам. Маці Марыі Чарнюк пякла для іх хлеб.

Сённяшняя гаспадыня памятае жыццё пры немцах, пры партызанам. Узнавіць у памяці Міхаіла Барашкава не дазваляе ўзрост. Але пра тое, што ў яе хаце некаторы час ствараліся газеты «Звязда» і «Чырвоная змена», жанчына расказвае ахвотна. Хоць самі газеты, якія выходзілі з-пад друкарскага станка, яна ніколі не бачыла.

Па словах гаспадыні, шылда на яе хаце вісіць сімвалічна. Гэты дом пабудавалі ў 1970-х гг. – такім чынам дзяржава вырашыла аддзячыць сям’і за дапамогу партызанам. Тая хата, дзе сапраўды выдаваліся «Звязда» і «Чырвоная змена», стаяла побач. Пасля вайны з яе зрабілі хлеў. Ён захаваўся.

На тэрыторыі Доўгаўскага сельскага савета жывуць сведкі, якія пацвярджаюць, што ў хаце Чарнюкоў доўгі час пасля вайны захоўваўся друкарскі станок, былі там і лістоўкі.

Тое, што падчас вайны ў вёсцы сапраўды размяшчаліся партызаны мінскага падпольнага злучэння і члены Мінскага падпольнага абкама ВКП(б)Б, у свой час пацвярджала і мясцовая жыхарка Марыя Стасеня. Вось што яна расказала: «У 1944 годзе з-пад Скаўшына прыбылі партызаны, сярод якіх – Міхаіл Парфёнавіч Барашкаў. Гэта быў высокі чалавек з вялікім чубам. Партызаны часта выходзілі на заданні. У той час лютавала страшная хвароба – тыф. Хутка захварэў на тыф і Міхаіл Парфёнавіч. Даглядала я яго разам з Соф’яй Самусевіч і Аленай Мухай. Мы па чарзе былі каля хворага. Заходзілі і яго памочнікі: Ніна Цылько, Мікола Курыка, Емяльян Шурпач. На вялікі жаль, Міхаіла Парфёнавіча не стала. Хутка і я захварэла на тыф. Ледзь выжыла...» [4].

Сёння магіла Міхаіла Барашкава дагледжана. Не даюць ёй зарасці был-лём мясцовыя жыхары. А быў час, калі сюды з Мінска прыезджалі былыя паплечнікі падпольнага рэдактара. Па ўспамінах тых жа жыхароў, неаднойчы тут была і жонка Міхаіла Парфёнавіча, імя якога і сёння памятаюць людзі.

Літаратура

1. Дастанка, М.Е. Газета «Звязда» ў гады Вялікай Айчыннай вайны (Чэрвень 1941 – май 1945 гг.) / М.Е. Дастанка. – Мінск: Выд. БДУ імя У.І. Леніна, 1970. – 193 с.

2. Канюта, В. На партызанскай, 19 / В. Канюта // Звезда. – 2016. – № 115 (28225). – С. 1, 5.
3. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: падруч. для студэнтаў устаноў выш. адукацыі / А.Г. Слука. – Мінск: БДУ, 2011. – 447 с.
4. Ставер, Э. Падпольны рэдактар / Э. Ставер // Шахцёр. – 2010. – № 9–12.
5. Шурпач, Е.С. І слова кавала перамогу: аб выд. падпол. газ. «Звезда» і «Чырвоная змена» / А.С. Шурпач. – Мінск: Беларусь, 1981. – 79 с.

Оксана Катренко

Белорусский государственный университет

РОЛЬ КУЛЬТУРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ТЕЛЕВОЗДЕЙСТВИЯ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЦЕННОСТЕЙ ДЕТЕЙ 6–10 ЛЕТ

Процесс усвоения детьми социально-культурных ценностей посредством восприятия экранного искусства тесно взаимосвязан с культурально-психологическими механизмами телевоздействия и с медиаобразованием маленьких телезрителей. Данная тема социально востребована как в Беларуси, так и за ее пределами и заслуживает особого внимания. С нашей точки зрения, корректным видится ее рассмотрение сквозь призму взаимодействующих научных теорий и концепций.

Формирование социально значимых ценностей посредством аудиовизуальных СМИ во многом объясняется *культурно-исторической теорией*. Этот процесс включает **этапы**: 1. *Синтез (отбор и формирование) ценности на основе наблюдения за фактами общественной жизни и их показа ТВ*. Его *стадии*: 1) разноплановость передач; 2) достоверность телепублицистики; 3) обновляемость пропагандируемых ценностных фактов и непрерывность их когнитивного отражения; 4) динамизм факторов познания; 5) опора на научные, исторические знания. 2. *Популяризация ценностей методом анализа синтезированного идеала* – вырабатывается ценностная ориентация (ЦО) как идея, подводящая зрителя к осознанию новой ценности – идеала. 3. *Инклюзия ценности путем пропаганды*. Включившись в систему культурных ценностей, она влияет на мировоззренческие установки людей, а их мнение – на деятельность ТВ. «Замыкается круг» ЦО социума и начинается трансляция ценности внутри него, либо последующим поколениям [14, с.8–9]. Так, система репродуцирования и тиражирования ценностей, посредством телепроизведений, способствует их массовому восприятию детьми в пространственно-временном континууме.

В итоге *формируется мировосприятие, важные социально-культурные ориентиры, нравственные ценности*, в том числе отношение к стране, на-

ции, языку [7, с. 17]. К **аспектам телетрансляции ценностей** относят: 1) *исторический* – включение ценностей прошлого в обращение современного общества; 2) *актуальный* – творческое производство новых культурных ценностей и их передача аудитории [14, с. 10]. Выделяют *три уровня коммуникативного воздействия медийных сообщений на систему ценностей индивида*, соответствующие **компонентам ЦО**: *мотивационному, когнитивному и установочно-поведенческому*. Так, мотивационные особенности активности человека в отношении СМК детерминируют характер его взаимодействия с информационной средой (ИС), в которой он воспринимает определенный набор образов, значений, ролевых моделей. Эти элементы дополняют и трансформируют личностные смыслы, представления, мета-установки. ЦО мотивируют и направляют жизнедеятельность человека [8, с. 24–27].

К **мотивационным типам взаимодействия с ИС** относят: 1) *развлечение, удовольствие – информацию, концентрацию*; 2) *интеграцию, сопричастность – автономию, индивидуализм*. Доминирующая ЦО на универсальные ценности свойственна людям с подвижным взаимодействием с ИС, с использованием разнообразных каналов информации [8, с. 18–23]. Значимость ТВ проявляется, когда демонстрируемые примеры становятся источником научения (Bandura, Ross, Walters, Tan) [20]. Его воздействие сильнее, если в передаче сочетаются движущиеся звуко-зрительные образы и слова с учетом специфических особенностей восприятия [3, с. 11; 12, с. 22]. Также ТВ влияет на внимательность наблюдения. Дети, наблюдающие модельный процесс по телевизору в затемненной комнате, позже ведут себя сходным образом [21, с. 385].

В этой связи особо важно понимание основного конструкта **теории культивирования – унификации** – узнавание «фактов» о реальном мире из ТВ, автоматически откладывающихся в памяти и формирование представления о нем (Shapiro, Hawkins, Adler, Potter) [20]. Эти факты всегда сильно влияют на ценностный выбор, ведь дети с большим доверием относятся к социальной реальности, изображаемой ТВ [14, с. 8; 20]. Младшим школьникам еще свойственно конкретное мышление и активное фантазирование. При этом процесс *аудиовизуального мышления* осуществляется автоматически, но у каждого зрителя по-разному, в зависимости от его эстетического развития [16, с. 54–55], а *восприятие* телеискусства зависит от его *художественного воображения* – свойства сознания, выражающегося в умении на основе жизненного опыта, знаний и наблюдений, творчески домысливать определенные картины жизни, характеры, ситуации, изображенные в телепроизведении [12, с. 23].

К **этапам телевосприятия** относят: 1) отбор образно-эмоциональной информации из содержания телекадров; 2) выстраивание в сознании ди-

намического образа на основе соотнесения отобранной звукозрительной информации; 3) интерпретация увиденного – воссоздание пространственно-временного измерения образа, обогащенного новыми смыслами о происходящем на экране; 4) ощущение ритма киноповествования, передающего эмоциональное состояние героев и автора; 5) погружение в атмосферу ассоциативных, эмоционально-образных, смысловых связей. Так в последовательности отобранных кадров, в особенностях их появления на «внутреннем экране» сознания воссоздается душевное состояние ребенка, его настроение, мироощущение [16, с. 29–33].

Учитывая то, что многократное воздействие детского ТВ способно изменять мировоззрение детей, его *главной задачей* должно быть *развитие художественного воображения, способствующего их творческому ценностно-ориентированному мировосприятию, наглядно-образному, словесно-логическому, а в дальнейшем – дискурсивному и критическому мышлению.*

Конечно, воздействие ТВ является источником знаний о мире и роли человека в нем (*теория социализации*). Однако Meugowitz и Postman отмечают, что дети рано социализируются, узнают о тайном мире взрослых и исполняют взрослые роли. Влияние ТВ заключается в гомогенизации стадий развития (дети становятся похожими на взрослых) и в усилении андрогинности [20]. Наблюдается *тенденция: дети в телешоу показываются как маленькие взрослые.* ТВ стирает традиционную концепцию детства, используя материал взрослого мира как основу для проектирования нового типа личности – *телевизионного взрослого ребёнка.* А *исчезновение этой грани приводит к стиранию социальных секретов, подрывает концепции будущего и ценности ограничений, дисциплины* [9, с. 143–148].

К *условиям*, способствующим максимальному социализирующему телевлиянию, можно отнести *телевизионное воспитание детей и их медиаобразование.* Так, V. Evga считает, что влияние ТВ наибольшее, когда дети смотрят передачи для развлечения и воспринимают их содержание как реалистичное [20]. Конечно, *ТВ расширяет возможности систематического эстетического воспитания своих телезрителей* [3; 4; 5; 7; 12].

Телевоспитание напрямую связано с *нравственной оценкой телеинформации*, обозначающей отношение ребенка (одобрение/осуждение) к поведению и поступкам телегероев, отражающее его уровень воспитанности. Критерии ее сформированности у младших школьников следующие: *мотивационный* (интерес к телепередачам, их осознанный выбор); *когнитивный* (знания ценностей, анализ поступков телегероев, и их мотивов); *деятельностный* (соответствие поведения нравственным нормам). Телеинформация должна *исключать навязывание нравственных оценок, норм поведения телегероев, предоставляя ребенку выбор допустимых образцов поведения* [4, с. 136–137].

По мнению Л.М. Баженовой, младший школьник должен знать, что *экранные искусства имеют особый язык*, отличающийся от того, которым говорят с ним музыка, изобразительное искусство, танец, театр. Этот *аудиовизуальный язык* влияет на эстетическое воспитание и включает: динамическое движущееся изображение, речь, музыку; шумы [2, с. 9]. *Его основные элементы*: цвет изображения, кадр, план, ракурс, монтаж – создают особую экранную реальность, воспринимаемую через пространство кадра, вызывая идентификацию ребенка как с реальной действительностью. Так, в форме игры, творческого задания надо показать, из чего возникает сложный аудиовизуальный образ, передающий содержание и мысль автора [2, с. 9–10]. Например, благодаря специфическим средствам художественной выразительности, *особую привлекательность для детей имеет мультфильм*, транслирующий социальные нормы и ценности в доступной для восприятия форме [22, с. 77].

Значимую аксиологическую роль играет *детская телепередача*, все компоненты которой (содержание, форма, речь, жесты, поведение героев) имеют огромный духовно-нравственный смысл [5, с. 9]. Так, речь должна быть теплой, доверительной, простой, задушевной, легкой, спокойной и мягкой. Важен показ человека с его мыслями, чувствами, переживаниями [12, с. 4–5], с осознанием мотивов, моральной оценкой поступков и ответственностью за них [3, с. 10]. Доказано, что под влиянием телепередачи у детей *увеличивается число ассоциативных связей с прошлым опытом, с ранее приобретенными знаниями, с явлениями реальной действительности*. Познавательная деятельность, органически переплетаясь с эмоциональной, способствует созданию целостного представления об изучаемых предметах и явлениях. Поскольку изображение всегда подкреплено словом, то слова в сознании обретают большую устойчивость. Эффективность же воздействия ТВ зависит от индивидуальных и возрастных особенностей, от уровня развития учащихся, от их отношения к ТВ как источнику обучения [13, с. 25].

Необходимым видится комплекс многосторонних знаний о ТВ для *развития мировоззрения детей, их социальности и критического мышления*. Серьезность данной проблемы объединяет ученых, чьи взгляды устремлены на развитие *аудиовизуальной культуры юных телезрителей* посредством **медиаобразования** [11; 16; 17], призванного защищать личность ребенка, находящуюся в «кризисе идентичности», от негативных телеэффектов и осуществлять эффективное обучение с помощью ТВ. Согласно российским ученым (А. Федоров, Н.А. Овсянникова) *медиаобразование – процесс развития личности с помощью и на материале СМК с целью формирования медиакультуры, творческих, коммуникативных способностей, умений*

полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, критического мышления [5, с. 12]. По **концепции непрерывного нравственно-эстетического воспитания, в процессе медиаобразования** необходимо соблюдение *принципов*: 1) *транспарентность* – открытость, доступность любой информации и высокая культура демократического стиля общения; 2) *элективность* – свобода творческого выбора в ситуации «или-или»; 3) *нарративность* – владение искусством слова, рассказа, повествования [5, с. 12].

L. Masterman, основоположник **медиаобразовательной теории развития критического мышления**, считал, что необходимо анализировать механизмы идеологического воздействия ТВ, понимать направленность ЦО медиатекстов, изучать восприятие медийной продукции аудиторией, развивать ее критическое мышление [17, с. 131]. На взгляд С.Г. Кара-Мурзы, *критическая оценка получаемой информации* – одна из важнейших функций интеллекта – иммунитет сознания. *Отключение ТВ критического восприятия* ведет к беспрепятственному попаданию в сознание ложной и опасной информации, которая остается там, «принимаясь к действию» [10]. Следовательно, *развитие критического мышления детей* – особо актуальная социально-педагогическая задача, связанная с качеством жизни будущих поколений. У людей с развитыми коммуникативными навыками развито и критическое восприятие, они более дружелюбны, толерантны [6, с. 53–54]. Однако, как показали исследования Т.З. Адамьянц, на протяжении 40 лет лишь 13,6 % телезрителей оказались способными к адекватному пониманию материалов СМИ благодаря развитому критическому мышлению, что связано с навыками, которые необходимо совершенствовать [6, с. 53].

Таким образом, усвоение юными телезрителями социальнo-культурных ценностей посредством телевоспитания и медиаобразования требует развития у них навыков общения с телеискусством, пробуждения их воображения, творческих способностей и развития их критического мышления.

Литература

1. Багдади, Д.Х. Воздействие телевидения на детей :автореф. дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / Д.Х. Багдади. – Минск., 1998. – 20 с.
2. Баженова, Л.М. В мире экранных искусств / Л.М. Баженова. – М., 1992. – 74 с.
3. Гужва, Л.А. Телевидение и нравственное воспитание личности :автореф. дисс. ... канд. филос. наук / Л.А. Гужва. – Киев, 1967. – 20 с.
4. Гундорова, И.В. Формирование нравственных оценок телевизионной информации у младших школьников : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / И.В. Гундорова. – Кострома, 2004. – 209 с.

5. Дзуцева, З.Б. Нравственно-эстетическое воспитание молодежи средствами телевидения : автореф. дисс. канд. пед. наук : 13.00.01 / З.Б. Дзуцева. – Владикавказ, 2006. – 22 с.
6. Ермизина, Е.В. Мультфильмы – дети: от контента к пониманию / Е.В. Ермизина // Мир психологии. – 2010. – №1 (61). – С. 51–58.
7. Ермизина, Е.В. Социальная диагностика в регулировании социально ответственной деятельности телевидения: (на примере исследования телепродукции для детской аудитории) : автореф. дисс. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Е.В. Ермизина. – Москва, 2010. – 22 с.
8. Ерохин, Д.О. Информационная среда как фактор формирования ценностей молодежи : автореф. дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Д.О. Ерохин. – Москва, 2011. – 28 с.
9. Постман, Н. Исчезновение детства / Н. Постман // Детское кино – детям: материалы научн.-практ. конф. Третьего Тверского межрегионального кинофестиваля / сост. В.В. Солдатов. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2012. – 164 с.
10. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Кара-Мурза, С. Смирнов / Электронная библиотека Royallib.com. – 2009. – Режим доступа : http://royallib.com/book/karamurza_serгей/manipulyatsiya_soznaniem_2.html. – Дата доступа : 15.05.2015.
11. Колбышева, С.И. Учимся смотреть мультики / С.И. Колбышева. – Минск : Беспринт, 2010. – 80 с.
12. Леонидзе, Н.С. Телевидение – средство эстетического воспитания: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н.С. Леонидзе. – Тбилиси, 1965. – 27 с.
13. Мишанина, В.И. Развитие познавательной активности дошкольников средствами телевидения в условиях семьи: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / В.И. Мишанина. – М., 1996. – 152 с.
14. Поликарпова, Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе / Е.В. Поликарпова. Ростов-на-Дону : ИППК при РГУ, 2002. – 178 с.
15. Усов, Ю.Н. В мире экранных искусств / Ю.Н. Усов. – М.: SvR-Аргус, 1995. – 224 с.
16. Федоров, А.В. Критический анализ медиатекста, содержащего сцены насилия, на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории (на примере фильма «Груз 200») / А.В. Федоров // Медиаобразование.– Москва. 2007. – № 4. – С. 131–157.
17. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб: Прайм-Евронек: «Нева», М.: Олма-пресс. – 2002. – 445 с.
18. Хьелл, Л. Теории личности (Основные положения, исследования и применение) // Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб : Питер Ком, 1999. – 608 с.
19. Шариков, А.В. Место анимации в жизни младших дошкольников / А.В. Шариков, Ю.В. Айгистова // Культурно-историческая психология. – 2014. – Т. 10. – № 4. – С. 72–79.

Александра Кириенко, Элина Булатова
*Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Россия)*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «СВОБОДА» В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ СМИ

Свобода является величайшей общечеловеческой ценностью. Ее осмысление имеет богатую историю, однако универсальность данной категории, ее глубокий философский смысл и нерешенность многих вопросов (что такое свобода, каковы ее границы и пр.) заставляют ученых вновь и вновь обращаться к ее анализу. Кроме того, практика репрезентации концептов в медийной сфере относится к дискуссионным областям научных исследований, поэтому анализ репрезентаций концепта «свобода» в СМИ представляется актуальной задачей.

Концепт – это «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [3, с. 89]. В. А. Маслова указывает, что концепт как многомерное семантическое образование включает в себя не только понятийно-дефиниционные, но и коннотативные, образные, оценочные, ассоциативные характеристики, которые должны быть учтены при его описании [4]. К анализу общих признаков концепта «свобода» («воля») обращались Н. М. Катаева [1], А. Д. Кошелев [2], В. А. Маслова [4] и другие исследователи, нас же в первую очередь интересовало его медийное понимание. Материалом для исследования послужили общественно-политические издания *Meduza* (публикации И. Азара), «Русский репортер» (публикации М. Ахмедовой) и «Новая газета» (публикации Ю. Латыниной) за период с 2015 по 2016 годы (заметим, что мнение авторов может не совпадать с мнением журналистов указанных изданий). Анализ репрезентаций указанного концепта проводился по трем направлениям: были осуществлены словарный срез, контекстуальный анализ и ассоциативный эксперимент.

В первую очередь мы обратились к нескольким словарям, для того чтобы понять, в каких смыслах может интерпретироваться понятие «свобода». Также выявили синонимы слова «свобода» и его однокоренные слова, образующие поле языковых вербальных репрезентаций концепта (лексема «свободный», «свободолюбие», «свободомыслие», «независимость», «воля» и др.). Полученные данные были использованы при проведении контекстуального анализа, который показал, что концепт «свобода» в изда-

ниях общественно-политического характера может проявляться в различных смыслах. Можно выделить следующие признаки концепта «свобода», актуальные для СМИ:

1) свобода – это возможность самоопределения: «многие верят, что воюют за независимость» [13];

2) свобода понимается разными народами по-своему [13];

3) свобода – это то, что обеспечивается техническим прогрессом: он (технический прогресс) обеспечил обществу «ту свободу и благосостояние, которые не в силах обеспечить никакая революция или даже реформа» [14];

4) свобода – это не только способность самостоятельно мыслить, но и полное отсутствие ограничений, вседозволенность: «мы три года разговаривали с публикой про то, что такое блокировки, как их обойти и что такое свобода слова» [7];

5) свобода может ассоциироваться у людей с конкретной личностью: «он (Б. Немцов) зернышко свободы и человечности посеял в наши души», «он – борец за людей, за демократию, за разделение властей» [5];

6) свобода оценивается как нечто ценное, заветное, дорогое, долгожданное, но в то же время и потенциально опасное: «убит за свободу», «Россия будет свободной», «свежий воздух свободы исчезает...», «свобода стоит дорого» [5];

7) свобода ассоциируется с каким-то временным промежутком (например, 90-е годы [8]), с демократией, с Европой и Америкой, с отсутствием давления со стороны государства: «европейский путь», «открытое гражданское общество»;

8) свобода может обесцениваться: «Всем важен материальный уровень жизни, а свобода слова, свобода высказывания, проживания, выезда за рубеж большинству людей в нашей стране абсолютно по барабану» [8];

9) мнение о свободе разное у людей с противоположными политическими предпочтениями: «Я вам сказал в начале, что я традиционный националист, за традиционные ценности. Партия морального большинства. Я считаю, что их свобода ущемляет свободу всех остальных, если как в Швеции и Германии детям в 6 лет предлагают определиться, кто они – девочки или мальчики. Я и Немцову всегда говорил, что многие свободы либералов для националистов – это статьи уголовного кодекса» [6];

10) человек может сам ограничивать свою свободу: «Мы слишком демонируем запретительные меры со стороны государства. То есть они есть, они присутствуют, и, опять-таки, мне не нравится то, что происходит, но самоцензуры гораздо больше в нас, и все граждане нашей страны с удовольствием включились в это самоограничение самих себя на свободное высказывание» [8];

11) свобода – это гражданское право человека: «Если вы прочитаете внимательно наш закон, вы увидите, что он антиконституционен, потому что ныне бездействующая российская Конституция не только не лишает меня права, но даже считает гражданским поведением контроль за властью, свободное обсуждение действий власти. Это в нормальном праве не считается политической деятельностью. А в этом законе пишут о попытке склонить власть к каким-то решениям. Это мое гражданское право!» [9];

12) свобода имеет и негативную коннотацию, например, при саркастичном употреблении слова «освободитель»: «Вроде бы сначала украинцы армией зашли, как наши освободители... Ха-ха-ха... С нормальными намерениями пришли. Говорят: «Вы нам хлеб должны выдавать» [12];

13) слово «свобода» может встречаться в составе научного термина: «свободный кислород» [15];

14) наличие или отсутствие свободы определяется социальным статусом субъекта: например, выражение «свободно входить» может подразумевать не только возможность беспрепятственного перемещения в пространстве, но и то обстоятельство, что это право зависит от социального положения человека [11].

Необходимо отметить, что концепт «свобода», помимо прямых языковых репрезентаций, приведенных выше, может выражаться ситуативными средствами (контекстуально): «Я слышал, что его все ищут, и подумал, если я скажу, что это я, то быстрее домой попаду» [10] («домой попаду» – то есть «освобожусь, стану свободным»).

Одной из составляющих исследования стал ассоциативный эксперимент, демонстрирующий характер восприятия указанного концепта членами профессионального журналистского сообщества. Всего в эксперименте принимали участие 30 человек из различных изданий. Мнение выразили работники следующих масс-медиа: ОТВ (3,3 %), ТАСС (6,6 %), «Коммерсантъ-Урал» (6,3 %), газета «Волгоградская правда» (3,3 %), пресс-служба ЗСЧО (Законодательное Собрание Челябинской области) (3,3 %), медиахолдинг «Западная пресса» (3,3 %), Tjournal (6,6 %), научно-популярный журнал «Кот Шредингера» (3,3 %), газета «Искра» (Пермский край, г. Лысьва) (3,3 %), «Наша Газета» (6,6 %), «Вечерний Екатеринбург» (3,3 %), «Астросоветы. Горосокопы» (6,6 %), Ура.ру (3,3 %), телекомпания «4 канал» (3,3 %), «Комсомольская правда» (3,3 %), – а также фрилансеры (33,3 %).

Согласно заданию, участники должны были закончить предложение: «Свобода – это ...». Блок социально-демографической информации включал один вопрос: «В каком СМИ вы работаете?».

Эксперимент показал, что свобода ассоциируется у журналистов с ограничениями (20 %); возможностью выражать свои мысли (16,6 %); пра-

вом выбора (16,6 %); отсутствием ограничений (16,6 %); наличием денег (10 %); она является базовой потребностью человека (10 %); ассоциируется с независимостью (6,6 %) и состоянием души (3,3 %).

Проанализировав ответы представителей разных типов СМИ, мы определили, что понимание слова «свобода» у сотрудников государственных и независимых изданий практически совпадает, в то время как третья группа – фрилансеры – показала другие результаты: несмотря на гибкий график работы и возможность выбора деятельности, большинство фрилансеров ответило, что для них свобода – это ограничения.

Таким образом, мы выявили, что концепт «свобода» в медиатекстах выражается прямыми (узуальными языковыми) и косвенными (окказиональными, контекстуальными) средствами, несет в себе различные смыслы и рождает разные ассоциации. В связи с этим журналист, который пишет на тему свободы или упоминает ее, должен учитывать специфику менталитета читателя, которая может быть связана с национальностью, родом занятий или другими социально-демографическими характеристиками.

Литература

1. Катаева, Н. М. Концепт «воля» / Н. М. Катаева // Антология концептов. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Т. 1. — С. 42–58.
2. Кошелев, А. Д. К эксплицитному описанию концепта «Свобода» / А. Д. Кошелев // Логический анализ языка. Культурные концепты. — Москва: Наука, 1991. – С. 61–64.
3. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – Москва: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
4. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие / В. А. Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 266 с.
5. Азар, И. Герой – это тот, кто идет против системы [Электронный ресурс] / И. Азар // Meduza. – 2016. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2016/02/27/geroy-eto-tot-kto-idet-protiv-sistemy>.
6. Азар, И. Для меня демократия – это не очень хорошо [Электронный ресурс] / И. Азар // Meduza. – 2015. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2016/02/24/my-ponimali-chto-nelzya-pro-putina-govorit-ploho>.
7. Азар, И. Луркмор — это русская культура как она есть [Электронный ресурс] / И. Азар // Meduza. – 2015. Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/06/23/lurkmor-eto-russkaya-kultura-kak-ona-est>.
8. Азар, И. Мы скоро превратимся в Северную Корею [Электронный ресурс] / И. Азар // Meduza. – 2015. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/07/08/my-skoro-prevratimsya-v-severnyuyu-koreyu>.

9. Азар, И. Советская пропаганда всегда за рубежом была успешна [Электронный ресурс] / И. Азар // Meduza. – 2015. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/07/31/sovetskaya-propaganda-za-rubezhom-vsegda-byla-uspeshna>
10. Ахмедова, М. Беги отсюда, беги! [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер. – 2015. – Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2015/05/28/begi-otsyuda-begii/>.
11. Ахмедова, М. Добрые люди Брюсселя [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер. – 2016. – Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2016/04/14/brussel/>.
12. Ахмедова, М. Лучшая собака на Земле [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер. – 2015. – Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2015/06/26/luchshaya-sobaka-nazemle/>.
13. Ахмедова, М. Между Пушкиным и Шевченко [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер. – 2016. – Режим доступа: http://rusrep.ru/article/2016/04/28/mezhdu_pushkinym/.
14. Латынина, Ю. Вся политика Кремля направлена на создание в России антинаучного и антитехнологического общества [Электронный ресурс] / Ю. Латынина. // Новая Газета. – 2015. – Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/columns/69780.html>.
15. Латынина, Ю. Как потратить \$100 млн? Выбросить в космос [Электронный ресурс] / Ю. Латынина // Новая Газета. – 2015. – Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/columns/69303.html>.

Елена Кононова

Белорусский государственный университет

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА

Какова роль журналистики и журналистов в системе медиапрофессий современности, каков баланс в журналистском образовании между фундаментальным гуманитарным знанием и профессиональной практикой, в чем действительно заключается социальная функция журналистской деятельности? На форсайт-сессии «Медиапрофессии XXI века», проходившей в июне 2016 г. на площадках Московского государственного университета, звучали и такие мнения: «Журналистики как таковой в сегодня не существует. Есть медиакоммуникации, медиасфера, внутри которой существует журналистика. Она состоит из двух важных частей: история журналистики, которая дает представление о том, что было в индустрии раньше, и практическая журналистика. И в каждой редакции практическая журналистика своя» [1]. Но современный мир – мир профессий, связанных с коммуникациями, в которых нет больше внутреннего рынка. Конкуренция вышла на международный уровень, и надо готовить журналистов, которые смогут конкурировать с зарубежными СМИ и будут это делать на профессиональном уровне.

Журналисты должны понимать, для кого они пишут, а концепция СМИ должна опираться и базироваться на социальной функции. Работать для общества, улучшать общество, видеть тенденции его позитивного развития – задача современного журналиста. В то же время для успешной реализации профессиональной подготовки, знаний журналисту необходимо создать условия, сформировать среду, в которой он мог бы развиваться, совершенствоваться, исполнять свою социальную роль.

Что бы ни писали о своеобразии и индивидуальности развития национальных медиасистем, вызов времени диктуется технологиями, мир живет в едином многообразии. Так, несмотря на появление множества новых носителей информации, реактивации печатных СМИ, следует отметить мощный всплеск видеоиндустрии в общем коммуникационном пространстве. Телевидение и радиовещание остаются самым большим по охвату аудитории в сравнении с аудиториями остальных массмедиа, а с точки зрения организации и финансирования на протяжении многих десятилетий они развивались в рамках основных моделей, которые уже четко обозначились к середине XX в. На рубеже 1920–1930-х гг. радиовещание осуществлялось более чем в 70 странах мира, а всемирная аудитория радиослушателей составила около 140 млн человек. В предвоенные годы оформились три основные модели организации и финансирования радиовещания и телевидения: частная коммерческая, государственная, общественная [2].

Общественные вещательные корпорации, существующие в различных странах мира, имеют различную степень автономности от государственных структур – от значительной до весьма ограниченной. Некоторые общественные корпорации на деле фактически представляют собой структуры, подконтрольные государству. В странах с развитыми парламентскими системами и демократическими традициями общественные службы подотчетны парламентам и гражданам. Различна и степень коммерциализации общественного вещания. Так, общественные вещательные службы либо полностью воздерживаются от передачи коммерческой рекламы и независимы от рекламодателей, либо используют доходы от рекламы в качестве дополнительного источника финансирования своей деятельности наряду с абонентской платой за пользование приемными устройствами. Из всего этого ясно одно – существование общественных структур в системе информации необходимо для полноценного взаимодействия и взаимовлияния общества и СМИ.

Конкретные формы реализации концепции общественного вещания в национальных контекстах показывают, что его реальные модели значительно отличаются друг от друга. Поэтому и сама концепция в зависимости от национальной специфики может существовать в разных формах – от «чистого» общественного вещания, изначально действующего в условиях конкуренции

с коммерческими телеканалами, до общественно-государственного или публично-правового. Общественное вещание в развитых странах Северной Америки, Западной Европы и Азии переживает непростые времена, но оно продолжает сохранять политическую актуальность и культурное значение и для обществ, и для политиков, и для индивидуальных зрителей [3].

На постсоветском пространстве организация общественного вещания проходила трудный путь. В России общественного вещания ранее не существовало. Возникшая в 1990 г. Всероссийская государственная телерадиокомпания финансируется из государственного бюджета и за счет рекламы, абонентская плата отсутствует. Аналогично финансировались т. н. «Общественное российское телевидение» (ОРТ) и «Общественное телевидение России» (ОТР), вопреки названию – государственно-частные акционерные общества также финансируются из государственного бюджета и за счет рекламы. Вопреки ряду заявлений, общественным телевидением не является ГТРК «Культура», полностью финансируемая правительством. В России и ряде других стран СНГ существуют также несколько интернет-изданий общественных организаций, в названии которых упоминается словосочетание «общественное телевидение», финансируемые чаще всего либо из кассы этих организаций, либо за счет пожертвований членов этих организаций или сочувствующих. В 2011–2012 гг. в России работало Сетевое общественное телевидение. В 2012 г. по инициативе правозащитной организации «За права человека» в интернете был запущен новый общественный телеканал – Объединённое гражданское телевидение ОГТ.tv. Создатели канала задумывали его как площадку для распространения информации о гражданской активности в России. Тогда же депутаты Мосгордумы обсудили создание общественного московского телевидения. С 2013 г. был запущен пилотный проект ОТВ. Главной характеристикой для своего контента ОТВ полагает высокое качество и развивающий потенциал – вне зависимости от форматов и типов вещания (информационное, просветительское, развлекательное). А важнейшим принципом программной политики считает создание позитивной повестки дня. Зрителям обещано: преимущественное использование прямого эфира, публицистическое и информационное вещание без политической и коммерческой цензуры, развивающие «умные» развлечения, качественные игровые, документальные и анимационные фильмы, привлекательные просветительские программы.

Особенность – большинство форматов предусматривают участие в их создании широких корреспондентских сетей, состоящих из непрофессиональных активистов. Формирование и кураторство таких сетей – одна из задач, которые ставит перед собой канал. Оригинальны и приоритеты, которые ОТВ для себя обозначил: независимость (программы представляю

все – кроме противозаконных – точки зрения, существующие в российском обществе по тому или иному вопросу. Ни одна из партийных позиций не имеет приоритета), проблематизация (программы ОТВ не только анализируют тот или иной экстраординарный или традиционный проблемный узел, но и иницируют выработку продуктивных решений) и рефлексивность (программы способствуют усложнению, а не упрощению, как сегодня, картины мира).

Почти во всех странах, где работает общественное телевидение, с каждого зрителя (а вернее, с каждого телевизора) собирают абонентскую плату. Ведь на общественном телевидении реклама либо вообще запрещена, либо сокращена до минимума. Все деньги, которые приходят на счет общественного ТВ, контролирует Наблюдательный совет, да и не только он. Телевизионщики должны публично отчитываться о своих расходах.

Вещатели общественных организаций – и это очень существенно – в отличие от общественных вещателей, финансируемых за счет целевого налога собираемого со всех граждан страны, берут финансовые средства либо из кассы общественных организаций, либо за счет частных пожертвований. В странах, имеющих общественное телерадиовещание, если существует вещание общественных организаций, то оно представлено преимущественно религиозными радиостанциями, в других случаях такие радиостанции входят в общественные или в коммерческие вещатели, редко – партийными радиостанциями. Это следует учитывать при формировании концепции национальных вещателей всех видов.

Получится ли в Беларуси организовать подлинное Общественное телевидение по типу британского, американского, российского или какого-либо другого вещания и когда это произойдет, зависит от многих факторов, связанных с развитием общества, экономики, подготовкой специалистов. В этом случае можно будет говорить о полноценной реализации социальной роли журналиста, созидателя общества.

Литература

1. Волин, А. Поделить сферы ответственности / А. Волин [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://medium.com/79e6952139ae#.bgh8uk9r6>. – Дата доступа: 10.08.2016.
2. Формирование основных моделей радио- и телевидения. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://studme.org/51383/marketing/formirovanie_osnovnyh_modeley_radio-televeschaniya#850. – Дата доступа: 10.08.2016.
3. Варганова, Е.Л. Модели общественного вещания в развитых рыночных демократиях / Е.Л. Варганова. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Vart/43.php. – Дата доступа: 10.08.2016.

**«ЧЫРВОНАЯ ЗВЯЗДА»:
АД АРГАНІЗАЦЫЙНА-ПРАПАГАНДЫСЦКАГА ЛІСТКА
ДА ГРАМАДСКА-ПАЛІТЫЧНАГА ВЫДАННЯ
ІВАНАЎСКАГА РАЁНА**

19 верасня 1943 г. стала кропкай адліку ў гісторыі станаўлення і развіцця друку Іванаўскага раёна. У гэты дзень убачыў свет першы нумар газеты «Партизан Полесья» – друкаванага органа Іванаўскага падпольнага райкама КП(б)Б. Адбылося гэта значна пазней, чым у іншых рэгіёнах нашай рэспублікі, дзе масавае разгортванне мясцовага друку выпала на 30-я гады мінулага стагоддзя. Безумоўна, на тое былі свае аб’ектыўныя прычыны: доўгі час тэрыторыя сучаснай Іванаўшчыны ўваходзіла ў склад Польшчы. Толькі 2 лістапада 1939 г. (пасля прыходу Чырвонай Арміі) на апошнім пасяджэнні нечарговай пятай сесіі Вярхоўнага Савета СССР быў прыняты Закон аб уключэнні Заходняй Беларусі ў склад СССР і аб’яднанні з БССР. А 5 снежня 1939 г. Прэзідыум Вярхоўнага Савета БССР увёў новае адміністрацыйна-тэрытарыяльнае дзяленне: было створана пяць абласцей (Баранавіцкая, Беластоцкая, Брэсцкая, Вілейская, Пінская) і 101 раён у разліку на 35–50 тыс. жыхароў [1, с. 445–446].

На карце БССР Іванаўскі раён, які першапачаткова ўваходзіў у склад Пінскай вобласці, з’явіўся 15 студзеня 1940 г. Аднак свайго друкаванага органа рэгіён яшчэ доўгі час не меў. З верасня 1939 г. (у тым ліку і на тэрыторыі Іванаўшчыны) пачала друкавацца газета «Палеская праўда» – спачатку як орган часовага кіраўніцтва горада над Пінай, а з 4 снежня 1939 г. (калі была ўтворана Пінская вобласць – *заўвага аўтара*) як орган абкама КП(б)Б і аблвыканкама. З ліпеня 1941 па ліпень 1944 г. Пінск быў акупіраваны нямецка-фашысцкімі захопнікамі, таму газета некаторы час не выходзіла. У хуткім часе ў абласным цэнтры і ў суседніх з ім раёнах пачало дзейнічаць антыфашысцкае падполле і разгарнуўся партызанскі рух.

У гады Вялікай Айчыннай вайны газеты выдаваліся ў партызанскіх зонах, акупаваных гарадах і вёсках. Яны дапамагалі абаронцам Радзімы ў барацьбе з варожай навалай, заклікалі савецкіх людзей на бой з фашысцкімі захопнікамі. 2 красавіка 1943 г. была прынята пастанова ЦК КП(б)Б аб аднаўленні выдання абласной газеты «Палеская праўда», і на парадак дня стала пытанне аб стварэнні раённых газет. 5 ліпеня 1943 г. партызанская брыгада імя В. М. Молатава атрымала партатыўную паходную друкарню, на якой і пачала выпускацца падпольная іванаўская раённая газета.

«Партизан Полесья» (верасень 1943 г. – сакавік 1944 г.) друкаваўся ў атрадзе імя Лазо, штаб якога размяшчаўся ў Белінскім лесе, што на стыку Іванаўскага і Драгічынскага раёнаў. Зварот рэдакцыі «Прачытай і перадай другому!» быў лішнім. У перадавым артыкуле першага нумара выдання выказана глыбокая ўпэўненасць у перамозе над ворагам: «Чырвоная Армія ачысціць сваю родную зямлю ад азвярэлых нямецкіх захопнікаў. Перамога будзе за намі. У гэтым няма ніякага сумнення. Наперад, сыны Радзімы! Наперад, да поўнага знішчэння фашызму!» Тут жа быў апублікаваны матэрыял «Злачынствы немцаў», у якім паведамлялася: «Адчуваючы сваю бліzkую пагібель, немцы ідуць на ўсякую подласць. Ланцуговыя сабакі нямецкага фашызму і іх прыслужнікі разбураюць гарады, вёскі і сёлы, знішчаюць стагоддзямі ствараемую народам культуру, расстрэльваюць і закапваюць жывымі жанчын, дзяцей і старых, адпраўляюць у фашысцкае рабства моладзь» [2, с. 227].

За час існавання газеты выйшла больш за 50 яе нумароў тыражом 300–500 экзэмпляраў кожны. Хоць фармат выдання быў невялікі, «Партизан Полесья» змяшчаў самыя разнастайныя матэрыялы: і франтавыя зводкі, і інфармацыю пра падзеі міжнароднага жыцця. У справаздачы сакратара падпольнага райкама КП(б)Б Ф.С. Кузьмянкова Пінскаму падпольнаму абкаму партыі аб партыйна-арганізацыйнай і масава-палітычнай рабоце за перыяд з 1 лютага 1943 г. па 1 чэрвеня 1944 г. адзначаецца, што «нашы лістоўкі і газета «Партизан Полесья» пранікалі далёка за межы Іванаўскага, Драгічынскага, Жабчыцкага раёнаў, у горад Пінск, Любяшоў, Камень-Кашырскі. Некаторыя экзэмпляры газет з дапамогай падпольных работнікаў, сувязных, якія працавалі на чыгунцы, даходзілі да Варшавы» [2, с. 228].

Стварэнне пасляваеннай сістэмы беларускага друку пачалося разам з вызваленнем Савецкай арміяй тэрыторыі БССР. На старонках газет яшчэ друкаваліся весткі з фронту, але ўсё больш і больш месца адводзілася паведамленням аб арганізацыі вытворчасці, сельскай гаспадаркі, пасляваеннай дзейнасці грамадскіх арганізацый. І чым далей на захад адыходзіў фронт, тым больш пашыраўся мірны змест беларускіх газет. Як жа працавала іванаўская раённая газета ў першае пасляваеннае дзесяцігоддзе? Гэта было ўжо не партызанскае выданне: газета стала органам Іванаўскага райкама КП(б)Б і раённага Савета дэпутатаў працоўных. Адпаведна і назву змяніла на «Сталинский путь». Рэдакцыя мела сваю тыпаграфію, але газетныя нумары друкаваліся на тым жа партатыўным друкарскім станку, што і ў ваенны час. Тыраж выдання ў 1952 г. вагаўся паміж 1000–1300 экзэмплярамі. Акрамя таго, да чатырох палос фармату А3 павялічыўся і аб'ём газеты. Перыядычнасць яшчэ канчаткова не стабілізавалася: «Сталинский путь» выходзіў і тры разы на тыдзень (аўторак, чацвер, нядзеля), і калі-

некалі толькі ў нядзелю. «Раёнка» ўдасканальвала свой знешні выгляд, друкаваліся фотаздымкі (фотакронікі ТАСС, БЕЛТА), змяшчаліся малюнкi і карыкатуры.

Як і ўсе газеты таго часу, «Сталинский путь» выходзіў пад лозунгам «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!». У кожным нумары рэдакцыя заклікала чытачоў «неуклонно продолжать движение вперёд, к великой цели – к коммунизму!», «к новым успехам строительства коммунизма», «больше торфа на колхозные поля!». Матэрыялы расказвалі аб поспехах у агульнай справе будаўніцтва камунізму, ставіліся задачы на будучае. На першай паласе, каля лагатыпа газеты, у кожным нумары друкавалася інфармацыя такога кшталту: «Правление колхозов, бригадиры полеводческих бригад и колхозники! Примите все меры к тому, чтобы план посадки и урожайности картофеля, установленный на 1952 год, был успешно выполнен!» альбо «Товарищи колхозники! Используем все возможности и резервы колхозов для создания прочной кормовой базы! Сделаем животноводство высокодоходной отраслью общественного хозяйства колхозов!». Вядома, такія заклікі стымулявалі працу людзей, апантаных ідэямi будаўніцтва камунізму. Пастаяннымі ў газеце таго часу былі рубрыкі «В странах народной демократии», «В помощь агитатору», «Советское строительство», «По городам Белорусской ССР», «Беседы о колхозном трудовне», «В райисполкоме и райкоме КП(б)Б», «Советы агронома», «В помощь редколлегиям стенных газет», «Партийная учёба», «Коротко», «На колхозных полях района», «На великих стройках коммунизма», «Производственные успехи», «По следам наших выступлений», «По нашему району», «Доска почёта», «Письмо в редакцию», «Читатели сообщают», «Нам пишут» і інш. Дарэчы, некаторыя з іх існуюць і сёння.

Нягледзячы на шырокую тэматычную разнастайнасць «раёнкі», жанравая палітра матэрыялаў таго часу небагатая: пераважную колькасць публікацый складалі справаздачы і нататкі. Паказальна, што на старонках «Сталинского пути» друкавалася шмат крытычных матэрыялаў, чаго вельмі не хапае сучаснай прэсе. «Не заботятся о семенах, на поля не вывозят навоз», «Медлят с подготовкой к севу», «Повторяют прошлогодние ошибки» – эфектыўнасць такіх публікацый была высокай, нягледзячы на тое, што пастанова ЦК КПБ «Аб рэагаванні на крытычныя выступленні друку» была прынята толькі ў 1956 г. У гэты ж час, пасля развенчвання культуры асобы Сталіна, на тэрыторыі Іванаўскага раёна пачала выходзіць газета «Комунист» – орган райкома КП(б)Б і раённага Савета дэпутатаў працоўных.

Нягледзячы на неадназначнасць напісання назвы, «Комунист» цалкам друкаваўся на беларускай мове. Такім чынам, «раёнка» стала адным з асноўных праваднікоў нацыянальных ідэй беларускага народа. Тыраж выдання ў гэты час павялічыўся да 2000 экзэмпляраў. Газета выходзіла тры

разы на тыдзень – у сераду, пятніцу і нядзелю. Кантэнт нумароў «Комуніста» мала чым адрозніваўся ад папярэдняга. Нават рубрыкі былі тыя ж, што і ў «Сталинском пути», толькі захоўваўся беларускі варыянт напісання: «Партыйнае жыццё», «Парады спецыяліста», «Трыбуна брыгадзіра», «Рэйд праверкі зімовага ўтрымання статку», «Пісьмо ў рэдакцыю», «Па слядах нашых выступленняў», «Хроніка перадавога вопыту», «Па нашай рэспубліцы», «На эканамічныя тэмы» і інш. Па-ранейшаму на старонках газеты першынствавала вытворчая тэма, няхай ва ўзнёслым, крыху крыклівым тоне. З дапамогай друкаванага слова ставіліся наступныя задачы: «Выконваць наказы выбаршчыкаў», «У бліжэйшыя гады дагнаць ЗША па вытворчасці мяса, малака і масла на душу насельніцтва», «Прадстаячай вясне – дастойную сустрэчу» і інш. Гэта было асабліваасцю таго часу: людзей натхнялі працаю, праца была нед’емным рухавіком да «вялікай мэты».

Палепшылася афармленне выдання: на першай паласе з нумара ў нумар пачалі друкавацца анонсы, павялічылася колькасць фотаздымкаў. Узбагацілася жанравая палітра газеты: акрамя звычайных іфармацыйных паведамленняў і справаздач на старонках выдання з’яўляліся замалёўкі і рэпартажы, пашыраныя нататкі і карэспандэнцыі. Друкаваліся міжнародныя агляды, хронікі (геаграфія навін была незвычайна шырокая: весткі з Кабула, Буэнас-Айрэса, Карачы, Каіра, Нью-Ёрка), інфармацыйныя паведамленні з Чылі, Францыі, Ізраіля, Венгрыі, Албаніі, КНР.

У 1962 г. газета «Комуніст» спыніла сваё выданне. Звязана гэта з тым, што 25 снежня 1962 г. Іванаўскі раён быў скасаваны, а яго тэрыторыі былі падзелены паміж Драгічыншчынай і Піншчынай.

Толькі 6 студзеня 1965 года, пасля аднаўлення раёна ў яго былых межах, убачыў свет першы нумар «Чырвонай звязды». Газета выходзіла па аўторках, чацвяргах і суботах. Аб’ём выдання складаў чатыры паласы фармату А3 (або, як пазначалася ў самой газеце, фармат – 0,5 «Праўды»). «Раёнка» значна змяніла свой знешні выгляд: палепшылася папера; павялічылася колькасць фотаздымкаў; выкарыстоўваліся шматлікія варыяцыі шрыфтавога афармлення загаловаў, назваў рубрык і самога тэксту. Узбагацілася і рубрыкацыя: «На палях і сенажацях», «Па нашаму раёну», «Людзі гуманнай прафесіі», «Спорт», «Гутарка з чытачом на міжнародныя тэмы», «Лічбы і факты», «Чалавек і прырода», «Вяртаючыся да надрукаванага», «З незвычайнага», «Гэта цікава», «Замалёўка з прыроды», «Ваша пісьмо», «Гутарка аб кнігах», «Гутарка на міжнародныя тэмы», «Трыбуна актывіста», «Тваё захапленне», «Куток паэзіі», «Дошка гонару», «Вы прасілі...», «Гутарка ўрача», «Гутарка з чытачом», «Нарыс», «Інтэрв’ю ў нумар», «Сатырычным пяром» і інш. Асаблівай папулярнасцю ў чытачоў карысталіся тэматычныя старонкі «Мама, пачытай» – для дзетак-малалетак, «Мерыдыян» – для

школьнікаў, «Сяброўка» – для жанчын, старонка культуры і мастацтва «Ліра», літаратурная старонка «Ясельда», ваенна-патрыятычная старонка «Эстафета подзвігу», камсамольска-маладзёжная старонка «Маладосць», фізкультурна-спартыўны выпуск «Калі хочаш быць здаровым», старонка для адпачынку «З добрым вечарам суботнім», дзе размяшчалася праграма тэлеперадач, крыжаванкі, гараскопы і інш. Такім чынам, кожны, ад старога да малаго, у раённай газеце мог знайсці сабе цікавую інфармацыю.

Пашырылася і жанравая палітра выдання, мова матэрыялаў стала больш жывой і дынамічнай. Зрэшты не дзіўна, што станоўчыя змены ў афармленні і напаўненні аказалі ўплыў на павышэнне аўтарытэту газеты сярод чытачоў. Калі ў 1966 годзе тыраж «Чырвонай звязды» складаў 4990 экзэмпляраў, то ў 1979 г. дасягнуў рэкорднай лічбы – 8030 экзэмпляраў.

Сёння «Чырвоная звязда» – сучаснае канкурэнтназдольнае грамадска-палітычнае выданне Іванаўскага раёна. Газета была і застаецца аўтарытэтнай крыніцай інфармацыі аб мясцовым жыцці ва ўсіх яго праявах. Пытанні палітычнай, эканамічнай, культурнай, сацыяльна-бытавой тэматыкі знаходзяць сваё адлюстраванне на старонках выдання. Папулярнасцю сярод чытачоў карыстаюцца штомесячныя старонкі «Мясцовае самакіраванне», «Маладосць», «Нам пішуць», «Памяць сэрца», «Ясельда» (літаратурная), «Экалогія і мы», «Здароўе», «Белая Русь. Адзінства і згода», «Пераображэнне» (праваслаўная), «Погода в доме» і інш.

Каб паспяхова канкуруваць на медыйнай прасторы, «Чырвоная звязда» актыўна супрацоўнічае з рэкламадаўцамі і пашырае сваю дзейнасць у сёцыве. За апошнія восем гадоў выданне тройчы ўзнагароджвалася Брэсцкім аблвыканкамам як лепшая раённая газета рэгіёна.

Літаратура

1. Гісторыя Беларусі XIX–XX ст.: курс лекцый: у 2 ч. / П.І. Брыгадзін, У.Ф. Ладусеў, П.І. Зялінскі. – Мінск: РІВШ БДУ, 2002. – Ч.2. – 656с.
2. Памяць: гіст.-дакум. хроніка Іванаўскага р-на. – Мінск: БЕЛТА, 2000. – 592 с.

Яўгенія Лабоха

Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт

ЧАСОПІС ПЕРАКЛАДНОЙ ЛІТРАТУРЫ «ПРАЙДЗІСВЕТ» У КАНТЭКСЦЕ СУЧАСНАГА ЛІТАРАТУРНАГА ПРАЦЭСУ БЕЛАРУСІ

Беларуская інтэрнэт-прастора імкліва развіваецца, у тым ліку ў інтэрнэт-СМІ: шматлікія перыядычныя выданні сёння маюць «копію» ў Інтэрнэце, а некаторыя існуюць выключна ў віртуальным асяроддзі. Сярод гэтых электронных СМІ сваёй унікальнасцю выклікае цікавасць часопіс «ПрайдзіСвет».

«ПрайдзіСвет» – электронны часопіс перакладной літаратуры, задума якога з’явілася ў 2008 г., а рэалізацыя наспела ў 2009 г. У ролі заснавальнікаў і адначасова рэдкалегіі часопіса выступілі маладыя перакладчыкі, якія раней удзельнічалі ў перакладчыцкай майстэрні беларускага ПЭН-цэнтра пад кіраўніцтвам Андрэя Хадановіча. Сёння «ПрайдзіСвет» – адзінае ў Беларусі выданне, цалкам прысвечанае перакладной літаратуры.

Мэта нашага артыкула – прааналізаваць электронны часопіс перакладной літаратуры «ПрайдзіСвет» з пункту гледжання яго ўплыву на беларускую культурную прастору.

«Ці можна знайсці большага Прайдзісвета, чымся перакладчык, большага пройды і блудзягі, палусвета і авантурніка? Ён ходзіць-бядзеецца з торбаю па свеце, усё шукае нечага, імкнецца зразумець, а тады, як у родную мясціну завітае, то апавядае, што бачыў, што чуў.

Ці ёсць большы Прайдзісвет, чымся перакладчык? Большы махляр і круцель, кругасвет і штукар? Ён, як праўдзівы майстар-ашуканец, падмяняе чужое сваім, а сам хаваецца ў ценю. Але мы любім гэтыя махлярствы і марым, што наступным разам ён так нас надурьць, што мы й не прыкмецім падма(е)ну» [1], – такое маляўнічае абгрунтаванне назвы часопіса змешчана на яго сайце.

Асноўнымі мэтамі заснавальнікаў часопіса з’яўляюцца пашырэнне прасторы беларускай культуры «за кошт увядзення ў яе кантэкст новых перакладаў замежных аўтараў, а таксама знаёмства з новымі імёнамі сусветнай літаратуры» [1]. Дзейнасць каманды стваральнікаў часопіса, аднак, на гэтым не спыняецца, дадаткова пастаўлены наступныя задачы: павысіць прафесійны ўзровень перакладу на беларускую мову, стварыць школу беларускага перакладу.

Адрасуецца часопіс аматарам замежнай літаратуры і тым, хто цікавіцца мастацкімі перакладамі на беларускую мову.

Сам часопіс-праект існуе ў выглядзе сайта, на якім у пэўны час «публікуецца» новы нумар: вокладка, уступнае слова і змест з гіпертэкставымі спасылкамі, якія вядуць да канкрэтных матэрыялаў. Матэрыялы ўсіх нумароў акумулююцца на сайце па раздзелах «Асобы» («Перакладчыкі», «Крытыкі», «Мовазнаўцы», «Мастакі»), «Пераклады» («Проза», «Паэзія», «Драма», «Субтытры», «Песні»), «Артыкулы» («Рэцэнзіі», «Інтэрв’ю», «Семінары», «Агляды», «Мова», «Кнігі»). Дадатковыя матэрыялы можна знайсці ў раздзелах «Праекты» («Прэмія», «Кніжная серыя», «Майстар-класы», «Конкурсы», «Вечарыны»), «Навіны» (уласна навіны літаратурнага свету), «Забавы» (крыжаванкі, тэсты, квізы і інш.) і «Архіў» (вокладкі ўсіх нумароў часопіса са спасылкамі на іх змест).

У кожным нумары разглядаецца асобная тэма, якая можа быць і даволі шырокай (напрыклад, сучасная літаратура), і вузкай (напрыклад, каляндная

містыка). Часопіс не мае сталай перыядычнасці: новы нумар выходзіць у свет па меры назапашвання матэрыялу. Вось што гаворыць пра сутнасць і спецыфіку нумароў Ганна Янкута, адна з заснавальніц часопіса: «Нумар – гэта івэнт, калі мы выкладваем на сайт пераклады, аб’яднання тэмай, з вокладкай і зместам. Карацей, гэта сапраўдны часопіс у электронным выглядзе. Зразумела, усё гэта адбываецца так менавіта таму, што, каб выдаваць сапраўдны часопіс, патрэбны грошы, а дзе іх браць – зусім не ясна. Але нумары ў нас самыя розныя: мадэрнізм, готыка, жаночы нумар, дзіцячы нумар – усё гэта застаецца на сайце і паступова ператвараецца ў глабальную бібліятэку, дзе зараз ужо каля 300 аўтараў» [2].

З 2009 г. па жнівень 2016 г. выйшла 16 нумароў наступнай тэматыкі: сучасная літаратура, мадэрнізм, святы ад Хэлаўіна да Калядаў, маладосць, погляд на жанчыну з боку мужчын і жанчын, Афрыка, адлюстраванні Беларусі, дэтэктыў, дзіцячая літаратура, Beat Generation, літаратура на нямецкай мове, прывід аўтара, выдуманы свет, Каляды, жаночая літаратура. У змест нумароў часопіса ўваходзяць перакладныя творы паэзіі, прозы, драмы народаў свету, перакладныя і арыгінальныя крытычныя артыкулы, інтэрв’ю пра пераклады і сучасную перакладчыцкую дзейнасць, агляды літаратурных прэмій і рэпертуар перакладных кніг.

Па колькасці пераважае паэзія. На беларускай мове пераствораны вершы і класікаў, такіх як А. Рэмбо, М. Ракіч, Р. М. Рыльке, Г. Апалінэр, Г. В. Катул, Дж. Кітс і іншых, і сучасных паэтаў і паэтак Э. Рыч, А. Афанасьевай, Р. Крыніцкага, Г. Крук, В. Дэкшніса, С. Жадана і інш.

З прозы часцей перакладаюць апавяданні, навэлы, аповесці, казкі, сустракаюцца ўрыўкі з раманаў. Так, на беларускую мову перакладзеныя казкі Х. К. Андэрсэна, Р. Кіплінга, В. Гаўфа, Я. Корчака, народныя казкі і інш.; апавяданні, навэлы і аповесці Ж. Э. Агуалуза, Шолама-Алейхема, Ж. Жыранду, Э. М. Рэмарка, С. Ата, А. Камю, Р. Капусцінскага, Ф. Кафкі, С. Кларк, О. Уайлда, С. Лагерлёф і інш.; урыўкі з раманаў і кніг, у тым ліку з рамана «Гарганцюа і Пантагруэль» Ф. Рабле, рамана «Правек ды іншыя часы» В. Такарчук, з кнігі «Сны сноў» А. Табукі і інш.

Перакладаў драматычных твораў меней, чым прэзаічных і паэтычных. З найбольш вядомых п’ес перакладзеныя «Збаночак» Ц. М. Плаўта (з лаціны), «Авантура Арсэна Люпэна» М. Леблана (з французскай), «Адам і Ева» Д. Хармса (з рускай). Пераствараюцца таксама эсэ, нобелеўскія лекцыі, крытычныя артыкулы і інтэрв’ю.

Творы усіх родаў літаратуры перакладаюцца з рускай, украінскай, польскай, літоўскай, іспанскай, англійскай, нямецкай, датскай, шведскай, партугальскай, італьянскай, японскай, чэшскай, іўрыта, славацкай і іншых моў свету.

У нумарах выкарыстоўваюцца і матэрыялы, пераствораныя спецыяльна для «ПрайдзіСвету» (перакладчыкі Я. Максімоук, В. Морт, А. Хадановіч, Л. Баршчэўскі, Л. Дранько-Майсюк, Зм. Колас, К. Маціеўская, Г. Янкута, К. Дубоўская, У. Лянкевіч і інш.), і творы, некалі перакладзеныя класікамі беларускай літаратуры (Р. Барадулін, З. Бядуля, Н. Гілевіч, Ю. Гаўрук, В. Ластоўскі, А. Лойка і інш.).

У 2009 г. часопісам перакладной літаратуры «ПрайдзіСвет» была заснаваная першая штогадовая літаратурная прэмія для беларускіх перакладчыкаў, асноўнай мэтай якой сталася папулярызацыя беларускамоўных перакладаў і павышэнне іх узроўню. Прэмія ўручаецца ў трох намінацыях: паэзія, проза, публікацыя ў часопісе «ПрайдзіСвет» [3]. За пяць год ў лік лаўрэатаў увайшлі Вера Бурлак, Антон Францішак Брыль, Ганна Янкута, Вольга Калацкая, Андрэй Хадановіч, Сяргей Смятрычэнка, Алеся Башарымава, Марыся Мартысевіч, Сяргей Шупа, Лявон Баршчэўскі, Сяргей Жбанаў, Вераніка Бяльковіч, Альгерд Бахарэвіч. У 2009 г. спецыяльным прызам – пячаткай Майстра перакладу – быў адзначаны Васіль Сёмуха за важкі ўнёсак у развіццё школы беларускага перакладу.

Рэдакцыйнай радай таксама праводзіліся конкурсы на лепшыя пераклады, творы пераможцаў публікавалі ў часопісе. Тэматыка твораў для перакладу на канкрэтны конкурс была абмежаваная запланаванай тэмай нумара (напрыклад, мадэрнізм ці літаратура маладосці). У 2012 г. часопісам разам з ініцыятыўнай групай Kate&Osia быў абвешчаны конкурс перакладаў са славянскіх моваў «Ператвор». Удзельнікі перакладалі творы з балгарскай, чэшскай, харвацкай, сербскай, украінскай, славацкай, польскай і рускай моваў, дыпломам I ступені былі ўганараваныя Ганна Гараніна, Алена Карп, Святлана Рогач.

У 2010–2011 гг. часопісам часта ладзіліся літаратурныя вечарыны. Так, у 2010 г. прайшлі чэшскія, французскія, англасаксонскія, польскія чытанні, а таксама вечарыны, прысвечаныя перакладам Чарлза Букоўскага, дню перакладчыка і Калядам. У 2011 г. адбылося толькі тры вечарыны, якія былі прысвечаныя дню нараджэння Эдгара По, гуканню вясны па-ўкраінску і месяцу польскай літаратуры. Таксама каманда часопіса арганізоўвала дыскусіі і круглыя сталы па праблемах перакладу, брала інтэрв’ю ў беларускіх перакладчыкаў.

Пачынаючы з 2015 г. дзейнасць рэдакцыйнай рады ўсё больш накіраваная за межы самага часопіса, у прыватнасці на выданне перакладаў у друкаваным выглядзе. Яшчэ ў 2009 г. была заснаваная серыя «Бібліятэка часопіса «ПрайдзіСвет» «PostScriptum»», у якой на цяперашні момант выйшла ўжо 10 кніг. Гэта тэматычныя зборнікі «Злачынства, сэр!» (дэтэктыўнае апавя-

данне), «Вусцішны пакой» (містычнае апавяданне), «Падарунак на Каляды» (святочнае апавяданне), аўтарскія зборнікі «Маска Чырвонае Смерці» Э. А. По, «Саламея» О. Уайлда, «Прыгоды Шэрлака Холмса» і «Нататкі пра Шэрлака Холмса» А. К. Дойла, «Казкі» В. Гаўфа. Асобна выйшаў раман-фільм «Знахар» Т. Далэнга-Мастовіча і пад адной вокладкай былі выпушчаныя два гатычныя раманы: «Змак Отранта» Х. Уолпала і «Франкенштайн, ці Сучасны Праметэй» М. Шэлі.

Як было згадана вышэй, у апошні час межы дзейнасці стваральнікаў часопіса значна пашырыліся, але цяпер яны маюць менш часу для працы над новымі нумарамі, з-за чаго часопіс выходзіць радзей (у 2015 г. выйшаў адзін нумар, у 2016 г. пакуль таксама адзін). Аднак трэба заўважыць, што мэты, пастаўленыя напачатку працы, у пэўнай ступені дасягнутыя. Узрастае колькасць выданняў з перакладзенымі на беларускую мову творамі, і сярод перакладчыкаў многіх твораў можна ўбачыць новыя імёны. З'яўляюцца прэміі з намінацыямі для перакладчыкаў (напрыклад, прэмія «Дэбют»), і сярод пераможцаў зноў-такі «прайдзісветаўцы». Таму можна сцвярджаць, што каманда, якая ў 2009 г. стварыла «ПрайдзіСвет», паспяхова спраўляецца з задачамі пашырэння прасторы беларускай культуры і знаёмства чытача з новымі імёнамі сусветнай літаратуры. Што датычыцца школы беларускага перакладу, то, на наш погляд, сёння можна сцвярджаць, што ідзе яе актыўнае развіццё.

Літаратура

1. Пра часопіс // ПрайдзіСвет: часопіс перакладной літаратуры: электрон. часопіс [Электронны рэсурс]. – Мінск, 2009. – Рэжым доступу: <http://prajdzisvet.org/about.html>. – Дата доступу: 01.09.2016.
2. «На самой справе Шэрлак Холмс – фрык і скандальны чувак». Каманда перакладчыкаў хоча выдаць Холмса па-беларуску: інтэрв'ю з Ганнай Янкутай, Кацярынай Маціеўскай, Аленай Пятровіч і Уладзем Лянкевічам / Г. Янкута, К. Маціеўская, А. Пятровіч, У. Лянкевіч; запісаў журналіст CityDog.by // CityDog.by: інтэрнет-часопіс пра Мінск: электрон. часопіс [Электронны рэсурс]. – Мінск, 2012. – Рэжым доступу: <http://citydog.by/post/translations>. – Дата доступу: 01.09.2016.
3. Прэмія // ПрайдзіСвет: часопіс перакладной літаратуры: электрон. часопіс [Электронны рэсурс]. – Мінск, 2009. – Рэжым доступу: <http://prajdzisvet.org/award>. – Дата доступу: 01.09.2016.

ШТОТЫДНЁВІК БЕЛАРУСАЎ ПОЛЬШЧЫ «НІВА»: ПРАЦЯГ ТРАДЫЦЫЙ ГАЗЕТ «НАША ДОЛЯ» І «НАША НІВА» Ў ЗАМЕЖНЫХ ВЫДАННЯХ БЕЛАРУСКІХ ДЫЯСПАР

Юбілейны характар канферэнцыі, прысвечанай 110-годдзю выхаду газет «Наша Доля» і «Наша Ніва», матывуе нас уважліва паглядзець на наступствы іх уплыву на дзейнасць сучасных беларускіх выданняў за мяжой. У прыватнасці, на штотыднёвік беларусаў Польшчы «Ніва», які друкуецца ў Беластоку з 1956 г. Газета разлічана на аўдыторыю, якая цікавіцца навінамі і звесткамі пра існаванне беларускай меншасці ў Польшчы, праблематыкай яе палітычнага і эканамічнага жыцця, настроямі ў дыяспары, гісторыяй беларуска-польскага памежжа. Працягваючы традыцыі вышэйназваных выданняў, рэдакцыя «Нівы» надае асаблівае значэнне асвятленню драматычных, часам вельмі трагічных падзей перыяду Першай сусветнай вайны, якія кардынальна закранулі тагачасных беларускіх вяскоўцаў. Яны падманам былі ўцягнуты ў якасці статыстаў ў вяр ваенна-палітычнага глабальнага канфлікта Германіі і царскай Расіі, а таксама іх саюзнікаў.

Важкім вынікам даследчай працы журналістаў «Нівы» стала кніга «Бежанства 1915 года», якая пераважна змяшчала надрукаваныя ў газеце за даволі працяглы перыяд (1958–2000 гг.) матэрыялы на агульную тэму вымушанага перасялення беларусаў Брэсцкай, Гродзенскай і Віленскай губерняў Расіі ў розныя рэгіёны імперыі. Задумана была так: нямецкія войскі пасля акупацыі бязлюдных мясцінаў без рэгулярных паставак боепрыпасаў, харчавання, амуніцыі спыняцца і павернуць назад. Прыкладна як у вайне 1812 г. з Напалеонам. Але царскія стратэгі моцна пралічыліся. Чыгунка выршала ўсе пытанні забеспячэння нямецкіх войскаў.

Трэба мець на ўвазе і тое, як адзначаецца ва ўступе да зборніка, што змешчаныя ў ім успаміны «паказваюць лёс наймалодшага пакалення бежанцаў, якія ў 1915 г. былі дзецьмі, маглі дажыць да нашых дзён і расказаць пра выпрабаванні свае, сваёй сям’і...» [1]. Гэтыя простыя і няхітрыя аповеды моцна кранаюць. Ехалі беларусы пад вялікім прымусам уладаў, бо даводзілася кідаць гаспадарку, наладжаны побыт, рваць сувязі з роднымі, сваякамі, сябрамі. Вось аповед Сямёна Анішчука: «...страшылі, што немцы людзям вочы выколваюць, а бабам цыцкі адрэзваюць. А пасля казакі верхам ездзілі і выганялі нас, а вёску падпалілі». (Тут і далей у цытатах правапіс і стыль аўтараў успамінаў – Л.Л.). Дамініка Мароз лаканічна перадала тую нервовую, панічную атмасферу: «Немец наступаў. Перад ім пагалоска па-

неслася: паляць усё, здзекі робяць над людзьмі. Хто можа – уцякай. Усе на Усход – у глыб Расіі» [1].

Многія ўдзельнікі тых падзей потым казалі, што дарогі былі разбітыя, загрузаныя вайскоўцамі і бежанцамі. Падводы на дзясяткі кіламетраў цягнуліся на ўсход, побач з імі гналі кароў. А следам наступаў фронт. Вось што ўспамінае Васіль Сакоўскі: «Зменнае надвор'е, бруд, натоўпы людзей без гігіены і медыцынскай дапамогі спрыялі розным хваробам, эпідэміям. Уздоўж бежанскіх дарог пачалі расці капцы-магілы і раздавацца горкі плач радні». Сугучны гэтаму расказ Ціхана Трахімока: «Сярод гэтай масы народу ўспыхнула страшная хвароба – халера. У нашай сям'і захварэлі двое дзяцей – старэйшы мой брат, 18 гадоў, і малодшая сястра, 14 гадоў. Вечарам захварэлі, а пад ранак памерлі» [1].

Праз два-тры гады пад уздзеяннем негатыўных рэвалюцыйных узрушэнняў многія беларускія сем'і вярталіся дадому ў заходнюю Беларусь, дзе сутыкнуліся з новымі выпрабаваннямі, бо прыехалі ў панскую Польшчу. Новыя ўлады, законы, парадкі. А самае дрэннае – разбураныя хаты, зарослая пустазеллем і хмызняком зямля, адсутнасць хатняй жывёлы, увогуле, сродкаў для існавання. Многія ішлі батрачыць.

Трэба адзначыць, што кніга не з'яўляецца механічнай перадрукоўкай успамінаў сведкаў падзей, змешчаных толькі ў «Ніве». У склад зборніка ўвайшлі аповеды, якія былі надрукаваны ў краязнаўча-культурным часопісе «Бельскі Гостінец», карэспандэнцыя жыхароў сучаснай Беласточчыны, іх перапіска з роднымі, допісы чытачоў у абодва гэтыя выданні пра бежанства, а таксама апытанні ў час розных культурна-гістарычных мерапрыемстваў, дакументы з асабістых архіваў удзельнікаў той вялікай вандроўкі беларусаў. Але галоўнае, чым прываблівае выданне, гэта няхай і суб'ектыўныя, але безумоўна шчырыя і ўнікальныя назіранні, ацэнкі, меркаванні, параўнанні, эмоцыі і высновы суразмоўцаў журналістаў. У кнізе іх агульнымі намаганнямі паўстае нацыянальны характар беларусаў, здольных у цяжкія моманты згуртавацца, сабраць волю ў кулак, выстаць насуперак жорсткім выпрабаванням. Нельга не пагадзіцца з думкай выдаўцоў аб тым, што «лёсы паасобных людзей складаюць лёс народа» [1].

Нягледзячы на адносна слабую дакументальную базу кнігі «Бежанства 1915 года», заснаваную на ўспамінах ужо стальных і ў большасці сваёй малапісьменных людзей, на яе спасылаюцца навукоўцы, даследчыкі, журналісты. «Звезда» да 90-годдзя вялікага вымушанага зыходу беларусаў з родных мясцін падрыхтавала шэраг публікацый аб самых яркіх і цікавых уражаннях нашых суайчыннікаў аб тым рызыкаўным падарожжы, жыцці ў Расійскай імперыі у час вайны і рэвалюцыі. Гэта кніга, як падкрэсліваюць яе складальнікі, «асаблівая крыніца ведаў пра гісторыю вялікай часткі нацыі, бачанай вачамі сведкаў эпохі» [1]. Бадай, тады ўпершыню белару-

сы сутыкнуліся з такой з’явай, як інфляцыя і гіперінфляцыя. Перад вайной расійскі рубель быў адной з самых устойлівых і надзейных валют свету, якая поўнасьцю забяспечвалася золатам. Шмат беларусаў для зручнасці захоўвалі свае зберажэнні ў папяровых банкнотах. У час вайны яны страцілі былую моц і тыя, хто меў іх, апынуліся ні з чым. Уладзімір Пракаповіч успамінае: яго бацька, вясковы стараста і старшыня мясцовай пазыкова-ашчаднай касы паехаў у Брэст, «дзе яму на патрэбы мілейчыцкай касы далі два мяшкі золата. У сувязі з тым, што яму было невыгодна падарожнічаць з такім цяжкім грузам, ён памяняў золата на папяровыя рублі. І толькі калі пачалася вайна, зразумеў, якую дапусціў памылку» [1].

Тэма тэрміновай і беспспрэчэдэнтнай эвакуацыі паўтара мільёна жыхароў заходніх рэгіёнаў Расійскай імперыі знаходзіць адлюстраванне ў сённяшніх СМІ. Нядаўна беларускі партал TUT.BY апублікаваў матэрыял аб сенсацыйнай знаходцы ў лічбавым архіве Нацыянальнай бібліятэкі Польшчы. Там выпадкова знайшлі альбом фатаграфій, зробленых невядомым афіцэрам Рускай імператарскай арміі на тэрыторыі Беларусі ў 1915 г. Разам з бежанцамі ён прайшоў ад Брэста да Бабруйска, а ўбачанае здымаў. Яго фатаграфіі і подпісы да іх – дакументальнае сведчанне таго цяжкага перыяду ў гісторыі беларускага народа. На жаль, аўтар фотаальбома невядомы. Як зазначае TUT.BY, хутчэй за ўсё, аўтар меў польскае паходжанне, бо ўсе подпісы да фатаграфій зроблены па-польску. Магчыма, таму альбом і трапіў у фонды Нацыянальнай бібліятэкі Польшчы. [2].

Як вядома, пачатак сусветнай вайны стаў пачаткам канца «Нашай Нівы», якая апынулася ў надзвычай складаных абставінах. За публікацыі антыўрадавых матэрыялаў асобы нумары газеты канфіскаўваліся, нават забаранялася падпіска сярод настаўнікаў і вучняў. Верагодна, рабіліся мэтанакіраваныя захады для таго, каб выдаваць газету стала немагчымым. 7 жніўня 1915 г. выйшаў яе апошні нумар. Якраз тады, у першыя жнівеньскія дні, распачалася магутная піяр-кампанія сярод беларускага вясковага насельніцтва на карысць тэрміновай і татальнай эвакуацыі. Думаецца, калі б выдаўцам удалося захаваць «Нашу Ніву», то тэма бежанства знайшла бы дастойнае адлюстраванне на старонках газеты. І, магчыма, дзякуючы праўдзівай інфармацыі аб сапраўдных прычынах той агітацыі колькасць бежанцаў на ўсход Расійскай імперыі летам 1915 г. была б значна меншая, а ўмовы яе правадзення мелі б не такія катастрафічныя наступствы.

Літаратура

1. Бежанства 1915 года; рэд. В. Луба. – Беласток, 2000. – 416 с.
2. Садовский, В. Беженцы в Бобруйске, пожары в Бресте. 1915 год в Беларуси на фотографиях офицера царской армии / В. Садовский // Информационный портал TUT.BY [Электронный ресурс]. – 2016. – 6 февр. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/483580.html>. – Дата доступа: 29.08. 2016.

ФЕНОМЕНЫ КИБЕРКУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКИ

Киберкультура – неотъемлемая часть массовой культуры рубежа XX–XXI веков, реализация и распространение явлений и феноменов которой осуществляется в сети Интернет. Вместе с тем она влияет на реальную систему эстетических и этических ценностей современного человека (пользователя глобальной сети), поскольку личность оказывается вовлеченной в процессы интенсивного совмещения жизненных пространств – реального и виртуального.

Киберпанк и посткиберпанк как феномены киберкультуры определяют картину микро- и макрокосмоса человека рубежа XX–XXI веков, ориентированного в технократическое постиндустриальное будущее и познающего действительность – настоящую и мнимую – через призму постмодернистского восприятия мира. Неслучайно применительно к киберпанку употребляются определения «постмодернистский имплантант» [6], учитывая особый путь развития данного направления (изначально – литературного). «Продукт замены философии прагматической, чуть ли не кибернетической когнитологией – постмодернизм – открывал новые горизонты, наделяя слово остротой ланцета, образ – вольтажом электрошока, а героя отчетливым, порой несвежим, дыханием в читательскую спину. Искушение вывести в свет литературу о киберсвободе именно на таких полосьях было велико» [6]. Еще в 1990-х годах аналитики указывали, что «антигуманистические» киберпанковские утверждения – это «не просто некий литературный трюк, предназначенный для того, чтобы шокировать буржуа; это объективные утверждения о состоянии культуры конца XX столетия. Киберпанк не создавал данную ситуацию; он всего лишь отображает ее» [5]. Одновременно интернет-культура активно пропагандирует свободу творчества, способность личности к трансцендированию. По М. Мамардашвили, «трансцендировать – выйти за пределы» [2, с. 368], и киберпанк в своей философии поднимает на щит идею и даже необходимость «выхода за пределы». И поскольку «по своему характеру любая человеческая деятельность является отражательной» [1, с. 21], то и в данном случае речь идет об отражении расширенных границ действительности в тесном переплетении ее реальной и альтернативной составляющих. Примечательно, что посткиберпанк не просто отражает потенциальную реальность, но и выбирает в качестве объекта пародии и сатиры искусственные миры, созданные киберпанком. Такая концепция культурологической преемственности опять-таки указывает на постмодернистский характер рассматриваемых явлений.

Если анализировать феномены киберкультуры в аспекте их включенности в информационное поле веб-журналистики, то необходимо адекватно оценивать степень влияния киберпанка и посткиберпанка на современное массовое сознание и в практике журналистской деятельности уделять особое внимание их культурологическим кодам. Это, в свою очередь, позволит веб-журналисту расширить диапазон профессиональных ориентаций и компетенций в сложном и многомерном пространстве виртуальной коммуникации. Особенно с учетом того, что «всеобъемлющие процессы виртуализации общества (его экономики, политики, науки и искусства) в целом имеют общекультурный генезис» [4] и «сущность человека отчуждается не столько в социальную (с последующим овеществлением), сколько в виртуальную реальность» [4]. Опять же современная концепция мировосприятия, сводимая к киберпанковской формуле «ты есть только в глазах других» [3], постепенно становится доминантой психологии современных интернет-пользователей и должна приниматься (и уже во многом принимается) во внимание веб-журналистикой, поскольку способствует актуализации наиболее эффективных способов подачи информации и воздействия на реципиента, зависящего от восприятия виртуального социума. Примечательно, что сам пользователь при этом декларирует независимость как от реального общества, так и от глобального интернет-сообщества. В свою очередь, веб-журналистика сегодня не может (и не должна) закрывать глаза на идущий по нарастающей процесс «виртуального протезирования реальности» [4], призвана откликаться на его многовекторные вызовы, просвещать потенциального потребителя интернет-информации и давать ему ценностные ориентиры, направлять собственную творческую рефлексию на те медиаобъекты, которые актуальны и важны для аудитории.

Социальная ответственность веб-журналистики в условиях стремительно развивающихся технологий столь же стремительно возрастает. По мере того как меняется в сторону увеличения удельный вес интернет-СМИ, активно развиваются социальные медиа, именно веб-журналист выходит на авансцену информационного общества. На фоне того, что интернет-пространство на протяжении последних десятилетий является широкой площадкой для активного распространения различных субкультур – конструктивных и деструктивных, для веб-журналистики действительно важно заполнять возникающие когнитивные лакуны культурологически выверенной, этически осмысленной и аналитически концептуальной информацией. Будучи явлениями социального порядка, феномены киберкультуры должны попадать в поле зрения веб-журналистики, поскольку «местом обитания» пользовательской аудитории интернет-субкультур является не столько реальный мир, сколько виртуальное пространство, не изолированное, од-

нако, от объективно существующей действительности. Аксиоматично, что потребность в качественной информации, распространяемой в сети, сегодня велика как никогда. И, таким образом, одной из приоритетных задач, стоящих перед веб-журналистикой в целом и отдельными веб-журналистами, специализирующимися на актуальных вопросах взаимодействия культуры и социума в частности, становится освещение проблемного поля наиболее популярных субкультур, помощь потенциальной аудитории в определении этических и эстетических критериев киберкультуры и ее феноменов.

Литература

1. Карпов, В.А. Язык как система / В.А. Карпов. – Минск: Выш.шк., 1991. – 32 с.
2. Мамардашвили, М. Как я понимаю философию / М. Мамардашвили. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Культура», 1992. – 416 с.
3. Паланик, Ч. Рэнт: Биография Бастера Кейси / Ч. Паланик // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rulit.me/books/rent-biografiya-bastera-kejsi-read-23008-1.html>. – Дата доступа: 29.08.2016.
4. Савицкая, Т. Киберкультура: генезис феномена / Т. Савицкая // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intelros.ru/subject/figures/tatyana-savickaya/23639-kiberkultura-genezis-fenomena.html>. – Дата доступа: 27.08.2016.
5. Стерлинг, Б. Киберпанк в 90-х годах / Б. Стерлинг // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/STERLINGB/statxq.txt>. – Дата доступа: 01.09.2016.
6. Тарабанов, Д. Киберпанк – рождение, развитие, смерть / Д. Тарабанов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.litmir.me/br/?b=42315&p=1>. – Дата доступа: 01.09.2016.

Раиса Мелешевич

Белорусский государственный университет

ПРИКРОВЕННОСТЬ-ОТКРОВЕННОСТЬ В СМИ

Если на протяжении семидесяти лет существования советской власти личные проблемы практически никогда не выносились на общественное обсуждение, то в 90-е годы XX века были сняты все барьеры, в том числе и в СМИ. Темой общественных обсуждений стало все то, что (помимо, конечно, политики) было табуировано ранее и не выходило далее обсуждения на пресловутой советской кухне: разводы, аборт, насилие в семье и т. д. Семишова Е. П. пишет, что этот процесс начался даже ранее: «На протяжении многих столетий бытовая повседневность рассматривалась как изнанка бытия, т. е. как неприметная и непривлекательная противоположность

иным формам бытия – общественным, государственным, художественным, светским (публичным). Сейчас отношение к повседневному бытию изменилось, так как отпала потребность в делении жизни человека на открытую и закрытую сферы. Определяющим стало проникновение общественно-деловой, художественной и повседневно-жизельской сфер, функциональное зонирование, «перетекание» одного в другое. С изживанием из сферы повседневного противоположности «прикровенность-откровенность» связана так называемая сексуальная революция 70-х годов XX века. «Революционные» настроения из сферы семейно-брачных отношений быстро переключались в сферу массовой коммуникации. В газетно-журнальных изданиях, на телевидении, радио, кинофильмах различного жанра стали подробно и публично обсуждаться сокровенные стороны семейных и интимных отношений, появились немыслимые в своей откровенности изображения обнаженных тел и любовных сцен. На массовое обозрение были публично выставлены все атрибуты эротической и сексуальной стихии» [5].

Обсуждение проблем в СМИ сейчас зачастую идет по принципу нарушения табу, что вносит элемент развлекательности, игры. Аудитория в пространстве Интернета при условии полной или частичной анонимности (собственно по усмотрению пользователя) становится более раскрепощенной, свободной в обсуждении различных вопросов.

«СМИ – своеобразная реализация социальной драматургии, где наличествуют все компоненты театра: актеры, режиссеры, зрители. Журналисты в этом «театре» играют ценностями, используя театральные приемы «перформанса» (перекодировки, перемещения), то есть использование предмета не по назначению, а для создания «сверхсмысловой» формы. Основная цель перформанса: снятие норм и табу, атака на запреты, некая вседозволенность и тогда утвердившаяся в течение веков духовная система ценностей изменяется в пространстве СМИ с «точностью до наоборот». Популярными темами становятся проституция, наркомания, супружеская неверность, предательство и т. п. Игра с традиционными ценностями небезопасна для человека, так как ему предлагается подниматься «по трупам своих страстей» (В.Соловьев) до высот совести, а когда этот подъем кажется невозможным, то утешаются тем, что проще и легче «опустить» совесть до собственных эгоистических потребностей и превратиться в нравственного идиота, лишённого жизненно важных ориентиров» [5].

Театральность, развлекательность, эпатаж – необходимые черты современной журналистики, особенно в сфере Интернета, где за внимание пользователя борются одновременно миллионы площадок. Отсюда и откровенность снимков, и заголовков, и размещаемой информации. «Рожать или убить?». Откровения женщин, которые сделали аборт или отказались

от этого шага» – под таким заголовком вышел материал Татьяны Матвеевой 6 августа 2016 года на tut.by [3]. В статье приведены истории трех женщин, рассказанные ими самими. Первая история 40-летней Светланы, которая сделала три аборта и родила сына. Женщина сожалеет о нерожденных детях и раскаивается в содеянном. «Нет ни одной причины, которая оправдывает аборт. На свете нет ни одной счастливой женщины-детоубийцы», – говорит Светлана, предостерегая других от этого шага.

Далее идет рассказ 31-летней Татьяны, находящейся на 9-м месяце беременности, ее бросил будущий отец ребенка, но женщина решила растить малыша одна. «В моем случае инстинкт материнства оказался намного сильнее страха одиночества. Просто я поняла: в этой жизни навсегда – только любимое дело и дитя», – говорит героиня.

Третья история – 28-летней женщины, названной Констанцией. Она воспитывает двоих детей: 8-летнего сына и 8-месячную дочку сама, без помощи их отцов. Женщина разочаровалась в обоих партнерах и сейчас считает, что только дети – ее радость и смысл жизни.

В конце материала читатель узнает, что данный материал – партнерский, он подготовлен при поддержке Анны Малаховской, руководителя проекта «Линия жизни», существующего в Витебске и направленного на поддержку женщин, ожидающих ребенка и оказавшихся без поддержки, – в «паническом страхе», «один на один с решением «оставить жить или убить» [3]. Волонтеры проекта оказывают женщинам посильную материальную и моральную помощь в решении их проблем.

Интересно обсуждение статьи на форуме, аудитория охотно откликнулась обменяться мнениями. «Обратим внимание на то, что люди, находясь под воздействием средств массовой информации, вольно или не вольно «проигрывают» в воображении свое возможное поведение в ответ на поступающие к ним сообщения. В этой связи можно сказать, что аудитория СМИ – это идеальная форма жизнедеятельности массы», – пишет Д. С. Захаров [2]. Я бы добавила, что форум – как раз то самое идеальное место обмена мнениями, продуцирования стереотипов и подсознательной попытки решения проблемы в случае ее возникновения в судьбе самого пользователя.

Статья набрала около 14 тысяч просмотров и 127 комментариев. Интересно, что тезис «Аборт – не убийство» поддержало 44 человека, а 61 были не согласны с этой мыслью, однако визуальная картинка-демотиватор, подтверждающая данный тезис, наоборот, понравилась 70 пользователям и не была поддержана 39 читателями. Далее аудитория голосует довольно противоречиво: любой более-менее обоснованный тезис как «за», так и «против» набирает голоса. В основном пользователи говорят о необходимости развития контрацептивной культуры как способа избегания незапланированной

беременности, в то же время пишут о религиозных догмах и приравнивают аборт к убийству – одному из десяти смертных грехов. Задумываются также и об ответственности перед своим родом, его укреплением и продолжением.

Далее тема развивается в нескольких направлениях, не связанных с идеей основного текста: неожиданно возникает интерес к вопросу о существовании телегонии; предлагается ввести закон, согласно которому мужчина, который не давал письменного согласия на рождение ребенка, платить алименты не обязан; приводятся примеры известных людей, которые воспитывались в многодетных семьях и т. д.

Было опубликовано только одно обращение к героине материала со словами поддержки и одобрения. В целом же очевидно стремление аудитории не пытаться решать данную проблему, а обвинить героиню в недалекости и глупости, комментарии некоторых пользователей направлены на попытку уйти от ответственности за судьбу нерожденного человека. Тема поднята живая, злободневная и насущная, однако аудитория пытается как-то замаять ее, не выносить приговор, заданный заголовком материала, напрямую, а направить обсуждение в иное русло.

Интересно, что как аудитория, размышляя, мечтает о загадочных нововведениях, упрощающих, по их мнению, жизнь, так и журналисты порой в «вечные» вопросы существования семьи и рождения детей пытаются внести нечто экстравагантно-новое. Как, к примеру, в журнале «Esquire»: одном из номеров выдвигалось мнение, что брак необходимо заключать на ограниченный срок (например, семь лет), по прошествии которого либо продлить либо расторгать. «Вечный брак» дает возможность годами и десятилетиями не обращать внимание на потребности партнера, а иной раз причинять ему вред и не нести за это никакой ответственности», -- приводятся доводы в статье [4, с. 33]. «Временный брак позволит заранее урегулировать те вопросы, которые чаще всего приводят к разногласиям. Конечно, пары могут жить в гражданском браке, как многие сейчас и делают. Но это неравноценно замужеству – только юридически оформленное партнерство дает социальные гарантии и защиту» [4, с. 33].

Легкость, игривость решения серьезных проблем, как мне кажется, объясняется как стремлением современного человека избежать философских размышлений о вечном, желанием, обращаясь к СМИ, расслабиться, не загружать себе голову, так и потаканием журналистов этим желаниям аудитории: поднять серьезную тему, взбудоражить читателя, развлечь и... отпустить. Пользователь кликнул, почитал, даже прокомментировал. «Чего же боле?».

Кажется, пора задуматься о том, чтобы пользователя не только развлечь, но и воспитать, дать понять, что семья и дети созданы для того, чтобы от-

давать им силы и время, а не пытаться избежать ответственности и забот. А, читая тексты в СМИ и комментарии пользователей, у молодых людей может сложиться неверное представление как о сути данных ценностей, так и о вкладе родителей в жизнь будущих детей. Как пишут М.Я. Дворецкая и А.Б. Лощакова, «образ успешного потребителя, нормированный средствами массовой информации, привел к повсеместному использованию манипулятивных техник в обыденном и профессиональном общении. Манипуляция сознанием людей породила конфликты и взаимное недоверие, утратились доверительные отношения даже в семье, что естественно привело к духовно-нравственной деградации подрастающих поколений, не знающих ни традиционной культуры, ни истории своей страны и рода, живущих одним днем, а точнее, моментом наслаждения «здесь и сейчас» [1].

Литература

1. Дворецкая, М.Я., Лощакова, А.Б. Образ успешности в современных психологических исследованиях // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://mir-nauki.com/PDF/09PSMN216.pdf>. Дата доступа: 08. 08. 2016.
2. Захаров, Д.С. Трансформация образа женщины в средствах массовой информации России в 70–90-х г. XX в. на примерах журналов: «Работница», «Крестьянка», «Космополитен» // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.dslib.net/istoria-otechestva/transformacija-obraza-zhenwiny-v-sredstvah-massovoj-informacii-rossii-v-70-90-gg-xx.html>. Дата доступа: 08. 08. 2016.
3. Матвеева, Т. «Рожать или убить?». Откровения женщин, которые сделали аборт или отказались от этого шага // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://news.tut.by/society/506293.html>. Дата доступа: 08. 08. 2016.
4. Предложение ограничено // Esquire. – №2. – 2016. – с. 32–33.
5. Семишова, Е.П. Средства массовой информации в современном социокультурном пространстве // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-v-sovremennom-sotsiokulturnom-prostranstve>. Дата доступа: 08. 08. 2016.

Дзмітрый Нікановіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ЭФЕКТЫЎНЫЯ ПРЫНЦЫПЫ КІРАВАННЯ Ў РЕДАКЦЫІ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА» (1906–1915 гг.)

Ганаровае званне першай легальнай беларускамоўнай газеты належыць выданню, якое, безумоўна, мае яскравую, хаця і кароткую біяграфію. «Нашу Долю» прафесар А. Слука ахарактарызаваў як «першую беларускую грамадска-палітычную газету» [6, с. 77]. А. Луцкевіч называў яе не толькі цэнтрам БСГ, але і «генеральным штабам» усяго беларускага Адраджэння [2,

с. 64]. На жаль, вялікія спадзяванні, якія ўскладаліся на газету, у поўнай меры былі рэалізаваны толькі яе пераемніцай, бо з шасці надрукаваных нумароў «Нашай Долі» два былі канфіскаваны паліцыяй, а запланаваны сёмы быў знішчаны ў наборы. І таму яшчэ да афіцыйнай судовай забароны выдання кіраўніцтва БСГ аператыўна наладзіла выхад новага штотыднёвіка.

Так, менавіта «Наша Ніва», якая фактычна была другой (і «другой» сябе прадстаўляла ў праграмным звароце да чытачоў), стала ў многіх сэнсах піянерам. Падкрэслівае яе пэўнае вяршыштва ў гісторыі беларускай журналістыкі надпіс на вокладцы *«Першая беларуская газета з рысункамі»*, што сімвалічна ўказвае на беспаспяховасць папярэдніх спроб стварыць легальную *агульнанацыянальную* газету. Акрамя таго, «Наша Ніва» і з пункту гледжання храналогіі па праве лічыцца першай газетай на беларускай мове, якая не спыняла выхаду на працягу некалькіх гістарычных перыядаў – рэакцыі, новага рэвалюцыйнага ўздыму і Першай сусветнай вайны [2, с. 65] – амаль дзевяць гадоў. Мяркуем, дасягнуць гэтага «нашаніўскай» рэдакцыі дазволіла следаванне дакладным прынцыпам па кіраванні газетай, якія былі мэтанакіравана абраныя лідарамі выдання, і ў выніку аформіліся на творчым і рацыянальным узроўнях.

Дальнабачнасць пазіцыянавання. Задоўга да часу з’яўлення «Нашай Нівы» ў расійскай журналістыцы вызначыліся асноўныя тыпы перыядычных выданняў паводле арыентацыі на аўдыторыю: масавыя (прызначаныя для шырокіх грамадскіх колаў) і адрасныя (скіраваныя на канкрэтныя чытацкія групы). «Нашаніўская» публіцыстыка, уздымаючы пытанні не толькі сацыяльнага, але і нацыянальнага характару, ставіла сваёй мэтай служыць, як заяўлялася, «усяму скрыўджанаму беларускаму народу»: «Мы будзем браць усё ад усіх і, злажыўшы ў парадак, зноў аддаваць. Ведайце добра, што «Наша Ніва» газета не рэдакцыі, але ўсіх беларусаў і ўсіх тых, хто ім спагадае. Кожны мае права быць выслуханым на старонках нашай газеты і кіраваць ёй...» (Наша Ніва, № 1, 1906).

Тым не менш, варта прыняць да ўвагі меркаванне С. Александровіча, што «Наша Ніва» «не стала і не магла стаць газетай універсальнай» (г. зн. газетай для ўсіх слаёў грамадства, бяскласавай) [1, с. 203–204]. Слушным рашэннем кіраўніцтва рэдакцыі з’явілася арыентацыя на вясковага чытача: гэта прывяло да таго, што выданне набыло статус папулярнай народнай газеты. Вядома, скіраванасць «нашаніўскай» публіцыстыкі на сялянства мела не столькі практычнае (ці прадпрымальніцкае), колькі ідэалагічнае абгрунтаванне: менавіта гэта частка насельніцтва разглядалася БСГ у якасці сацыяльнай базы для нацыянальнага руху. Аднак разам з тым паслядоўнасць у вырашэнні надзённых праблем беларускай вёскі зрабіла напаўненне газеты цэласным, нягледзячы на дыскусійнасць некаторых іншых закранутых тэм,

што адлюстроўвалі натуральнае для дэмакратычнага друку несупадзенне светапогляду аўтараў. Цэласнасць выдання забяспечыла яму прывабнасць у вачах канкрэтнай аўдыторыі – сельскай, з якой, паводле штотыднёвіка, і павінна была падымацца новая інтэлігенцыя [8, с. 13]. Пры гэтым, як паказваюць асобныя маўленчыя канцэпты, вызначаныя В. Самусевіч у дыскурсе газеты за 1909 г., тэматычны блок «Беларускі народ» прадстаўлены пры дэталёвым разглядзе як мужыцкі народ, як народ-гарапашнік, народ цёмны і непісьменны, скалечаны не толькі фізічна, але і духоўна. Аднак выкарыстоўваюцца і такія гарманізуючыя характарыстыкі народу, як мірны, неваяўнічы, дружалюбны і «самыя чыстыя славяне» [5, с. 87].

Цікавым для нас паўстае гістарычны факт, які ілюструе, як узважана падыходзілі заснавальнікі газеты да кожнага слова ў праграмным артыкуле. У прыватнасці, прадметам творчай спрэчкі быў выбар паміж выкарыстаннем прыметнікаў «*працоўнаму*» (варыянт І. і А. Луцкевічаў) і «*скрыўджанаму*» (варыянт Л. Кучэўскага і З. Вольскага) у знакамітай тытульнай фразе. Як вядома, канчатковым было абрана слова, якое «дыпламатычна» абыходзіла класавую прыналежнасць выдання [7, с. 47].

Ідэйнасць. Умоўна падзяляючы перыёдыку на групы паводле галоўнай мэты выпуску выдання, можна назваць дзве асноўныя: камерцыйную (дзеля заробку) і ідэйна-канцэптуальную (дзеля рэалізацыі палітычных, грамадскіх і інш. задач). Варта адзначыць, што дарэвалюцыйная прэса на Беларусі не пераступіла этап, калі журналістыка як сацыяльна-палітычная дзейнасць стала пераўтварацца ў прыбытковую справу. Гэты факт у тым ліку быў звязаны з вырашэннем пытанняў нацыянальнага Адраджэння. Акрамя рэалізацыі задачы выжывання, уладальнікі і рэдактары «Нашай Нівы» ўсвядомлена прытрымліваліся сваёй ідэйнай лініі: абмяркоўвалі аспекты развіцця беларускай культуры, адукацыі, абнаўлення эканомікі краю і інш. Як адзначае А. Мяснікоў, браты Луцкевічы і А. Уласаў разумелі, што выданне газеты адкрытага рэвалюцыйна-дэмакратычнага накірунку ўлады не дазваляць, таму ў дакументах, якія былі пададзены ў Галоўнае ўпраўленне па справах друку, праграма «Нашай Нівы» была ўмела «закамуфлявана» пад дзейнасць выключна асветніцкага характару [4, с. 47].

Прыярытэтнасць ідэі ў выданні газеты пацвярджаецца і спосабамі яе фінансавання, якія ніяк не могуць сведчыць пра камерцыйную выгаду для ўласнікаў. Так, піша А. Унучак, спасылаючыся на А. Адамовіча, І. Луцкевіч галоўным чынам забяспечваў «Нашу Ніву» праз гандаль антыкварыятам. Да таго ж, паводле паказанняў А. Луцкевіча, на выдавецкую справу 20 тысяч рублёў ахвяравала княгіня Магдалена Радзівіл [7, с. 51].

Каб наладзіць бесперапыннае фінансаванне газеты, кіраўнікам рэдакцыі неабходна было пераадолець шэраг праблем. Адна з іх заключалася ў

вярганні грошай на выданне: з-за продажу 40 % тыражу праз дробных пасрэднякаў (агентаў) значная частка капіталу «замарожвалася» на месяцы. Пры гэтым выхад неабходна было забяспечваць штотыдзень. Гісторык А. Унучак, цытуючы А. Каўку, сцвярджае, што «Наша Ніва» «пачала нармальна развівацца толькі з пятага нумара» [7, с. 50]. Выданне сапраўды палепшыла сваё фінансавое становішча толькі ў 1912–1913 гг.» [7, с. 51].

Пераемнасць. Браты Луцкевічы і А. Уласаў – першы склад рэдакцыі – прыклалі вялікія намаганні, каб заснаваць газету і наладзіць яе рэгулярны выхад, а таксама забяспечыць фінансавую стабільнасць. Аднак сапраўды стратэгічнай перамогай заснавальнікаў, верагодна, самай важнай, з’явіўся іх поспех на ніве «выхавання кадраў» – падрыхтоўкі пераемнікаў, здольных у свой час замяніць лідараў на іх пасадах.

Безумоўна, пошук публіцыстаў, якія б маглі забяспечыць разнастайнымі матэрыяламі ўсю заяўленую праграму газеты, адбываўся з першых дзён яе існавання. І хаця А. Луцкевіч пісаў агляды на эканамічную і нацыянальна-культурную тэматыку, І. Луцкевіч друкаваў краязнаўчы матэрыял, а А. Уласаў узяў на сябе частку перадавіц і гаспадарчых матэрыялаў, «Наша Ніва», тым не менш, мела неабходнасць у літаратурах і мясцовых карэспандэнтах. С. Александровіч адзначае заслугу рэдакцыі ў прыхільным і добразычлівым стаўленні да пачынаючых аўтараў, у падтрымцы іх першых крокаў на літаратурнай дарозе. Многія вядомыя беларускія пісьменнікі фактычна «з допісаў у газету пачыналі сваю творчасць» [1, с. 221]. Рэдакцыйны аддзел «Паштовая скрынка» спрыяў з’яўленню «новага пісьменніка» – выхадца з народных глыбін [1, с. 222]. Плённая праца кіраўнікоў «Нашай Нівы» па фарміраванні калектыву прыводзіць да таго, што да рэдакцыі далучаецца новая плынь беларускай інтэлігенцыі. Падмацоўваючы вышэйсказанае, звернемся да ўспамінаў В. Ластоўскага: «Склад рэдакцыі «Нашай Нівы» ў 1909 годзе быў гэтакі: А. Уласаў, браты Іван і Антон Луцкевічы, Ядвігін Ш. (Лявіцкі), Янка Купала, В. Ластоўскі і, дарыўкамі – Язэп Манькоўскі (Янка Окліч) ды Чыж (Альгерд Бульба), а на пачатку лета 1909 года прыбыў яшчэ С. Палуян» [3, с. 191]. Такім чынам, 1909 г. «можна лічыць пачаткам новага этапу арганізацыйнага станаўлення газеты» [8, с. 8].

Апраўданая іерархія. Успаміны В. Ластоўскага даюць звесткі пра структуру рэдакцыі, ролі яе супрацоўнікаў: «Гэты склад рэдакцыі ў 1909 і 1910 рэзка распадаўся на дзве групы <...> Да «верхняй» палаты належалі: А. Уласаў, браты Луцкевічы і, калі бывалі, – Чыж і Манькоўскі. «Ніжняя» палата складалася з Ядвігіна Ш., Купалы, Ластоўскага і Палуяна, а ў канцы 1909 года да яе далучыўся мастак-маляр Я. Драздовіч. Рэдакцыя ў цэлым ніколі не сыходзілася <...> Паміж сабою працаўнікі гэтых дзвюх «палат» рэдка сустрачаліся, у тэхнічных справах <...> зносіліся праз замкнутыя на

ключ дзверы па шчэлцы над парогам» [3, с. 191]. Ластоўскі ўказваў на пэўны падзел паміж «палатамі», пісаў, што іх прадстаўнікі «насілі ў сабе зародкі розных кірункаў нацыянальнай мыслі» і нават «жылі рознымі ідэаламі» [3, с. 192]. Можна крытычна паставіцца да гэтых звестак з нагоды магчымых палітычных і асабістых матываў В. Ластоўскага, які менавіта так вырашыў падаць унутрырэдакцыйны светапоглядны канфлікт.

Разам з тым кіраўніцтва «Нашай Нівай» у 1912–1915 гг. так ці інакш пераходзіць у рукі спачатку В. Ластоўскага, а затым Я. Купалы [8, с. 9]. Былыя лідары перадаюць паўнамоцтвы, паддаючыся натуральнаму ходу падзей, прызнаючы грунтоўнасць і пераканаўчасць здольнасцей былых «пачаткоўцаў». Мяркуем, гэта, безумоўна, апраўдвае наяўную іерархію, сведчыць пра плённыя адносіны паміж кіраўнікамі і супрацоўнікамі-выканаўцамі, чый патэнцыял быў у поўнай меры рэалізаваны.

Комплекснасць. Сведчаннем узаемазвязанасці арганізацыйных, тэхнічных і творчых стасункаў у рэдакцыі выступае тая акалічнасць, што пры газеце «Наша Ніва» ў Вільні ў 1907–1913 гг. існавала аднайменнае выдавецтва. За гады функцыянавання ў ім былі надрукаваны зборнікі «Песні-жальбы» і «Апавяданні» Я. Коласа, «Вянок» М. Багдановіча, «Бязрозка» Ядвігіна Ш, а таксама альманахі «Зборнік “Нашай Нівы”» (№ 1, № 2), «Калядная пісанка. 1913 год» і інш. У асобны часопіс пад назвай «Саха» выдзеліўся сельскагаспадарчы аддзел газеты (люты 1912 г.), які пасля працягнуў выхад у Мінску.

Поліфункцыянальнасць. У ходзе эвалюцыі газеты, якая заканамерна суправаджалася набыццём аўтарытэту і ўдасканаленнем прафесіяналізму, змяняўся яе профіль: літаратурныя матэрыялы сталі вызначаць ідэйнае аблічча. Асабліва прыкметна гэта ў «купалаўскі» перыяд рэдактарства – «самы карысны і прадуктыўны ў дзейнасці рэдакцыі» [6, с. 79]. Адначасова важнай рысай выдання, якая адлюстроўвае прынцыповую пазіцыю ўсіх яго кіраўнікоў, застаецца традыцыйная шматвектарнасць: газета класіфікуецца і як грамадска-палітычная, і літаратурна-мастацкая, і культурна-асветніцкая.

Такім чынам, рэдакцыя газеты «Наша Ніва», якая прымала актыўны ўдзел і мела поспех у справе ўстанаўлення беларускага нацыянальна-дэмакратычнага руху, абапіралася на канструктыўныя прынцыпы кіравання, якія лагічна звязаліся ў паслядоўную лінію. Першыняство «Нашай Нівы» ў айчыннай гісторыі журналістыкі было забяспечана рэгулярнасцю яе выхаду на працягу даволі значнага прамежку часу, што суправаджалася пераадоленнем фінансавых і арганізацыйных праблем. Тым не менш, рэдакцыя выдання здолела дасягнуць пастаўленых задач, захоўваючы дальнабачнае пазіцыянаванне, багатую ідэйнасць, шануючы пераемнасць і іерархію, а таксама выкарыстоўваючы стандарты комплекснасці і поліфункцыянальнасці.

Літаратура

1. Александровіч, С.Х. Пуцявіны роднага слова. Праблемы развіцця беларускай літаратуры і друку другой пал. XIX – пач. XX ст. / С.Х. Александровіч. – Мінск: Выд. БДУ, 1971. – 248 с.
2. Говін, С.В. Гісторыя беларускай журналістыкі (1563–1917 гг.): вучэб.-метадычны комплекс / С.В. Говін. – Мінск: БДУ, 2003. – 99 с.
3. Ластоўскі, В. Выбраныя творы / В. Ластоўскі; уклад., прадм. і камент. Я. Янушкевіча. – Мінск: Беларускі кнігазбор, 1997. – 512 с.
4. Мяснікоў, А.Ф. Гісторыя беларускай журналістыкі: вучэбна-метадычны дапаможнік для студэнтаў спецыяльнасці «Журналістыка» / А.Ф. Мяснікоў. – Мінск : Іппокрена, 2008. – 102 с.
5. Самусевіч, В.М. «Наша Ніва» ў лагасферы нацыянальнай культуры / В.М. Самусевіч // Веснік БДУ. Сер.4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2002. – № 2. – С. 67-71.
6. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: падручнік / А.Г. Слука. – Мінск: БДУ, 2011. – 447 с.
7. Унучак, А. Арганізацыйнае станаўленне «Нашай Нівы» / А. Унучак // Гісторыя: праблемы выкладання. – 2004. – № 4. – С. 46-53.
8. Унучак, А.У. «Наша Ніва» і беларускі нацыянальны рух (1906–1915 гг.): аўтарэф. дыс. ... канд. гіст. нав. / А.У. Унучак; НАН Беларусі, Інстытут гісторыі. – Мінск, 2005. – 19 с.

Таццяна Падаляк

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АЛЯКСАНДР УЛАСАЎ – РЭДАКТАР-ВЫДАВЕЦ, ЯКІ ўМЕЎ РАЗГЛЕДЗЕЦЬ ТАЛЕНТЫ

З пятага нумара «Нашай Нівы», які выйшаў у снежні 1906 г., рэдактарам-выдаўцом газеты стаў Аляксандр Мікітавіч Уласаў. На гэтай пасадзе ён працаваў да сакавіка 1914 г. Потым рэдактарскі рэй «Нашай Нівы» перадаў Янку Купалу, а сам заняўся іншымі выдавецкімі праектамі.

За смелыя публікацыі «Нашу Ніву» часта канфіскоўвалі, накладалі штрафы, адміністрацыйныя спаганні. Аляксандр Уласаў не раз прыцягваўся да судовай адказнасці, а ў 1909 г. нават адсядзеў 4 месяцы ў Бабруйскай крэпасці. Дарэчы будзе ўзгадаць яшчэ адзін цікавы факт. Калі Янку Купалу, які змяніў Уласава на пасадзе рэдактара, пасадзілі ў турму на Лукішкі, Уласаў прымусяў турэмнае начальства выпусціць паэта і сам адсядзеў за яго прысуджаныя тры месяцы [3].

Аляксандр Уласаў нарадзіўся 16 (28) жніўня 1874 г. у Вілейцы. Ва ўспамінах ён пісаў з доляй гумару: «Мой бацька быў старасвецкі павятовы пачмейстар у гарадку на Віліі. Гэта быў яшчэ час гогалеўскіх пачмейстараў»

[10, с. 32]. У 1905 А. Уласаў скончыў політэхнічны інстытут у Рызе. У час рэвалюцыі 1905–1907 гг. уключыўся ў грамадска-палітычную барацьбу: арганізоўваў забастоўкі ў Радашковіцкім павеце, у Мінску, браў удзел у нелегальным настаўніцкім з’ездзе, быў адным з арганізатараў Беларускай сацыялістычнай грамады (БСГ).

У выданне «Нашай Нівы» А. Уласаў уклаў нямала ўласных сродкаў: для яго гэта было справай жыцця. У эксклюзіўным інтэрв’ю аўтару гэтага артыкула ўнучатая пляменніца Уласава, Рыма Ігараўна Гірыловіч, расказала, што ўсе родныя звычайна называлі яго «рэдактар»: «У сям’і заўсёды з гонарам ставіліся да ўсяго, што рабіў Аляксандр Мікітавіч. Бо лічылася: місія Уласавых – узнімаць беларускую культуру. Аляксандр Мікітавіч быў чалавекам надзвычай цікавым, неардынарным. Ведаў польскую, англійскую, нямецкую, французскую мовы» [6, с. 6].

Ён называў сябе «беларускім інтэлігентам» – і сапраўды быў беларускім інтэлігентам, адметным дзеячам беларускага нацыянальна-вызваленчага руху. Хоць сам Аляксандр Уласаў быў рускім па нацыянальнасці. Рускі чалавек стаў беларускім патрыётам.

Аляксандр Уласаў вызначаўся ўнікальнымі арганізатарскімі здольнасцямі. Як ніхто іншы, умеў знаходзіць і згуртоўваць вакол сябе творчых, таленавітых людзей. Ён заахвоціў да працы ў рэдакцыі многіх літаратараў, веў з імі актыўную перапіску. Р. Гірыловіч расказала: аднойчы ў вагоне трэцяга класа Уласаў пачуў ад сялян з Мікалаеўшчыны, што ў іх мясцінах ёсць настаўнік, які «смешна піша і чытае па-нашаму». А праз нейкі час на нелегальным настаўніцкім з’ездзе гэты настаўнік чытаў свае вершы. Ужо тады Аляксандр Мікітавіч адзначаў, што гэта ўзыходзячая зорка беларускай паэзіі [6, с. 7]. Якуб Колас невыпадкова ўспамінаў Уласава як свайго духоўнага бацьку. Менавіта ён прапанаваў пачынаючаму паэту – а тады настаўніку без пасады (пасля ўдзелу ў нелегальным настаўніцкім з’ездзе) – куток у рэдакцыі і капейку на пражыццё.

У трылогіі «На ростанях», якая з’яўляецца ў многім аўтабіяграфічнай, Якуб Колас апісвае рэдактара Мікіту Аляксандравіча Уласюка – вобраз гэты «спісаны» з Аляксандра Уласава: «Чарнявы, плячысты, з пышнымі чорнымі вусамі, крыху касавокі: адно вока пазірала, як кажучь, на Маскву, другое на Варшаву. На выгляд яму можна было даць гадоў за трыццаць... Ні да якой партыі ён не належаў, называў сябе незалежным хутаранінам, хоць цалкам падзяляў праграму беларускай сацыялістычнай грамады» [2, с. 582]. Чалавек імпазантны і жартаўлівы – гэта Якуб Колас падкрэслівае неаднаразова. І напісаны пяром класіка нацыянальнай літаратуры знешні партрэт Уласава цалкам супадае з фотаздымкамі, што захаваліся ў архівах, у сямейных альбомах яго родных і сваякоў: «Неўзабаве ў рэдакцыю прыйшоў і сам рэ-

дактар, высокі, плячысты, з пышнымі чорнымі вусамі. Відаць, перад адзяваннем рэдактар чапляў на вусы навуснікі, а канцы іх, туга нацягнуўшы, завязваў на патыліцы і так хадзіў з гадзіну, каб прыдаць вусам пажаданы для іх уласніка выгляд» [2, с. 635].

Дзякуючы «Нашай Ніве» і непасрэдна А. Уласаву ўзышла на беларускі небасхіл і зорка Максіма Багдановіча. Юны паэт плённа супрацоўнічаў са штотыднёвікам ужо з 1907 г. Яго бацька Адам Ягоравіч, выдатны этнограф і фалькларыст, выпісваў газету, калі жыў у Ніжнім Ноўгарадзе, а потым і ў Яраслаўлі. На «Нашу Ніву» падпісваўся і Максім Горкі. Ён сябраваў з Адам Ягоравічам, потым мужчыны ўвогуле парадніліся: былі жанаты на сёстрах Волжыных (Горкі – на Кацярыне, Багдановіч – на Аляксандры). Максім Горкі высока цаніў «Нашу Ніву», лічыў, што яна дае чытачу інфармацыю для роздуму.

І сапраўды, газета шматбакова асвятляла рэчаіснасць, змяшчала таленавітыя мастацкія, краязнаўчыя, літаратуразнаўчыя, культуралагічныя творы. Рэдакцыя, дарэчы, вяла статыстыку публікацый. Так, у № 46 за 12 (25) лістапада 1909 г. чытаем: «За тры гады жыцця “Нашае Нівы” было ў ёй выдрукавана: 906 карэспандэнціі з 489 розных весак і мястэчак Беларусі; 246 вершоў, 61 песьняра, і 91 апаведаньнеў 36 розных пісачелеу» (Тут і далей правапіс захаваны. – Т. II.) [4, с. 668]. У наяўнасці шырыня «геаграфіі» і тэматыкі, жанравая разнастайнасць публікацый, увага да аўтарскага актыву. У 1909 г. газета паведаміла, што пачынае выходзіць у новым, «выгаднейшым фармаце». Побач з інфармацыяй аб прыёме падпіскі звычайна публікавалася – за подпісам А. Уласава – і канкрэтная праграма выдання:

«Наша Ніва» паставіла сабе мэту будзіць у беларусаў пачуцьце чалавека і грамадзяніна, голасно гаварыць аб яго патрэбах і правах.

«Наша Ніва» едзіная газета ў краю, каторая мае карэспандэнціаў бадай з усіх мястэчак і шмат з якіх вёсак; у гэтых карэспандэнціях, як у люстры, відаць усё жыцьцё нашых дагэтуль забытых беларусоў /.../

«Рэдактор-Выдаўца А. Ўласоў» дбайна клапаціўся пра фінансавана-эканамічны падмурак дзейнасці рэдакцыі ці, як казалі б сёння, рэдакцыйны менеджмент. Яго пляменніца ўспамінала: «Спачатку сродкі на выдавецтва «Нашай Нівы» ён часткова «вымантэчвае» ў замажнейшых знаёмых; пасля ўжо грошы паступаюць і ад падпішчыкаў, і ад выдавецкай суполкі «Наша хата», у якую таксама ўваходзіць Саша. «Наша Ніва» пачала выдаваць і асобныя кніжкі, а з 1910 году календары» [5, с. 11].

Асаблівая ўвага рэдакцыі скіроўвалася на падпіску. На першай старонцы штонумар адразу пад назвай выдання друкавалася: «Цэна з перасылкай і дастаўкаю да хаты: на 1 г. – 2 р. 50 к., на 6 мес. – 1 р. 25 к., на 3 м. – 65 к., на 1 мес. – 25 к. За граніцай: на 1 г. – 4 р., на 6 мес. – 2 р., на 3 мес. – 1 р. Пера-

мена адрэсу – 20 кап.». Рэдакцыя падказвала сваім чытачам: «Хто не далее адзін плаціць за “НАШУ НІВУ” 2 р. 50 к. у год, нехай знойдзе ешчэ колькі людзей і выпішэ газэту хаурусам». І раіла: «Хто хочэ мець даход, прадаючы “Нашу Ніву” у вёсках, мястэчках, гарадох, нехай напіша аб гэтым у Кантору нашай газэты».

Газета актыўна шукала і рэкламадаўцаў. Так, з канца кастрычніка 1909 г. на першай старонцы рэгулярна змяшчала абвестку, што «друкуецца і скоро выйдзе першы Беларускі Каляндар “Нашае Нівы” на 1910 г.». Цана календара – 15 кап., з перасылкай – 20 кап. І прапановы да рэкламадаўцаў далучыцца, з улікам расцэнак на аб’явы: «...пасля тэксту: за цэлую староніцу – 30 руб.; ½ стр. – 15 руб., ¼ стр. – 8 руб. На вокладцы: на апошняй староніцы – за цэлую 50 р., ½ стр. – 25 руб., ¼ стр. – 15 руб. На 2 і 3 староніцах – цэною 40 руб., ½ стр. – 20 руб., ¼ стр. – 12 руб.». Для параўнання: у «Нашай Ніве» расцэнкі на аб’явы былі іншымі: «Аб’яўлення прынімаюцца на паследняй староніцы па 40 кап. за лінейку малымі літэрамі”. У газеце друкаваліся кароткія абвесткі на самых розных тэмы: «МАЛАДЫ ХЛОПЕЦ шукае які-колечы РАБОТЫ»; «ДЗЯУЧЫНА скончыўшая сёлета гімназію шукае працы»; «МАЛАДЫ ХЛОПЕЦ хочэ вучыцца, але ня мае грошы на жыццё. Просіць добрых людзей дапамагчы чым-колечы, або даць якуюсь працу»; «Хто хочэ зарабіць крыху грошы і разам зрабіць добрую прыслугу суседзям, той нехай займаецца прадажай сярпоў Літоўскіх і кос стырыйскіх (Аўстрыяцкіх)... Хто хочэ мець каталёг з цэнамі, той нехай аб гэтым напішэ ў склад, – вышлюць дарма».

У штотыднёвіку змяшчаліся і досыць буйныя рэкламныя блокі (на мове арыгіналу): самых розных перыядычных выданняў (газет і часопісаў), кніг, разнастайных брашур медыцынскага і ветэрынарнага характару: сродкі для барацьбы з халерай, сіфілісам, эпілепсіяй, запорам, гемароем, экзэмай, п’янствам і г. д.; як ратаваць уздутую жывёлу і інш. Рэкламавалася таксама насенне, прылады для агароднікаў, расада, і г. д. Яшчэ нядаўна не прынята было ўзгадваць, што на старонках «Нашай нівы» рэкламаваліся і інтымныя тавары: «ТОЛЬКО НАПИШИТЕ!! и вы получите немедленно совершенно БЕСПЛАТНО прейсь-курантъ резиновыхъ Парижскихъ изделий, необходимыхъ каждому МУЖЧИНЕ, каждой ЖЕНЩИНЕ, какъ ХОЛОСТЫМЪ, такъ и ЖЕНАТЫМЪ». А вось наступная рэклама друкавалася са скарачэннямі асобных словаў: «ПРЕЗЕРВАТИВЫ. Мужск. не рвуц. лучш. загран. резины, тончайш. выделки дюж. 75 к. ... Дамскіе: по Мезингу резинов. дюж. 4 р. и 5 р. Губочки дюж. 2 р. ... Требуите бесплатно интересный прейсь-курантъ».

Рэдакцыя захоўвала журналісцкую этыку, тайну псеўданіма, прымала адказнасць за дакладнасць інфармацыі, змешчанай без указання прозвішча аўтара. Досыць часта штотыднёвік публікаваў рэдакцыйны зварот да чытачоў – патэнцыйных аўтараў: «Рукапісы і карэспандэнціі, прысланыя у

рэдакцыю, павінны быць чытэльна напісаны с праудзіваю фамільёю і адрасам таго, хто яе прысылае. Можна такжэ падпісаць прозвішча разам з фаміліяй, хто не захочэ, каб была надрукована праудзівая фамілія. Адрэс і фамілія толькі для ведама рэдакцыі». Рэдакцыя не баялася прызнаваць і выпраўляць свае памылкі. Напрыклад, у № 43 за 22 (4) кастрычніка 1909 г. чытаем: «Ад рэдакцыі: у № 42 выйшла абмылка», “страка 22 трэба чытаць “Мала у нас нават ёсць і такіх палякоў...”», а не “Не мала”». Друкавала газета тлумачэнні і ўдакладненні – як у № 6–7 за 12 (25) лютага 1909 г.: «Дзеся прычын ад Рэдакцыі незалежных чародны № 6 “Нашае Нівы” выйсьці у сваём часі ня мог. Цяпер выдаем № 6 і 7 адразу у аднэй кніжцы – большай за нумэр звычайны». Гэта і своеасаблівая фінансавая справаздача перад чытачом.

Многае ў жыцці А. Уласава звязана з фальваркам Мігаўка пад Радашковічамі. Менавіта там вядомы мовазнаўца Браніслаў Тарашкевіч пазнаёміўся з Верай Андрэўнай Сніткай – пляменніцай Уласава і сваёй будучай жонкай. Дачка Веры Андрэўны, Ірына Уладзіславаўна Ніжанкоўская, расказала ў эксклюзіўным інтэрв’ю аўтару гэтага артыкула, што яе маці атрымала бліскучую адукацыю, скончыла знакамiты Смольны інстытут высакародных дзяўчын у Петраградзе. Добра ведала нямецкую і французскую мовы, хоць размаўляла ў асноўным па-беларуску [7, с. 101]. Вера Андрэўна Ніжанкоўская (прозвішча па другім мужу) пайшла з жыцця ў 1998 г., у шанюўным узросце – 97 гадоў. Яна пакінула вельмі цікавыя ўспаміны пра свайго дзядзьку А. Уласава [5].

Нашчадкаў Аляксандра Уласава засталася няшмат. Ажаніўся позна, калі было ўжо за 50. Яго жонкай стала настаўніца Аляксандра Стальмаховіч [9, с. 11]. А вось звесткі адносна сумесных дзяцей досыць супярэчлівыя. Даследчык жыцця і творчасці А. Уласава пісьменнік У. Содаль у кнізе «Волат з Мігаўкі» піша, што сям’я Уласавых гадала дваіх дзяцей, хлопчыкаў-блізнюкоў, яны нарадзіліся ў Мігаўцы ў 1926 г. [9, с. 12]. А вось сваякі А. Уласава сцвярджаюць: родных дзяцей у яго не было, яго жонка ўжо да шлюбу мела сыноў-блізнят. Уласаў іх усынавіў, даў сваё прозвішча [6, с. 9].

У 1921 г., калі Беларусь была падзелена на дзве часткі, Мігаўка апынулася на тэрыторыі Заходняй Беларусі, што адышла да Польшчы. Беларускі інтэлігент А. Уласаў працягваў высакародную асветніцкую працу. За спробу адкрыцця ў Радашковічах беларускай гімназіі быў арыштаваны польскімі ўладамі і змешчаны ў канцлагер у Стшалкове. І ўсё ж гімназія імя Ф. Скарыны пачала працаваць у 1922 г. У канцы 1928 г. польскія ўлады пачалі ліквідацыю нацыянальных школ у Заходняй Беларусі. У знак пратэсту ўспыхвалі школьныя забастоўкі, у тым ліку і ў Радашковіцкай гімназіі. За ўдзел у хваляваннях былі выключаны самыя актыўныя гімназісты, у тым ліку і Яўген Скурко – будучы паэт Максім Танк. У 1929 г. палякі закрылі гімназію, якую называлі «камуністычнай».

У 1930-я гг. Уласаў знаходзіўся пад пільным наглядам польскіх уладаў. Чырвоную Армію ў верасні 1939 года вітаў з радасцю. З успамінаў пляменніцы: «...ён прыйшоў да мяне, поўны энтузіязму. Вось калі ён будзе пісаць і друкавацца як эканаміст. Ён сам едзе ў Маладэчна прапанаваць свае паслугі ў рэдакцыю газеты. Адтуль яго, як супрацоўніка, пасылаюць у НКВД на зацьверджаньне. Там яму загадалі напісаць аўтабіяграфію. Дзядзька апісаў на 17 старонках усе свае заслугі ў беларускім і рэвалюцыйным руху. З НКВД ён ужо ня выйшаў, і, здаецца, аўтабіяграфія фігуравала як акт абвінавачваньня» [5, с. 16].

Калі колішнія «нашаніўцы» Якуб Колас, Янка Купала, Змітрок Бядуля даведаліся пра арышт Уласава, 26 чэрвеня 1940 г. напісалі ліст сакратару ЦК КП(б) Беларусі П. К. Панамарэнку: «З імем Уласава непарыўна звязана арганізацыя першых беларускіх газет – “Наша Доля” і “Наша Ніва”... рэдактарам якой быў Уласаў. Мы таксама прымалі актыўны ўдзел у названых газетах як іх супрацоўнікі, змяшчалі свае артыкулы і вершы, пратэстуючы ў іх супраць самадзяржаўнага дэспатызму, супраць сацыяльнага і нацыянальнага прыгнёту беларускага народа. Мы добра ведаем Уласава як чалавека, адданага працоўнаму народу, як культурнага работніка і збіральніка разрозненай беларускай інтэлігенцыі з тым, каб паставіць яе на службу народу. Супраць рускай культуры Уласаў ніколі не ставіўся адмоўна і ў сваёй дзейнасці не ставіў пытаньня аб адрыве беларускага народа ад народа рускага. У цяперашні час Уласаў ужо стары, і было б несправядліва для яго, калі б ён на схіле сваіх гадоў не прыняў удзелу ў будаўніцтве новай сацыялістычнай культуры народа, за які ён змагаўся і аддаў шмат гадоў свайго жыцця. Таму мы просім Вас, тав. Панамарэнка, перагледзець пытанне аб Уласаве і паставіцца паблажліва да яго памылак, калі яны ў яго былі, і даць яму магчымасць рэабілітаваць сябе на савецкай рабоце» [8, с. 225].

Аднак заступніцтва вядомых пісьменнікаў не дапамагло. 29 лістапада 1940 г. А. Уласаў быў асуджаны як «сацыяльна небяспечны элемент», далі яму 5 гадоў лагераў. Афіцыйнае абвінавачанне: «шпіёнска-правакатарская дзейнасць». Памёр на этапе ў сакавіку 1941 г. У 1961 г. Аляксандра Мікітавіча Уласава рэабілітавалі. У паэме «Сымон-музыка» Якуб Колас напісаў пранізлівыя радкі – яны, як засведчыла жыццё, і пра А. Уласава, і пра многія іншыя загубленыя таленты:

*Эх, чаго нам ні прыйшлося,
Брацце мілыя, ужыць!
Колькі талентаў звалося,
Колькі іх і дзе ляжыць
Невядомых, непрызнаных,
Не аплаканых нікім,*

Толькі ў полі адспяваных,

Ветру посвістам пустым!.. [1, с. 396–397].

У лістападзе 2007 г. на будынку Радашковіцкага сельсавета, у склад якога ўваходзіць Мігаўка, была адкрыта мемарыяльная дошка: «У в. Мігаўка жыў і працаваў вядомы палітычны і грамадскі дзеяч, адзін са стваральнікаў Беларускай сацыялістычнай грамады, выдавец А. М. Уласаў (1874–1941 гг.)».

Літаратура

1. Колас, Я. Выбраныя творы / Якуб Колас; уклад., прадм., камент. М. Тычыны. – Мінск: Кнігазбор, 2007. – 720 с.
2. Колас, Я. На ростанях / Я. Колас. – Збор твораў у 14 т. – Т. 9. – Мінск: Маст. літ., 1975. – С. 389–755.
3. Крупянькова, А. Мы прыйшлі да цябе, дзядзька Улас... / А. Крупянькова // Маладзечанская газета. – 2007. – 6 ліст. – С. 3.
4. Наша Ніва. Першая беларуская газета з рысункамі. Факсімільнае выданне. – 1909. – Вып. 2. – Мінск: Беларус. навука, 1996. – 768 с.
5. Ніжанкоўская, В.А. Пра Аляксандра Уласава / В. А. Ніжанкоўская // Спадчына. – 1995. – № 3. – С. 9–17.
6. Падаляк, Т.У. Дыялогі на мяжы стагоддзяў. Класікі і сучаснікі ў інтэр’еры часу: у 2 ч. / Т.У. Падаляк. – Ч. 1. – Мінск : Выдавецкі дом «Звязда», 2013. – 216 с.
7. Падаляк, Т.У. Сямейная сага Браніслава Тарашкевіча / Т.У. Падаляк // Беларус. думка. – 2016. – № 6. – С. 98–103.
8. Рогач, А.В. Аляксандр Мікітавіч Уласаў / А.В. Рогач // Памяць: гіст.-дакум. хроніка Вілейскага раёна. – Мінск: БЕЛТА, 2003. – С. 222–226.
9. Содаль, У.І. Волат з Мігаўкі: Успам. землякоў пра А. Уласава / У. Содаль. – Мінск : Выд. В.Хурсік. – 144 с.
10. Уласаў А. Дні жыцця (фрагмент успамінаў) / А.Уласаў // Я тут бачу свой край...: Маладзечаншчына літаратурная: проза, паэзія, публіцыстыка, драматургія; уклад. М. Казлоўскага. – Мінск: Маст. літ., 2005. – С. 32–42.

Андрей Потребин

Белорусский государственный университет

ВЛИЯНИЕ КОНВЕРГЕНЦИИ НА БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ В СМИ

Мультимедийность и конвергенция стали существенными принципами, которые определяют развитие современных медиа. Технологические перемены изменяют не столько сам контент, сколько формы и способы его воплощения для тех или иных платформ и носителей. Исследователи однозначно говорят о трансформации в области производства, распространения

и использования продуктов журналистского труда, обращая внимание на кризис не журналистики, а традиционных бизнес-моделей печатных и аудиовизуальных СМИ [3, с. 268–269]. Перемены побуждают редакции к пересмотру бизнес-моделей и к организационным трансформациям при внедрении мультимедийности.

В последние годы дальнейшая дигитализация СМИ привела к торжеству мобильности и к необходимости производства не просто мультимедийного контента, в электронном виде и в режиме онлайн, но и для преимущественного потребления на мобильных устройствах. Развитие социальных сетей и блогосферы разрушило монополию авторов-журналистов на контент, поскольку все чаще и все оперативнее его производят сами пользователи. Но собрать информацию, в том числе опираясь на пользовательский контент, выделить приоритеты, формируя повестку дня своего СМИ, произвести режиссуру и «упаковать» его в соответствии с требованиями тех или иных носителей, которые сочетаются в практике конвергентной редакции – это, несомненно, дело профессионалов. И эти профессионалы обречены на то, чтобы становиться все более универсальными, дирижируя потоками информации, особенно в небольших редакциях.

Суммируя эти тенденции, российский исследователь И. Кирия отмечает: «Все эти изменения вовсе не означают, что традиционные СМИ умрут, однако вынуждают их стать другими, адаптироваться к новой аудитории, ее новым потребностям и использовать все новые и новые инструменты». [2, с. 38]. Ключевыми становятся те инновации, которые направлены на совершенствование содержательного продукта и на то, чтобы сформировать у потребителей медиа новые впечатления. Акцент при этом делается на мультимедийность и визуализацию. Причем наибольшее значение приобретают видео и инфографика, которые дополняют текст. В то же время собственно сам текст, традиционная нарративность и сюжетность журналистского произведения никуда не исчезают. На первом плане – умение наиболее доступно и интересно рассказать историю, раскрыть тему с помощью различных средств, выбор которых существенно расширяет мультимедийность. «...Все что происходило и будет происходить дальше – смена носителя для наших историй и расследований, а запрос на сами истории не исчезнет никогда», – замечает по этому поводу Сергей Паранько, редакционный директор Mail.Ru Group [1, с. 29]. Изменения, тем не менее, требуют серьезных организационных перемен в практике редакционного менеджмента, а также поиска новых возможностей финансирования СМИ и пересмотра значимости существующих бизнес-моделей.

Организация работы такой редакции требует усиления как универсальности журналистов, так и их умения работать в команде, создавая коллек-

тивными усилиями современный медиапродукт. Крупные медиакомпании, телеканалы и издательские дома часто идут по пути создания специализированных мультимедийных подразделений, которые дополняют традиционную структуру. В нашей стране так поступили Издательский дом «Звезда», медиаобъединение «Советская Белоруссия», телеканалы ОНТ и СТВ. Однако большинство редакций, прежде всего региональных, специализированных, отраслевых и корпоративных СМИ, не могут в полной мере пойти таким путем, да в этом и нет необходимости. Ведь работать на мультимедийность должна вся редакция, которая становится конвергентной.

Главная управленческая проблема при этом: как объяснить людям смысл перемен и убедить их в том, что отныне круг их обязанностей расширяется, а они должны научиться создавать не только текст (или фото, или видео), но мультимедийный контент, который затем адаптируется для тех или иных носителей. Ведь им придется строить свою работу так, чтобы удовлетворить информационные запросы аудитории, которая сегодня уже не делает различия между цифровыми и традиционными СМИ и хотела бы получать контент в любое время и в любом месте. Существенный момент состоит также в том, что от сотрудников редакции требуется большая степень взаимодействия с аудиторией, обратная связь с ней, прежде всего через блоги и социальные сети. Наконец, они должны больше взаимодействовать друг с другом, больше общаться в рамках открытой редакции, в news room, где происходит формирование и координация потоков контента для тех или иных СМИ, выпускаемых конвергентным медиапредприятием. Даже если news room не оборудуется как открытое пространство для поддержания рабочей среды, такое пространство должно возникнуть за счет развития локальной компьютерной сети редакции. Как и при любой трансформации, появляется удобный момент для оптимизации редакционной структуры, для выработки оптимальных схем бизнес-процессов (такие меры в традиционном СМИ обычно уместны и без перехода к конвергенции).

Персонал редакции должен реально увидеть возможности, которые несет с собой мультимедийность и новые схемы работы, понять ценность приобретения новых навыков и перспективу, в которой СМИ усилит свои позиции среди целевой аудитории, получит конкурентные преимущества и экономические выгоды. Такое видение должно дать мотивацию и восприимчивость к переменам и к переобучению для работы в обновленной профессиональной среде. Культивирование такого видения становится одной из ключевых задач редакционного менеджмента.

Медиабизнес как специфическая отрасль экономики имеет свои особенности в бизнес-процессах, в ценообразовании, в распространении продукта и др. Наряду с ценностью аудитории в условиях внедрения мультимедий-

ности возрастает значение информации, ценность контента и его потребительная стоимость. За счет применения новых инструментов и способности более гибко удовлетворять потребности он должен становиться более привлекательным для аудитории СМИ. Вплоть до того, чтобы хотя бы некоторую его часть были готовы оплачивать потребители, так как они когда-то оплачивали подписку на газету. «Современная ситуация на рынке средств массовой информации таит множество рисков, и будут ли они сняты, мы не знаем. Кроме того, прежняя модель финансирования СМИ, основанная на продаже аудитории того или иного издания рекламодателям, начинает давать сбои. Аудитория уходит туда, где есть информация, но нет рекламы» [3, с. 66]. Акцентируя внимание на этой проблеме, М. Филимонов говорит о значении самого процесса продюсирования информации с использованием многих форматов и различных платформ. Способность мультимедийной редакции СМИ предложить такую информацию и аналитику, востребованную современной аудиторией, делает небезосновательными надежды на новую устойчивость бизнес-модели платного доступа к потоку (подписки либо адресной продажи определенного контента). Хотя пока сохраняется неизбежное противоречие между желанием СМИ продавать контент и желанием аудитории бесплатно получать его в интернете.

Литература

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
2. Кирия И.В. Мультимедиа и новые принципы новостей // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А.Г. Качкаевой. — М.: 2010. — 200 с.
3. Филимонов М. Г. Скорость и многоформатность. Объединенная редакция информационного мультимедийного агентства. // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А.Г. Качкаевой. — М.: 2010. — 200 с.

Марына Прахарэня

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

СУЧАСНЫЯ БЕЛАРУСКІЯ МЕДЫЯ Ў ГРАМАДЗЯНСКАЙ КАМУНІКАЦЫІ

У навуковай літаратуры паняцце «камунікацыя» пачало ўжывацца ў пачатку ХХ ст. Цікаваць да вывучэння гэтага феномену паступова павялічвалася ў сувязі з вынаходніцтвам тэхнічных сродкаў сувязі: тэлеграфа, тэлефона

і радыёсувязі, якія дазволілі чалавеку перадаваць інфармацыю на вялікія адлегласці. Сёння існуе некалькі дзясяткаў падыходаў у тлумачэнні гэтай катэгорыі як у айчыннай, так і замежнай літаратуры. Іх сутнасць заключаецца ў тым, што камунікацыя – гэта працэс узаемадзеяння паміж людзьмі, які ўзнікае падчас абмену інфармацыяй.

Эканамічныя, палітычныя, сацыяльныя змены ў грамадстве, інтэграцыйныя працэсы заўсёды суправаджаліся зменамі ў галіне камунікацыі. Развіццё матэрыяльнай вытворчасці ўскладняла структуру грамадскіх інстытутаў, якія забяспечвалі эфектыўнае функцыянаванне камунікацыі. Як вынік – узнікла сістэма, якая стала актыўна ўплываць на жыццё.

Расійскі даследчык Д.В. Альшанскі масавай камунікацыяй называе асаблівае асяроддзе «фарміравання, распаўсюджвання і функцыянавання сацыяльна значнай інфармацыі, мэтай якога з’яўляецца ўздзеянне на сацыяльныя групы і асобных людзей» [4, с. 123].

Інструментамі, з дапамогай якіх ажыццяўляецца працэс масавай камунікацыі, выступаюць сродкі масавай інфармацыі (друкаваныя СМІ, радыё, тэлебачанне, інтэрнэт-рэсурсы). Навукоўцы надаюць ім вялікае значэнне ў камунікацыйным працэсе.

Так, Л.Л. Рэсняянская сцвярджае, што менавіта СМІ могуць дапагчы грамадзянам ажыццявіць палітыка-ідэалагічную, сацыяльную і сацыяльна-культурную ідэнтыфікацыю [6]. Вядомы расійскі даследчык І.М. Дзялашыньскі адзначае, што «СМІ забяспечваюць інфармаванасць грамадзян, спрыяюць разуменню працэсаў, якія адбываюцца ў грамадстве, і ўсведамленню сваіх праблем як грамадскіх» [5].

Ва ўмовах глабалізацыі і трансфармацыі сацыяльна-палітычных сістэм арганізацыі масавай камунікацыі надаецца асабліва ўвага. Гэты працэс вызначальны ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці, ён спрыяе росту сацыяльна-палітычнай актыўнасці асобы і забяспечвае ўстойлівае развіццё грамадства.

Для апісання камунікацыйных працэсаў, якія адбываюцца падчас будаўнітва грамадзянскай супольнасці, І.М. Дзялашыньскі ўводзіць паняцце «грамадзянскія камунікацыі», якія забяспечваюць: сувязь індывідаў з некамерцыйнымі, няўрадавымі грамадскімі арганізацыямі, а таксама паміж структурамі грамадзянскай супольнасці; магчымасць удзелу індывідаў і структур грамадзянскай супольнасці ў распрацоўцы, абмеркаванні пытанняў і прыняцці рашэнняў у эканамічнай, палітычнай і сацыяльнай сферах [1]. Адназначна, грамадзянскія з’яўляюцца тэма камунікацыі, якія спрыяюць станаўленню і развіццю грамадзянскай супольнасці і прапагандуюць яе каштоўнасці.

У сучаснай навуцы блізім да паняцця «грамадзянскія камунікацыі» стала паняцце «грамадзянская (гуманітарная) журналістыка». У адпаведнасці

з яе задачамі, рэдакцыйная палітыка медыя павінна падпарадкоўвацца мэтам грамадзянскай супольнасці: «Грамадзянская журналістыка – гэта адначасова светапогляд і набор інструментаў. Светапогляд заключаецца ў прыняцці таго, што журналісты абавязаны – і гэты абавязак абараняецца Канстытуцыяй – прадстаўляць людзям інфармацыю, якая неабходна для прыняцця рашэння ў грамадстве самакіравання. Новыя інструменты дазваляюць чытачам і гледачам убачыць, што яны змогуць стаць актыўнымі ўдзельнікамі грамадскага жыцця. Ужо недастаткова проста звяртаць увагу на несправядлівасць. Грамадзянам <...> неабходна ўбачыць, якім чынам яны маглі б адыграць сваю ролю, змяніць што-небудзь, быць пачутымі – якім чынам яны маглі б у большай ступені ўдзельнічаць у грамадскім жыцці. Такім чынам, удзел грамадзян – ключ да разумення грамадзянскай журналістыкі» [7, с. 274–275].

Інфармацыйная прастора Рэспублікі Беларусь – важнейшы канал грамадзянскай камунікацыі. Асвятляючы дзейнасць інстытутаў грамадзянскай супольнасці, СМІ імкнуцца данесці да людзей ідэі і асноўныя прынцыпы, абудзіць цікавасць да гэтага працэсу. Адна з асноў, на якой трымаецца грамадзянская супольнасць, – прадстаўнічая дэмакратыя. У медыя ўсебакова асвятляецца працэс яе жыццядзейнасці: у дастатковым аб’ёме паведамляецца пра функцыянаванне дэмакратычных інстытутаў, якія даюць магчымасць грамадзянам краіны больш шырока рэалізоўваць права ўдзелу ў справах дзяржавы (прэзідэнцкія і парламенцкія выбары, Усебеларускі народны сход, рэферэндум), інфармуюць аб дзейнасці ўрада, змесце дзяржаўных нарматыўных дакументаў, якія рэгламентуюць жыццё грамадства, прымаюць непасрэдны ўдзел у фарміраванні палітычнай і прававой культуры грамадзян і інш.

Масмедыя сёння вызначаюць статус грамадскіх арганізацый і аб’яднанняў – неад’емнага элемента грамадзянскай супольнасці. У айчынным камунікацыйнай прасторы прадстаўлены напрамкі работы Беларускага рэспубліканскага саюза моладзі, Беларускага таварыства Чырвонага Крыжа, Беларускага саюза жанчын, Рэспубліканскага дзяржаўна-грамадскага аб’яднання ДТСААФ, Рэспубліканскага грамадскага аб’яднання «Белая Русь» і інш.

Асвятленне дзейнасці нацыянальна-культурных арганізацый умацоўвае талерантныя пачуцці да прадстаўнікоў іншых нацый, стварае атмасферу сяброўства і добразычлівасці ў грамадстве. Шматлікія мерапрыемствы, у якіх удзельнічаюць нацыянальна-культурныя грамадскія аб’яднанні, заўсёды ў цэнтры ўвагі нацыянальных і рэгіянальных медыя. На васьмі мовах, уключаючы рускую, польскую, нямецкую, французскую, іспанскую, кітайскую, у рэжыме рэальнага часу ажыццяўляе сваю дзейнасць Дырэкцыя

замежнага вяшчання Беларускага радыё (радыёстанцыя «Беларусь»). Тэлерадыёкампанія «Гродна» вядзе вяшчанне на польскай мове ў радыёэфіры. Штодзённа для палякаў Беларусі працуе дзвюхгадзінны эфір радыё RSI.

У працэсе будаўніцтва грамадзянскай супольнасці важнае месца належыць сродкам масавай інфармацыі, што падкрэсліваецца на дзяржаўным узроўні: «СМІ з’яўляюцца адным з самых аператыўных і надзейных барометраў грамадскай думкі. Яны закліканы забяспечыць зваротную сувязь улады з народамі, ставіць праблемныя пытанні перад органамі дзяржкіравання. СМІ ў Беларусі – сур’ёзная сіла, якая шмат у чым вызначае погляды, меркаванні і ўяўленні людзей. Уплывае на прыняцце палітычных рашэнняў. СМІ з’яўляюцца важнейшымі кампанентамі грамадзянскай супольнасці ў Беларусі», – падкрэсліў А.Р. Лукашэнка падчас сустрэчы са студэнтамі БДУ ў 2008 г. [2].

Заканадаўства нашай краіны прадугледжвае стварэнне медыяпрасторы, якая будзе садзейнічаць устойліваму развіццю грамадства і станаўленню грамадзянскай супольнасці. Так, ужо сёння Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі» гарантуе свабоду меркаванняў, перакананняў і іх вольнае выказванне, не дапускае незаконнага абмежавання свабоды масавай інфармацыі, вызначае асноўныя прынцыпы дзейнасці СМІ, сярод якіх роўнасць, павага правоў і свабод чалавека, разнастайнасць меркаванняў і інш. Акрамя таго, у адпаведнасці з законам, з мэтай рэалізацыі і абароны канстытуцыйных правоў грамадзян на свабоду атрымання і распаўсюджвання інфармацыі ў рэспубліцы быў створаны Грамадскі каардынацыйны савет [3]. Орган сфарміраваны з прадстаўнікоў дзяржаўнай улады, грамадскіх аб’яднанняў, СМІ і іншых арганізацый, якія ажыццяўляюць дзейнасць у сферы масавай інфармацыі. Вырашаючы спрэчныя пытанні, якія ўзнікаюць у працэсе дзейнасці СМІ, Грамадскі каардынацыйны савет садзейнічае аб’ектыўнаму асэнсаванню праблемы і забяспечвае далейшае гарманічнае развіццё інфармацыйнай прасторы ўстойлівага грамадства. На абарону грамадзянскіх правоў і інтарэсаў людзей накіраваны палажэнні Кодэкса прафесійнай этыкі Беларускага саюза журналістаў, які быў прыняты ў 1995 г. Праўдзівасць, аб’ектыўнасць, добрасумленнасць, павага да агульначалавечых каштоўнасцей – тыя прынцыпы, пра якія журналіст павінен памятаць падчас выканання сваіх прафесійных абавязкаў.

Такім чынам, гарманічнае функцыянаванне інфармацыйнай прасторы – важнейшая ўмова трываласці асноў грамадзянскай супольнасці. Галоўнымі прынцыпамі дзейнасці СМІ сёння з’яўляюцца гуманізм, сацыяльная справядлівасць, роўнасць і свабода грамадзян, якія цалкам адпавядаюць канцэптואльным палажэнням грамадзянскай супольнасці. Фарміруючы

плюралізм думак, палітычную і прававую культуру, абараняючы інтарэсы грамадзян і агульначалавечыя каштоўнасці, медыя Рэспублікі Беларусь становяцца неад’емным кампанентам грамадзянскай камунікацыі.

Літаратура

1. Дзялошинский, И.М. Гражданские коммуникации: общее и особенное / И.М. Дзялошинский. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dzyalosh.ru/04-master/uchitel-uchniki/grazhdane_1.pdf. – Дата доступа: 08.09.2016.
2. Лукашенко, А.Г. Беларусь в современном мире: выступление на встрече со студентами БГУ 12.02.2008 [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www/president.gov.by/press49929.html#doc>. – Дата доступа: 10. 09. 2016.
3. О средствах массовой информации: Закон Республики Беларусь: [принят Палатой представителей 24 июня 2008 г.: одобрен Советом Республики 28 июня 2008 г.]. – Минск: БДП, 2008. – 35 с.
4. Ольшанский, Д.В. Психология масс / Д.В. Ольшанский. – СПб: Питер, 2011. – 368 с.
5. Региональная пресса России и структуры гражданского общества: сотрудничество во имя развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/regional-press/p-bib-reg-press.html>. – Дата доступа: 01.09.2016.
6. Реснянская, Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественнодиалога: учеб. пособие / Л.Л. Реснянская; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Фак. журналистики [и др.]. – М. : Пульс, 2001. – 22, [1] с.
7. Роль прессы в формировании в России гражданского общества: сб.; отв. за вып. М. Дзялошинская. – М.: Институт гуманитарных коммуникаций, 1999. – 296 с.

Ирина Сидорская

Белорусский государственный университет

БАЙНЕТ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ

Проблему, свой взгляд на решение которой мы предлагаем в этом материале, можно сформулировать следующим образом: белорусы используют интернет очень активно, но насколько при этом можно считать байнет полноценным источником актуальной и востребованной информации, сравнимым с традиционными СМИ?

Итак, хотя более половины населения Беларуси постоянно прибегает к услугам интернета, речь идет прежде всего о поисковых ресурсах, разнообразных социальных сервисах (от сайтов бесплатных объявлений до торрент-трекеров для обмена файлами), интернет-платежах и в меньшей степени – о глобальной сети как источнике новостной и особенно аналитической

информации по общественно-политической и финансово-экономической тематике. По данным исследований, к концу 2014 г. в Беларуси насчитывалось более 5 млн. пользователей Интернета (70 % населения в возрасте от 15 до 74 лет), большинство которых (примерно 4,2 млн. человек) заходили в сеть каждый день для нахождения информации через поисковые системы (90 %), пользования сетевыми социальными (70 %) и видеосервисами (55 %), чтения новостей (50 %), осуществления платежей (20 %) [4]. Обращаются к подготовленному отечественными источниками новостному и особенно аналитическому контенту незначительное количество пользователей. Так, среди наиболее посещаемых белорусами интернет-ресурсов в первой десятке всего два отечественных информационных портала – на пятом месте *tut.by* с охватом аудитории 47,8 %, на девятом – *onliner.by* (23,6 %).

По данным Информационно-аналитического центра при Администрации Президента, количество граждан, предпочитающих узнавать в интернете политические новости, в 2014 г. по сравнению с 2012 увеличилось на 8,2 % – до 45,6 %, тогда как желающих узнавать экономические, финансовые новости уменьшилось на 2,7 % (до 31,7 %) [7, с. 76]. Сходную цифру приводит Центр социологических и политических исследований Белорусского государственного университета: в 2014 г. из Интернета информацию по проблемам политики получали 42,8 % граждан Беларуси. Исследователи подчеркивают, что потребители, как правило, предпочитают использовать одни источники для поиска информации по вопросам и политики, и экономики, и культурной жизни [12, с. 91–92]. Политическими новостями в Интернете чаще интересуются граждане от 60 лет (58,8 %), экономическими и финансовыми – граждане 40–49 лет с высшим образованием (в среднем по 38,9 %) [7, с. 77]. Наиболее популярным ресурсом для поиска новостного контента являются многоцелевые порталы: на первом месте *tut.by*, второе и третье места занимают *yandex.by* и *mail.ru* [7, с. 77]. С повышением уровня образования растет доля использования новостных сайтов, причем как белорусских, так и зарубежных [8, с. 91–92]. Самые оптимистичные данные приводит Международный совет по исследованиям и обменам IREX: более 60 % белорусов используют интернет, чтобы получать новости и аналитику [5], однако, как мы показали, не более половины при этом обращаются к отечественным ресурсам.

Насколько правомерно причислять социальные медиа, прежде всего социальные сети, к источнику общественно-политической информации? К маю 2014 г. в социальных сетях было зарегистрировано около половины населения Беларуси [11, с. 119]. Более трети – 35,6 % пользователей Интернета [8, с. 90] и почти половина – 48,2 % пользователей социальных сетей [12, с. 96] рассматривают социальные сети как источник такой информа-

ции. Это подтверждает распространенный в последнее время тезис о росте популярности социальных сетей не только для межличностного общения и реализации досуговых интересов, но и в качестве источника информации по самым разным поводам и проблемам. «Пользователи, в первую очередь молодежь, меняют информационные и развлекательные сайты на социальные сети, которые выступают для них главными источниками информации. ... Многие функции, присущие традиционным СМИ, выполняют и социальные медиа» [3, с. 116]. В Беларуси наиболее распространенными являются такие социальные сети, как «Одноклассники» (70,1 % от числа зарегистрированных в социальных сетях) и «ВКонтакте» (65,4 %), тогда как социальная сеть *Facebook* не только замыкает пятерку лидеров с 4,1 % (все данные за 2014 год [7, с. 82]), но и потеряла с 2012 г. значительную часть своей аудитории (16 %) – а ведь именно данная сеть содержит намного больше общественно-политической и экономической информации, чем любая другая. У пользователей социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте» доминируют социально-демографические характеристики, обычно не предполагающие выраженного интереса к политической и экономической информации: «среднее образование» (80,5 %), «проживание в сельской местности» (82,1 %) – «Одноклассники», «неполное среднее образование» (97,5 %) – «ВКонтакте» [10, с. 156]. Кроме того, у белорусских пользователей степень доверия информации, размещенной в социальных сетях, на четверть ниже, чем информации новостных интернет-ресурсов – 34,3 % по сравнению с 59,3 % [7, с. 79].

Принимая во внимания эти данные, мы можем сформулировать два варианта ответа на вопрос, являются ли социальные сети релевантными источниками новостей и аналитики. Первый касается молодежной аудитории. Для пользователей 16–25 лет социальные сети стали основной коммуникационной средой и источником информации, заменяющим обращение к другим интернет-ресурсам. Молодежь не особенно интересуется политическими или экономическими новостями, но социальные сети выступают для нее своеобразным ключом к новостным сайтам. Френд-лента в социальной сети становится полноценной новостной лентой, аналогичной лентам СМИ. Поэтому интернет-ресурсам новостной и аналитической направленности необходимо адаптировать предлагаемую информацию под требования социальных сетей и активно пользоваться данным каналом информации именно для этой целевой аудитории с учетом ее читательского потенциала. Что же касается взрослых пользователей, то мы прогнозируем повышение их лояльности к новостной информации в социальных сетях, однако они нуждаются в иных, более традиционных формах и каналах получения таких сообщений (интернет-СМИ, специализированные порталы и др.).

На наш взгляд, существует несколько причин, объясняющих недостаточное обращение белорусской аудитории к специализированным отечественным интернет-источникам.

Первая причина – необеспеченность простого и легкого доступа к интернет-каналу для всех жителей страны.

Несмотря на активное развитие инфраструктуры доступа к интернету (емкость внешнего шлюза в 2014 г. по сравнению с 2010 увеличилась более чем в 15 раз), рост числа пользователей сети замедлился. В 2013 г. белорусская интернет-аудитория за год увеличилась на 223 тыс. человек (рост составил 4,8 %), в 2014 г. – на 157 тыс. чел. (2,7 %) [4].

В Беларуси скорость загрузки данных из глобальной сети ниже, чем в соседних странах, а стоимость услуг – выше [4]. Средний показатель качества услуг передачи данных 48 крупнейших интернет-провайдеров Беларуси оценен пользователями в 3,3 балла по пятибалльной шкале [1].

Остается нерешенной проблема обеспечения доступа к интернету всех граждан Беларуси независимо от их возраста и места жительства. Чуть больше половины домашних хозяйств (57,1 % на конец 2014 г.) имеет доступ к услугам сети интернет с домашнего компьютера, а удельный вес таких семей в сельской местности гораздо ниже, чем в городах (39,5 и 63,8 % соответственно) [6, с. 92]. В то же время число пунктов коллективного пользования, предоставляющих услуги по доступу в сеть, снизилось до уровня 2009 г. [4].

Сохраняется «цифровой разрыв» по числу интернет-пользователей между городскими и сельскими населенными пунктами и между столицей и другими территориями. Конкуренция на рынке услуг стационарного широкополосного доступа в сеть наблюдалась в 18 городах, преимущественно в крупных. В остальных населенных пунктах эти услуги оказывает только РУП «Белтелеком», при этом 45 % доходов от оказания услуг передачи данных получены от коммерческой деятельности в Минске [4].

Пользователи старше 55 лет составляют 10,0 % всей интернет-аудитории, доля пользователей старше 65 лет – всего лишь 2,9 % [1]. Национальный статистический комитет приводит следующие данные: среди населения в возрасте 55–64 лет интернет-пользователи составляют 33,3 %, от 65 лет – 10,6 % [6, с. 97]. В целом доля пенсионеров (женщин старше 55 лет и мужчин старше 60 лет) составляет 5,56 % интернет-пользователей Беларуси [4]. В настоящее время наиболее актуальным является прирост абонентов передачи данных путем охвата населения возрастных групп 55–64 года и старше 65 лет (в том числе и с помощью таких проектов в сфере корпоративной социальной ответственности, как «Сети все возрасты покорны» СООО «Мобильные ТелеСистемы»).

Важное значение в обеспечении аудитории простого и легкого доступа к отечественному интернет-контенту имеет наличие специально разработанных приложений, позволяющих оптимизировать получение информации из традиционных СМИ на мобильных устройствах. Все большее количество жителей Беларуси воспринимает информацию из интернета не со стационарных компьютеров, а с смартфонов, планшетов и нетбуков, поэтому печатным и электронным СМИ важно не дублировать информацию на своих сайтах, а диверсифицировать контент, в том числе адаптировать его для восприятия на мобильных устройствах и в социальных сетях (по принципу «меньше текста, больше картинок»). Такая задача была поставлена министром информации Л. С. Ананич на коллегии ведомства 4 февраля 2016 г.: «Печатным СМИ ... важно наращивать интернет-контент, в том числе в социальных сетях. Должны появиться мультимедийные приложения для подписчиков, необходимо эффективно работать с учетом новых современных технологий» [9].

Однако главной, на наш взгляд, проблемой байнета является качество производимого контента, недостаточно конкурентоспособного на фоне как зарубежного, так и транслируемого отечественными телевизионными каналами. Органы государственного управления Республики Беларусь сформулировали задачу следующим образом: «СМИ нужно на порядок эффективнее работать по главной теме – контенту. Это распространяется на мультимедийное пространство, кинопространство, телевидение» [9]. «Мы живем в достаточно конкурентной среде: потребителям доступны тысячи и сотни периодических изданий и телеканалов: как белорусских, так и зарубежных. Именно поэтому нашим медиа необходимо увеличивать количество национального контента» [2].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что на фоне активного развития инфраструктуры и увеличения количества пользователей сети остаются нерешенными проблемы доступа к интернет-каналу всех граждан страны, продуцирования белорусскими массмедиа разнообразной качественной общественно-политической, экономической, культурной информации, адаптированной под специфику мобильных устройств и социальных СМИ. В итоге традиционные медиа, прежде всего телевидение, сохраняют свою ведущую роль в формировании общественного мнения населения Беларуси.

Литература

1. Анализ состояния рынка услуг передачи данных в 2014 году / Оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oac.gov.by/ikt/regulator/analysis.html>. – Дата доступа: 20.09.2016.
2. Ананич, Л. Белорусским медиа необходимо расширять национальный контент / Л. Ананич [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www>.

- belta.by/opinions/view/beloruskim-media-neobhodimo-rasshirjat-natsionalnyj-kontent-5006/. – Дата доступа: 20.09.2016.
3. Градюшко, А.А. Современная веб-журналистика Беларуси / А.А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2013. – 179 с.
 4. Дорошевич, М. Интернет: инфраструктура, пользователи, регулирование / М. Дорошевич, М. Соколова // Белорусский ежегодник – 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belinstitute.eu/sites/biss.newmediahost.info/files/attached-files/yearbook2014.pdf>. – Дата доступа: 20.09.2016.
 5. Индекс устойчивости СМИ Европы и Евразии-2016: Ситуация в секторе СМИ в Беларуси ухудшилась / Thinktanks.by: сайт белорусских исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thinktanks.by/publication/2016/04/29/index-ustoychivosti-smi-evropy-i-evrazii-2016-situatsiya-v-sektore-smi-v-belarusi-uhudshilas.html>. – Дата доступа: 20.09.2016.
 6. Информационное общество в Республике Беларусь: статистический сб. – Минск, 2015. – 131 с.
 7. Медиафера Беларуси: Социологический аспект; под общ. ред. В.О. Дашкевича. – Минск, 2014. – 98 с.
 8. Потенциал солидарности в белорусском обществе: отчет по результатам исследования. – Вильнюс, 2015. – 133 с.
 9. Ананич, Л. Расширение присутствия в информпространстве является основной задачей СМИ / Л. Ананич. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belta.by/society/view/rasshirenie-prisutstvija-v-informprostranstve-javljaetsja-osnovnoj-zadachej-smi-ananich-180256-2016/>. – Дата доступа: 20.09.2016.
 10. Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. материалов социологических исследований за 2014 год; под общ. ред. А. П. Дербина. – Минск: ИАЦ при Президенте РБ, 2015. – 200 с.
 11. Ротман, Д. Г. Информационное поле Республики Беларусь: анализ результатов социологического мониторинга / Д. Г. Ротман, А. В. Посталовский // Социология. – 2014. – № 2. – С. 113–121.
 12. Ротман, Д. Г. Социальные медиа в информационном поле Республики Беларусь // Д.Г. Ротман, А.В. Посталовский, И.Д. Расолько // Социология. – 2014. – № 4. – С. 90–99.

Алег Слук

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АДВЕЧНАЯ ІДЭЯ «НАШАЙ НІВА»

(да 110-й гадавіны нацыянальнай газеты «Наша Ніва»)

«Наша Ніва» ўзнікла ў часе як надзея на гістарычныя перамены, як павеў незвычайнага новага часу, адкрыццё новай старонкі ў гісторыі беларускага народа. Знакамітая газета ў філасофскай парадыгме адкрывала беларускі народ самому сабе і шырокаму свету. Да ўзнікнення нацыяналь-

нага голасу «Нівы...» прыглушана, іншы раз наўмысна і нават абражальна, выказваліся і множыліся эківокі, што «белрускі народ» – гэта нейкая прыдумка нацыяналістаў, а беларуская мова – штучная гаворка, нбыта калька ад рускай, украінскай, польскай і інш. моў. А тут з’явілася «Наша Ніва» і загаварыла ад імя гэтага беларускага народа. Ды як загаварыла! Сцвярджала, што ёсць такі праваслаўны народ, які творыць сваю гісторыю разам з суседнімі славянскімі народамі і нясе паходжанне ад старажытных крывічаў-дрыгавічаў, пестуе сваю рэчаіснасць на сусветным узроўні разам з братнімі рускім і ўкраінскім народамі, і празванне яго – беларусы.

За вякі пражывання на сваёй запаведнай зямлі сфарміравалася спецыфічная мясцовая гаворка, якая мела агульныя рускія карані, але з цягам часу яна ператварылася ў самастойную мову, празваную як і народ, беларускай. «Наша Ніва» вяла дыялог з чытачамі на беларускай мове, фактычна ўпершыню ў гісторыі адкрыта і смела заглядвала ў бліжэйшую будучыню. Такім чынам першае нацыянальнае друкаванае выданне, яшчэ раз падкрэслім, адкрывала свету беларускі народ і фарміравала яго культуру і мову як самую высокую нацыянальную каштоўнасць.

«Нязменны закон, – гаварылася ў артыкуле «Ці маем права быць беларусамі?», – якім кіруецца ўвесь свет: ствараць культурныя рэчы ўсвятнай вартасці можна толькі ў сваёй роднай мове... Замяніць жа народу яго мову – гэта значыць забіць душу таго народа, яго асобую творчую здольнасць» (Наша ніва, 1906, № 7, С. 4.).

Апроч сцвярджання сваёй роднай мовы, існавання беларускай нацыі і народа, «Наша ніва» вылучыла ідэю ўтварэння сваёй нацыянальнай беларускай дзяржавы. Вядома, што беларусы мелі сваю, ад Бога і гісторыі атрыманую і тапанімічна вызначаную тэрыторыю, але з часоў існавання Вялікага княства Літоўскага не маглі па розных гістарычных прычынах стварыць сваю дзяржаўнасць.

Цяпер настала пара засяваць сваю беларускую ніву, бо яна закаласілася ў гісторыі вызначальнымі аксіялагічнымі прыкметамі: склалася гутарковая і замацоўвалася літаратурная мова, беларусам належала, паўторымся, вызначаная канкрэтнымі межамі гістарычная тэрыторыя, і аб’ектыўна вынікала, што ім для поўнапраўнага развіцця на еўрапейскім абшары патрэбна стварыць сваю дзяржаву. Гэта ідэя была вызначальнай не толькі ў змесце газеты, але стала асноўнай для існавання і развіцця інтэлектуальнай часткі беларускага грамадства.

Падкрэслім цікавую дэталю. Ідэя стварэння беларускай дзяржавы была звышрэвалюцыйнай: вядома, што бальшавікі ставілі саёй мэтай звяржэнне абсалютызму ў Расійскай імперыі, а партыя Сацыял-дэмакратычная грамада на тэрыторыі Беларусі (Паўночна-Заходняга краю) імкнуліся стварыць

сваю дэмакратычную дзяржаву. Зусім невыпадкова ў 1918 г., у час нямецкай акупацыі тэрыторыі Беларусі, нацыянальна-дэмакратычныя сілы зрабілі спробу стварыць БНР – Беларускаю Народную Рэспубліку. Гэта быў першы, але ўжо практычны вынік рэвалюцыйнай барацьбы нацыянальна-дэмакратычнага руху ў новы час. Потым была абвешчана Беларуская савецкая сацыялістычная рэспубліка (БССР) як устойлівае дзяржаўнае ўтварэнне ў складзе СССР.

«Наша Ніва» не толькі назвала наш народ беларускім. Рэдакцыя газеты і яе шматлікія аўтары і супрацоўнікі сваімі творамі фарміравалі высокую нацыянальную свядомасць. Газета стварала новы вобраз беларуса. Састарэлы вобраз – «народ, беларускі народ! ты цёмны, сляпы, быццам крот» – адыходзіў ў незайдросную гісторыю. Яму на змену прыходзіў новы чалавекстваральнік, прагназаваны ў спецыфічным паэтычным гімне: «А хто там ідзе, у агромністай такой грамадзе? – Беларусы!»

Абодва вядомыя творы напісаны самымі знакамітымі аўтарамі «Нашай Нівы». Першы належыць маладому светачу беларускай паэзіі Максіму Багдановічу, які, між іншым, непрацяглы час жыў на маёй радзіме на Асіпоўшчыне. Я нават помню той вялікі дом у вёсцы Вяззе, дзе жыла сям’я Багдановічаў, а цяпер на тым месцы пабудаваны шыкоўны палац мясцовага лясныцтва, на якім як напамін аб Максіму Багдановічу прыладжана мемарыяльная дошка.

Аднак вернемся да зместу памянёнага верша. Такія, у нейкім сэнсе нават абразлівыя словы беларускага паэта, дзіўна спакойна ўспрымаць у агульным мілагучным яго спевае. Але такая роспач ідзе не толькі ад сэрца песняра, а ад агульнай беларускай бядоты таго часу, ад чаго ён рашуча патрабуе адмовіцца дзеля свабоды і шчасця, якіх беларусы несумненна заслужылі ў гістарычным абсягу. Пагэтаму Багдановіч і сцвярджае, што хопіць цяпрпець абразы і векавечны прыгнёт, жыць у цемры і бядоце, перажываць сацыяльную знявагу, што пара ўсвядоміць сваё шчаслівае месца пад сонцам і жаданне «людзьмі звацца!», да чаго заклікаў вялікі Янка Купала.

Рознымі вобразамі знакамітыя творцы фармулююць ідэю свабоды і нацыянальнага гонару, выказваюць арганічнае пачуццё і імкненне кожнага беларуса да свабоды і справядлівасці. У такім ракурсе эмацыянальнага ўзвышэння фарміравалася новая філасофія жыцця і дзейнасці беларускага грамадства. «Наша Ніва» свядома адводзіла сваіх чытачоў ад стану бязлікага, у асноўным сельскага, насельніцтва, якое ў класавай тэорыі вызначалася як сялянства са своеасаблівымі атрыбутамі прыналежнасці да катаржнай паўсядзённай працы, заўсёднай беднасці, непісьменнасці, бескультур’я і пажыццёвай зневажальнай мянушкай ад панства – «быдла».

На гістарычную арэну, паказвала «Наша Ніва», выходзіў беларускі народ! Гэта зусім новая сацыяльная супольнасць, арганізаваная, высокасвядомая, адукаваная, годная, адказная і рашучая рэвалюцыйнымі дзеяннямі і магчымасцямі грамадскае аб'яднання. Не ўсе гэтыя якасці маглі праявіцца ў беларусаў у адначасе, але рэдкалегія «Нашай Нівы» распачынала эпохальную выхаваўча-прапагандысцкую работу і няўхільна праводзіла рэвалюцыю свядомасці, не адхіляючыся ад маральна-этычных, гістарычных, творчых, стваральных каштоўнасцей беларускага народа і замацоўваючы разуменне свайго месца чалавека ў жыцці, нацыянальнай і сусветнай гісторыі.

Ідэалогія фарміравання сучаснага цывілізаванага вобраза беларускага народа будзе паспяхова працягнута пераемнікам нашаніўскай патрыстычнай традыцыі – масавым беларускім свецкім друкам, дзе вобраз стваральнага беларускага народа атрымае сваё мастацкае і сацыяльна-палітычнае завяршэнне.

Гэта вельмі істотная рыса дзейнасці першай газеты. Можна, нават у гэтым было піянерскае і высокакаштоўнае прызначэнне нацыянальнага выдання і незвычайнае адкрыццё таленавітай рэдакцыі.

«Наша Ніва» на самой справе неацэннае адкрыццё ў працэсе развіцця беларускай культуры. Яе з'яўленне – гэта аб'ектыўны вынік рэвалюцыйнага часу. Але яшчэ больш каштоўныя адкрыцці рэдкцыі самой газеты. Першае з іх – незвычайна вобразная змястоўная назва. Гаворачы каратка, то «ніва» – гэта тое святое месца, адкуль пачынаецца жыццё, там чалавек творыць хлеб, адтуль ідзе жыццёвая энергія, множацца пакаленні народа-стваральніка, развіваецца гісторыя, навука, культура і мастацтва, каласіцца багаццем колераў існавання чалавека ў Божай калысцы. І ўсё гэта «Наша ніва!» Яна каласіцца пад нашымі рукамі, і там прадаўжаецца жыццё чалавека, народа, нацыі!

Другое адкрыццё – гэта прадстаўленне чалавецтву беларускага народа, як мы гаварылі вышэй, які займае Богам даную зямлю пад сонцам і ўквячае там сваю каласістую ніву ўжо не адно тысячагоддзе. Беларускі народ бласлаўлены, мудры, творча багаты. Праслаўлены святымі мудрацамі К. Тураўскім, Е. Полацкай, Ф. Скарынам, С. Будным, С. Полацкім, шэдэўрамі мастацтва і архітэктуры: Каложскай царквой, Сафійскім саборам, Нясвіжскім і Мірскім замкамі, удзелам у эпохальных перамогах – Лёдавай, Кулікоўскай, Грунвальдскай.

Помніцца праз усё жыццё патрыстычны спеў народнага паэта Я. Купалы, рэдактара «Нашай Нівы» ў гады Першай сусветнай вайны: «Пад Грунвальдам білі, на возеры Чудскім, не даўшы надзець на сябе кайданы...». Так мужна гучыць гімн беларускай гісторыі. Гучыць не як прыгожы міф. А як слава продкаў, як рэальная гераічная праўда гісторыі, як прыклад нескаронасці беларускага народа перад варварамі праз вякі.

Гераізм, магутная барацьба за свабоду стала адной з галоўных адметных рыс характару беларускага народа. Гэта несупынна падкрэслівала і прапагандавала «Наша Ніва».

Рэдакцыя адкрывала перад аўдыторыяй вытокі нацыянальнага мастацтва. Вакол газеты аб'ядналіся нааўныя творчыя сілы. Толькі літаратараў, якія імкнуліся наладзіць праз газету нацыянальны хор паэзіі, прозы, драматургіі, налічвалася каля ста чалавек. Гэты харавы спеў беларускага мастацтва, распачаты «Нашай Нівай», у савецкі час не толькі моцна прадоўжыўся, а нават набыў сусветнае гучанне і прызнанне.

Адно тое, што мастацкую ніву засявалі класікі беларускай літаратуры Я. Купала, Я. Колас, Ц. Гартны і інш., паказвае, якім каштоўным і каласістым было нацыянальнае мастацтва, то прарастала ў «Нашай Ніве». У газеце фарміравалася эстэтыка паэтычнага і публіцыстычнага слова, выкрышталізаваліся жанры беларускай журналістыкі, прозы і паэзіі. Узровень нашаніўскага нацыянальнага мастацтва сведчыў, які вялікі культуралагічны патэнцыял захоўваецца ў таленце народа, і адначасова паказваў нерэалізаваныя магчымасці імклівага руху беларусаў па шляху прагрэсу.

«Наша Ніва» прапанавала аўдыторыі акрэсленую праграму сацыяльна-эканамічных пераўтварэнняў, каб выкарыстаць палітычныя асаблівасці рэвалюцыйнага часу. Гэта праграма складалася з двух палітычных напрамкаў – рэканструкцыі грамадска-палітычных адносін на аснове дэмакратычных прынцыпаў пасля першай рэвалюцыі ў Расіі і развіцця палітычнага працэсу да лагічнага яго завяршэння і стварэння самастойнай беларускай дзяржавы.

Патрэбна адзначыць і падкрэсліць важнасць і прагрэсіўнасць палітычнай праграмы рэдакцыі газеты. Эпахальных пераўтварэнняў прапанавалася дасягнуць у першую чаргу эвалюцыйным шляхам, хаця рэвалюцыйныя метады барацьбы таксама не адмаўляліся і іх неабходнасць дыктавалася складанымі грамадска-палітычнымі абставінамі таго часу.

Каштоўнасць дзейнасці рэдакцыі газеты «Наша Ніва» з часам не зніжаецца. Яе ідэі застаюцца класічнай спадчынай і не губляюць сваёй актуальнасці і цяпер. Таленавітыя творцы, якія стварылі газету-шэдэўр, наблізіліся да асэнсавання тэорыі беларускай нацыянальнай ідэі, паказалі, што для яе абвясчэння неабходна, каб беларускі народ вызначыў свае галоўныя каштоўнасці: родную мову, свядомую нацыю і неабходнасць заснаваць свабодную і незалежную дзяржаву. На гэтым магутным падмурку існавання беларускага народа аб'ектыўна грунтуецца нацыянальная ідэя: свабода, незалежнасць, справядлівасць!

У вершы-прысвячэнні «Нашай Ніве» (1911) духоўны настаўнік беларускага народа Янка Купала прароча напісаў:

Ночка цёмная на свеце

*Вечна не начуе;
Зерне, кінутае ў ніву,
Ўсходзіць ды красуе.*

Сёння беларуская ўрадлівая ніва красуе для сучаснікаў гераічнай гісторыяй, свабоднай дэмакратычнай сучаснасцю і пажаданай шчаслівай будучыняй, да чаго імкнуліся і дзеля чаго працавалі стваральнікі газеты «Наша Ніва».

Владимир Степанов

Белорусский государственный университет

ОБРАЗ БЛОГЕРА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Хотя формально под блогерами понимаются «люди, которые ведут блоги или публикуют онлайн-дневники» (Dictionary.com), их цели и мотивы настолько разнятся, что их объединяет лишь род занятий – производство медиапродукта и технология его создания – социальные медиа. Творческий энтузиазм масс привел к появлению самых разных социальных практик, объединенных под зонтичным термином «блогерство»: от ведения дневника «для себя», до политической агитации на возмездной основе; от публикации любительских рассказов и стихов, до занятий полупрофессиональной журналистикой.

Тем не менее, в массовой культуре сформировался определенный образ блогера, который отличается своеобразием. Для определения и уточнения этого образа был предпринят анализ базы описаний фильмов на сайте «Кинопоиск» (ключевое слово «блогер») и реестра проекта Аненбергской школы коммуникаций «Образ журналиста в популярной культуре» (www.ijrc.org). В последнем содержатся сведения о 370 произведениях литературы и кино, в которых фигурируют блогеры (blogger).

В большинстве произведений массовой культуры блогеры встречаются в эпизодических ролях, введение их образов – дань популярному увлечению аудитории. Гораздо реже блогинг выступает важным элементом, с помощью которого раскрывается характер персонажа или раскручивается пружина сюжета. Например, создатель скандального блога «Сплетница» в одноименном телесериале (Д. Шварц, 2007 – 2012) – начинающий писатель Дэн Хамфри, выходец из небогатой семьи, который учится в школе с детьми американской элиты и мечтает попасть в мир «золотой молодежи». Блог, тиражирующий сплетни, которые определяют отношения подростков между собой, и интрига вокруг его создателя – один из движителей сюжета. Для Хамфри блог становится способом получить социальный капитал («Все это

время к меня было больше власти, чем у вас», – признается он друзьям) и в конечном счете обрести счастье.

Художник-мизантроп с неудавшейся карьерой и личной жизнью, главный герой романа Н. Лейрда «Ошибка Гловера» (N. Laird, Glover's Mistake, 2009) ведет блог TheDampReview, где выступает критиком, рефлексировав на темы искусства. Такой прием позволяет не только раскрыть переживания героя, но и противопоставить его серую жизнь онлайн-активности (магистральная тема современного искусства – «подмена реальности виртуальностью»). В женском романе «Что-то новенькое» (T. Janis, Something New, 2012) героиня, пресыщенная размеренной семейной жизнью, решает с помощью блога личностный кризис: начав вести анонимный журнал SomethingNewAt42, она постепенно обретает уверенность и находит себя.

Образы блогеров, как правило, обладают рядом схожих характеристик.

1. Склонность к творчеству и самовыражению. Например, достаточно проработаны образы видеоблогеров – начинающего режиссера Холдена и его подруги, которая скрывается под псевдонимом Плакучая Ива (Weeping Willow), – в американском процедурале «Закон и порядок: преступное намерение» (6 эпизод, 10 серия, 2006). Герои разыгрывают похищение и в качестве выкупа просят скачать 100 тыс. серий блога – по \$1,99 за каждую. Если Холденом, бывшим студентом киноакадемии, работающего осветителем у своих сверстников, движет жажда творческой самореализации, то для Плакучей Ивы, болезненно застенчивой и воспитанной в строгости девушкой из деревни, – это путь к славе. Блог для обоих выступает способом дешево и быстро обрести популярность.

2. Активная гражданская позиция. Главная героиня сатирического романа К. Бакли «День бумеранга» (C. Buckley, Boomsday, 2007) Кассандра Девайн – молодой PR-специалист, которая по ночам ведет блог под названием CASSANDRA. Движимая различными мотивами она выступает против старшего поколения («бэби-бумеров»), обвиняя его в социальных проблемах, захлестнувших США. В блоге Кассандра выступает с абсурдной инициативой – ввести налоговые льготы для людей, которые убьют себя до того, как достигнут возраста 75 лет – и получает неожиданную поддержку масс [2]. На фоне волны интереса к Кассандре приходит более 2 млн электронных писем, она вынуждена нанять пятерых сотрудников для обновления блога. СМИ называют ее «Эйн Рэнд блогосферы». Блогер здесь – синоним человека с активной гражданской позицией, который обрел мощный медийный инструмент для ее выражения.

3. Проницательность, настойчивость, преодоление преград. Герой книги «Дикая жизнь» (L. Grant, The Wildlife, 2014) успешно разыскивает пропавшего миллионера в диких лесах Аляски. Протагонист романа-триллера

Д. Хэндлера «Нажми, чтобы проиграть» (D. Handler, Clicktoplay, 2010) – политический блогер-расследователь ГюнтЛиблинг, который пытается раскрыть жуткое убийство. Символично, что это дело ему передает хотя и опытный, но престарелый журналист, который слишком немогуч для таких авантюр.

В культурном пространстве литературы и кино блогеры так или иначе противопоставляются профессиональным журналистам. Иногда сюжет и характеры героев определяются этим контрастом. Например, в повести Л. Уайлд «Единственно твой» (L. Wilde, Exclusively Yours, 2011) автор сталкивает между собой журналистку Оливию и блогера Николаса, которые конкурируют за право подготовить эксклюзивный материал [3]. Оливия – потомственный журналист с прекрасным образованием, «старомодная» девушка с репутацией «синего чулка», которая не любит «противных» блогеров. Николас – ее антипод: остроумный, веселый, он бросил учебу ради юмористического блога ManAboutTexas. Играя на контрастах, Л. Уайлд представляет журналистику как воплощение стандарта, нормы, а блогинг – как их разрушение, трикстерство.

Чаще всего конфликт между блогером и журналистом укладывается в несколько схем.

1. Блогер – это «недожурналист». При такой схеме блогер представлен любителем, начинающим публицистом или писателем (иногда – графоманом), который при условии упорного труда или счастливого стечения обстоятельств может «вырасти» до сотрудника СМИ. Блогосфера, таким образом, – пограничное пространство между СМИ и аудиторией, место для «вербовки» талантов и ярких личностей.

Главная героиня молодежной комедии «Таптал» (Р. Дорофеев, 2014) Яна ведет популярный блог на якутском портале. Его редактор предлагает героине стать штатным автором – и просит в качестве экзамена подготовить материал в духе журналистского расследования. Аналогичную схему встречаем в романе А.Л. Михаэль «Последнее слово» (A.L. Michael, TheLastWord, 2014): героиня начинает карьеру как популярный блогер в Twitter с «сотнями фолловеров и легионами молодых фанов», впоследствии «дорастая» до работы веб-журналиста. При этом может случиться и обратная ситуация – в мелодраме Э. Гульд «Дружба» (E. Gould, Friendship, 2014) персонаж Эми не смогла стать автором известного сайта и довольствуется тем, что «ведет третьеразрядный блог».

2. Блогер – это «новый журналист». В этом случае блогер противопоставляется сотрудникам традиционных СМИ, которые скованы стандартами, цензурой, волей спонсора. В фантастическом романе-триллере «Корм» (M. Grant, Feed, 2010) описано децентрализованное американское общество

2040 г., в котором журналистов заменили блогеры. Во время зомби-апокалипсиса, вызванного загадочным вирусом, СМИ под давлением заинтересованных группировок не отреагировали должным образом – и дискредитировали себя в глазах общества. Блогеры оказались быстрее, точнее и стали главным источником информации о катастрофе, сумев помочь многим спастись [4].

Роль глашатая масс, «антенны нации», противостоящего коррумпированной системе отводится блогерам достаточно часто. Правдоискатель-одиночка, вооруженный блогем идет на большой риск ради своих идеалов: «люди должны знать правду», – убежден персонаж сериала «Говорящая с призраками» (3 сезон, 14 эпизод). Блогер Мэтт Бернс из криминального сериала «Морская полиция» (7 сезон, 3 эпизод) – активный критик правоохранителей, по их мнению – «мерзавец, который постоянно поливает их грязью в интернете». Однако, его расследование и трагическая гибель во время встречи с информатором, заставляет следователей снова вернуться к закрытому делу и выяснить, наконец, правду.

Вленте С. Содерберга «Заражение» (2011) эта концепция усложнена. Алан Крумвид (Д. Лоу) считает себя профессиональным журналистом, который несет правду 12 млн читателям своего блога. Во время вспыхнувшей эпидемии Крумвид обвиняет во всем власти и выступает классическим приверженцем «теории заговора». Его одержимость и талант демагога, безусловно, впечатляют. Однако, светлый образ «чудака-правдоискателя» меркнет, когда выясняется, что Крумвид не просто обманщик, который получил \$4,5 млн за рекламу псевдолекарства, но еще и человек, упивающийся своей властью над умами миллионов: «Скажу одно слово – и никто не придет за вакциной!». По словам Д. Лоу, он играл персонажа, который запускает «параллельную эпидемию страха и паники» [1]. В то же время, блогер выступает голосом аудитории, артикуляцией ее страхов, надежд и сомнений в условиях, когда нет доверия СМИ.

Однако все чаще создатели фильмов и книг уходят от дихотомии «блогер – журналист» и представляют блогинг как самостоятельное и своеобразное явление. Например, героиня телефильма «Продолжая бороться» (Т. Дюбуа, 2011) Амелия, пережившая однажды домашнее насилие, ведет колонку в газете, пытаясь помочь женщинам, которые сталкиваются с подобной проблемой. В какой-то момент Амелия запускает самостоятельный проект – блог, в «который пишет, что у нее на душе». Крупная компания ModernMediaWorks готова перекупить блог и продюсировать автора, превратив ее в персону шоу-бизнеса. В киноленте затрагивается актуальная для блогеров тема: хотя маркетологам все равно, что пишет Амелия «до тех пор пока ее читают и кликают почаще», автор переживает, что коммерциализация блога может лишить ее творческой свободы.

Літэратура

1. Contagion. Production notes [Электронный ресурс]. – режим доступа: www.visualhollywood.com/movies_2011/contagion/notes.pdf. – дата доступа: 01.07.2016.
2. Edelstein J.H., America 2011 [Электронный ресурс]. – режим доступа: www.theguardian.com/books/2007/nov/25/fiction.features2. – дата доступа: 01.07.2016.
3. Synopsis Samples [Электронный ресурс]. – режим доступа: wildelori.blogspot.com.by/p/synopsis-samples.html. – дата доступа: 01.07.2016.
4. Thea J., Book review: Feed by Mira Grant [Электронный ресурс]. – режим доступа: www.thebooksmugglers.com/2010/05/book-review-feed-by-mira-grant.html. – дата доступа: 01.07.2016.

Валерый Талкачоў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ГАЗЕТА «НАША НІВА» Ў ФАРМІРАВАННІ І РАСПАЎСЮДЖВАННІ БЕЛАРУСКАЙ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ ІДЭІ

Да канца XIX – пачатку XX ст. дзякуючы намаганням і плённай працы баларускіх літаратараў, грамадскіх дзеячаў, палітыкаў, публіцыстаў і навукоўцаў (К. Каліноўскі, Ф. Багушэвіч, А. Пашкевіч (Цётка), народніцкая група «Гоман», М. Доўнар-Запольскі, Я. Карскі, А. Луцкевіч, Я. Лёсік, В. Ластоўскі і інш.) былі сфарміраваны асноўныя палажэнні беларускай нацыянальнай ідэі:

беларускі народ з’яўляецца самастойнай нацыяй, якая, маючы славянскія карані, мае права на самастойнае і незалежнае існаванне;

беларускі народ валодае своеасаблівай і самабытнай этнаграфіяй і культурай, у аснове якіх палягаюць уласцівыя толькі яму традыцыі фальклорна-літаратурнай спадчыны;

беларускі народ мае ўнікальную гісторыю, насычаную славытымі і трагічнымі падзеямі, барацьбой за незалежнасць;

беларуская мова з’яўляецца найстаражытнейшай у асяроддзі славянскіх моў, мае пэўныя асаблівасці, выступае як самастойная нацыянальная мова, якая адлюстроўвае каштоўнасці і светапогляд беларускага народа.

Далейшае развіццё ідэі беларускай дзяржаўнасці, распрацоўку іх грамадска-палітычнай накіраванасці і магчымасці практычнай рэалізацыі атрымалі ў праграмных дакументах першай беларускай палітычнай партыі Беларуская Сацыялістычная Грамада, выказваннях і творах яе стваральнікаў і кіраўнікоў (А. Луцкевіч, І. Луцкевіч, А. Бурбіс, В. Ластоўскі, Ф. Стэцкі,

3. Жылуновіч і інш.). Дзеячы БСГ бачылі магчымасць рэалізацыі гэтай ідэі першапачаткова ў складзе дэмакратычнай федэратыўнай Расійскай дзяржавы. «Праграма БСГ, – успамінаў А. Луцкевіч, – стаяла на грунце аўтанамічна-федэратыўным адносна да Расіі і ўсіх яе народаў, трэбавала нацыянальных свабод для беларусаў (беларускія школы, правоў для мовы), выступала проці самадзяржаўнае ўлады і за дэмакратычны лад, трэбавала для сялян зямлі, для работнікаў – фабрык і заводаў» [1, с. 72].

Адзін з лідараў БСГ Я. Лёсік галоўнае ў працэсе развіцця ідэі беларускай дзяржаўнасці ў 1905–1907 гг. бачыў у абуджэнні нацыянальнай самасвядомасці беларускага народа, цікавасці да гісторыі, паважлівых адносін да беларускай мовы. «Пачэснае імя «беларус», – пісаў ён, – вымагае дзела, яно накладвае на нас святую павіннасць працаваць на карысць свайго краю; шырыць свядомасць паміж бязбожна знядбаных, блудзячых у цемры братоў сваіх. Трэба будзіць свядомасць нацыянальную і грамадзянскую. Пара ўжо ўцяміць, што нацыянальна несвядомы народ – грамадзянска цёмны народ» [2, с. 121].

Далейшаму распаўсюджванню і фарміраванню беларускай нацыянальна- дзяржаўнай ідэі ў найбольшай ступені садзейнічала газета «Наша Ніва» (1906–1915 гг.) З выхадам газеты звязаны распрацоўка такіх важных накірункаў гістарычнага працэсу, як нацыянальная самасвядомасць, нацыянальная культура і дзяржаўнасць, якія выступаюць неабходнымі элементамі разумення яго заканамернасцяў, тэндэнцый і сямірачэнасцей. «Каб паўней выявіць тое значэнне, якое мела для прабуджэння беларускага адраджэнскага руху «Наша Ніва», – пісаў А. Луцкевіч, – трэба адзначыць тых тысячы невядомых рэдакцый асабіста сялян і работнікаў, вучыццалёў, працоўных інтэлегентаў і студэнтаў, якія слалі свае карэспандэнцыі, вершы, артыкулы, дый проста пісьмы – з просьбай аб раду і ідэйнае кіраўніцтва. Трэба адзначыць велізарны ўплыў газеты на школьную моладзь – вучняў гімназіяў, віленскае хіміка-тэхнічнае школы, праваслаўнае духоўнае семінарыі. Трэба адзначыць і тое, што тут атрымалі сваё «беларускае хрышчэнне» цэлы рад больш ці менш выдатных беларускіх дзечкоў, пачэснае імя ў гісторыю беларускага адраджэнскага руху» [1, с. 165].

Галоўнымі мэтамі выдаўцоў «Нашай Нівы» з’яўляліся наступныя: дапамагчы беларускаму народу вызначыцца з пазіцыяй нацыянальнай самасвядомасці і самасцвярджэння; усведамлення важнасці стварэння незалежнай беларускай дзяржавы. У праграмнай заяве рэдакцыі газеты сцвярджалася, што яна «будзе служыць усяму скрыўджанаму беларускаму народу», пастараецца быць «люстэркам жыцця». «Мы будзем старацца, каб усе беларусы, што не ведаюць, хто яны ёсць, зразумелі, што яны беларусы і людзі» [3, с. 1].

У справе палітычнай асветы народных мас вялікую ўвагу «нашаніўцы» надавалі выбарам у Дзяржаўную Думу Расійскай імперыі і парламецкім сродкам барацьбы за народную падтрымку. У адным з рэдакцыйных артыкулаў падкрэслівалася, што ў Думу патрэбна «на валасных сходах выбіраць людзей смелых, разумных, каторыя цяпелі за праўду і не пабаяцца нічога... А галоўнае, каб былі разборныя, разумныя і цвёрда стаялі за народ» [4, с. 1].

У будучым уладкаванні беларускай тэрыторыі, стваэнні сваёй дзяржаўнасці «нашаніўцы» важную ролю надавалі мясцоваму самакіраванню і звязанай з ім адукацыі народных мас. У артыкуле «Аб земскім самакіраванні ў Беларусі» рэкамендавалася ў земскае смакіраванне выбіраць «добрых людзей з мужыкоў. Тады яны шчыра будуць працаваць, каб падняць культуру і брацтва народа і завясці добрыя парадкі» [5, с. 8].

Ідэю мясцовага самакіравання «Наша Ніва» звязвала з развіццём беларускай мовы: «У роднай мове сваёй беларус усё лепш разумее, што тая мова – гэта яго душа, сэрца, усё што ёсць самае блізкае і дарагое чалавеку». У той жа час газета рэзка выступала супраць тых асоб, якія імкнуліся прынізіць, ачарніць беларускую мову, называлі яе «хамскай», «брыдкай», лічылі, што на ёй нельга размаўляць з вучонымі людзьмі, пісаць кнігі і артыкулы. Даючы адпор такім крытыкам, газета сцвярджала, што «дзве ці тры сотні гадоў таму назад усе законы і усе казённыя паперы пісаліся ў нас нейначэй, як на нашай мове» [6, с. 3]. У развіцці і ўмацаванні ў шырокіх народных масах павагі і цікавасці да сваёй роднай мовы дзеячы «Нашай Нівы» прадугледжвалі магчымасць таксама абуджэння нацыянальнай свядомасці і стварэння незалежнай беларускай дзяржавы.

Імкнучыся зацікавіць беларускую правінцыю, газета змяшчала даведачны матэрыял для сялян: даваліся парады, як лепш апрацоўваць зямлю, як яе ўгнайваць, розныя настаўленні, рэцэпты, асвятляўся вопыт гаспадарання ў замежных краінах. Пастаянна на старонках газеты друкаваліся кароткія паведамленні пад рубрыкай «З Беларусі і Літвы», карэспандэнцыі з Віленскай, Магілёўскай, Мінскай губерняў, інфармацыя з Капыля, Чашнікаў, Оршы, Гродна і іншых беларускіх гарадоў. У 1909 г. (№ 40) у газеце была надрукавана ананімная паэма «Тарас на Парнасе». У шэрагу нумароў у 1910 г. друкавалася «Кароткая гісторыя Беларусі», якую напісаў В. Ластоўскі. «Кароткая гісторыя Беларусі», выдадзеная затым асобнай кніжкай, выкарыстоўвалася як якасці падручніка для школ. «Можна з вялікай доляй упэўненасці сцвярджаць, што патрэба ў падобным падручніку нацыянальнай гісторыі рэальна існавала, – адзначаецца ў калектыўным даследаванні «Гісторыя беларускай дзяржаўнасці ў канцы XVIII – пачатку XXI ст.», – бо ўласная гісторыя прымушала задумацца пра ўласную дзяржаўнасць» [7, с. 262].

На працягу 1906–1909 гг. «Наша Ніва» надрукавала 906 карэспандэнцый з 489 розных вёсак і мястэчак Беларусі, 246 вершаў 61 паэта і 98 апавяданняў 38 пісьменнікаў [8, с. 5]. У 1910 г. было надрукавана 666 карэспандэнцый з 320 вёсак і мястэчак, у тым ліку: віленская губернія – 229, Мінская – 208, Гродзенская – 114 [9, с. 412].

Пад уплывам «нашаніўскай» ідэалогіі і культурніцкай працы ўзніклі маладзёжныя гурткі «Гурток беларусаў у Капылі», «Беларускі гурток» у Вільні, гурток чытачоў «Нашай Нівы» ў мінскай духоўнай семінарыі, «Гарадзенскі гурток беларускай моладзі», «Беларускі гурток» студэнтаў Юр'еўскага ўніверсітэта, «Беларускі літаратурна-навуковы гурток студэнтаў Санкт-Пецярбургскага ўніверсітэта». «Гэта сведчыць пра тое, што пэўная частка беларускага грамадства пачынала ўспрымаць нацыянальныя лозунгі і імкнуща да іх пашырэння і практычнай рэалізацыі» [7, с. 262-263].

Некаторыя вынікі развіцця беларускага нацыянальнага руху ў 1905–1908 гг. былі падведзены ў рэдакцыйным артыкуле ў лістападзе 1910 г. У ім сцвярджалася, што «з кожным годам беларускі рух прыносіць нешта новае, захоплівае новыя бакі нашага жыцця. І мы верым, што, развіваючыся ўсестаронна, беларускі народ цвёрдай і смелай ступою пойдзе па шляху да сваёй мэты – адраджэнне нацыянальнай культуры, нацыянальнай душы, – і мэты гэтай, – з кожным крокам упярод – будзе прыцягваць новыя грамады сыноў Маткі- Беларусі» [10, с. 1].

Пачатак Першай сусветнай вайны (жнівень 1914 г.) і правядзенне ваенных дзеянняў на тэрыторыі Беларусі, а затым акупацыя германскімі войскамі Віленскай, Гродзенскай і часткі Мінскай губерняў вымусілі выдаўцоў спыніць выпуск газеты «Наша Ніва». Гэта адмоўна сказалася ў цэлым на развіцці беларускага нацыянальнага руху, прыпыніла на некаторы час яго актыўную фазу.

«Значэнне «Нашай Нівы» ў беларускім адраджэнні велізарнае, – адзначаў вядомы беларускі гісторык М. Доўнар-Запольскі, – яна аб'яднала вакол сябе беларускія літаратурныя сілы. Самім фактам свайго з'яўлення яна выклікала да жыцця новыя таленты. Сярод блізкіх яе супрацоўнікаў мы бачым Цётку, Ядвігіна Ш., Янку Купалу, Якуба Коласа, Альберта Паўлоўскага, Цішку Гартнага, Максіма Багдановіча, Максіма Гарэцкага, Алеся Гурло, Змітрака Бядулю і інш.» [9, с. 412].

Аб'яднаўшы перадавыя сілы беларускага грамадства, газета «Наша Ніва» праводзіла змястоўную працу па актывізацыі нацыянальнай справы, развіцці і пашырэнні ўжывання беларускай мовы, абуджэнні нацыянальнай самасвядомасці, пачуцця патрыятызму. Абапіраючыся на яе шырокую і праўдзівую інфармацыю, «мужык пачуў сябе чалавекам, чалавекам-беларусам. Кожны крок наперад па дарозе да адраджэння беларускай нацыянальнай

культуры набліжае той час, калі беларусы ў сям’і братніх народаў перастануць лічыцца пасынкамі, калі счэзне апошняя спадчына паншчыны – пагарда да сваёй Радзімы», – прароча сцвярджалася ў адным з артыкулаў «Нашай Нівы».

Такім чынам, аргументаваныя і змястоўныя публікацыі аўтараў «Нашай Нівы» ў абарону правоў беларускага народа і яго чалавечай годнасці, абгрунтаванні і распаўсюджванні ідэі аб’яднання беларускай нацыі і яе правоў на стварэнне незалежнай дзяржавы, стваралі добрыя перадумовы для практычнай рэалізацыі гэтай высакароднай мэты. Супрацоўнічаючы з настаўнікамі, фельчарамі, пісарамі, аграномамі і іншымі прадстаўнікамі сельскай інтэлігенцыі, газета ставіла сваёй мэтай данесці да беларускага народа ідэі сацыяльнай роўнасці, неабходнасці развіцця мясцовага самакіравання, палітычнай актыўнасці як важных крокаў на шляху фарміравання беларускай нацыі, усведамлення ёй ідэі нацыянальнага самавызначэння і стварэння незалежнай беларускай дзяржавы.

Аналізуючы ўвесь спектр шматграннай працы калектыва «Нашай Нівы», можна з упэўненасцю канстатаваць, што аснова будучай беларускай дзяржаўнасці была закладзена плённай і нястомнай працай «нашаніўцаў» і іх паплечнікаў, адданных патрыётаў сваёй Радзімы-Беларусі.

Літаратура

1. Луцкевіч, А. Да гісторыі беларускага руху / А. Луцкевіч. – Вільня: Інстытут беларусістыкі, 2010. – 345с.
2. Лёсік, Я. Творы. Аповяданні. Казкі. Артыкулы / Я.Лёсік. – Мінск, 1994. – 335с.
3. Наша Ніва. – 1906. – 10 (23) лістапада. Факсім. выд. Вып. 1. – Мінск: Тэхналогія, 1992.
4. Наша Ніва. – 1907. – 20 ліпеня. Факсім. выд. Вып. 1. – Мінск: Тэхналогія, 1992.
5. Наша Ніва. – 1908. – 22 мая. Факсім. выд. Вып. 1. – Мінск: Тэхналогія, 1992.
6. Наша Ніва. – 1906. – 8 (21) снежня. Факсім. выд. Вып. 1. – Мінск: Тэхналогія, 1992.
7. Гісторыя беларускай дзяржаўнасці ў канцы XVIII – пачатку XXI ст. У 2 кн. Кн.1. / А.А. Каваленя [і інш.]; рэдкал.: А.А. Каваленя [і інш.]; Нац. акад. навук Беларусі, Ін-т гісторыі. – Мінск: Беларус. навука, 2011. – 584 с.
8. Наша Ніва. – 1909. – 12 (25) лістапада. Факсім. выд. Вып. 2. – Мінск: Тэхналогія, 1996.
9. Доўнар-Запольскі, М.В. Гісторыя Беларусі / М.В.Доўнар-Запольскі // Беларус. энцыкл., Нац. арх. Рэспублікі Беларусь; пер. з рус. Т.М. Бутэвіч, Т.М. Кароткая, Е.П. Фешчанка. – Мінск: БелЭн, 1994. – 510 с.
10. Наша Ніва. – 1910. – 11 лістапада. Факсім. выд. Вып. 3. – Мінск: Тэхналогія, 1998.

Татьяна Трачук

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко

УКРАИНСКО-БЕЛОРУССКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ГАЗЕТА «НАША НИВА»

Отмечая 100-летний юбилей первых независимых белорусских газет «Наша доля» и «Наша Ніва», общественность Украины с удовольствием вспоминает тот факт, что появление в 1906 г. на поле европейской общественно-политической борьбы этих газет революционно-демократического направления было благосклонно воспринято прогрессивными кругами как подросийской, так и подавстрийской (Западной) Украины.

Уже 19 сентября киевская украинская газета «Рада» сообщила читателям: «1 сентября вышли в Вильно газета «Наша доля»... О направлении газеты ярко свидетельствует следующее: первый номер конфисковано по приказу губернатора... разошлось 5000 экземпляров, 5000 было запрещено полицией» [1, с. 251]. О еженедельнике «Наша Ніва», первый номер которого белорусские читатели увидели 10 ноября того же 1906 г., «Рада» сообщила 22 ноября.

Известно, что «Наша Ніва», судьба которой оказалась несколько лучше, чем ее предшественницы, почти девять лет распространяла прогрессивные взгляды не только в Беларуси, но и в других уголках Российской империи, в том числе в Киеве, также имела своих подписчиков и во Львове, который в то время был в составе Австро-Венгерской империи. Интересен такой факт: львовское издание «Русалка» использовало «Нашу Ніву» еще и как источник информации о жизни на Большой, подросийской, Украине и неоднократно перепечатывало материалы, которые были направлены белорусскому еженедельнику его корреспондентами из Киева.

Для украинского читателя и во Львове, и в Киеве, Харькове и Одессе ценным было не только то, что эти независимые белорусские газеты выступали против царского самодержавия и польского шовинизма, против реакции и черносотенного террора, за демократические права белорусского народа, но и то, что они изрядно способствовали развитию экономических, политических и культурных отношений с Украиной, которые, как известно, были начаты с украинско-русскими жителями этого края еще где-то в IX–X веках, то есть в период княжества в Киеве Аскольда и его наследников Олега, Игоря, Ольги.

И хотя в те времена Полоцкое и другие княжества, которые первыми появились на территории нынешней Беларуси, имели постоянные конфликты

с Киевским княжеством, их племена (кривичи, дреговичи, радимичи), продолжая жить своей обычной жизнью, не порывали связей с южными соседями [2]. Как утверждает известный исследователь украинской истории Л. Цегельский: «Наверное, что этим племенам – предкам Белорусинов – выгодно было торговать с Киевом... Днепр был и для них торговым путем к Черному морю и в Грецию, а Киев был главной пристанью и местом сбыта их лесного побора (меда, воска и т. д.). Из Киева же плыла к ним более высокая культура, заимствованная опять же Киевом с юга, из Греции и из Болгарии» [3, с. 22].

С течением веков экономические, особенно культурные отношения белорусов с жителями киевской земли, всей Украины становились все более разнообразными и крепкими. Основой объединения двух соседних народов были, в первую очередь, языковое родство и одинаковые задачи общественно-политического развития. Особенно оживились эти связи во второй половине XIX – начале XX вв., когда возникли общие интересы в борьбе против колонизаторской политики русского царизма.

Этой теме посвятили свои исследования как украинские историки и журналистскоеды Г. Гриценко, С. Злупко, М. Криль, Г. Кудряшов, Я. Мараш, Ю. Мицик, П. Охрименко, так и белорусские ученые Т. Кобржицкая, М. Ларченко, С. Луговцева, В. Рагойша, С. Токт, А. Унучак, В. Филяков и другие.

Изучая их научные труды, а также работы других исследователей истории Беларуси, публикации в прессе о разносторонних украинско-белорусских отношениях, выделим наиболее характерное в них, то, о чем не раз говорилось на страницах «Нашей Нівы».

Прежде всего вспомним ту истину, которая гласит, что белорусы в своей длительной борьбе за национальную самобытность каждый раз находили искреннее сочувствие и поддержку со стороны многих выдающихся общественно-политических и культурных деятелей Украины.

Одной из таких неравнодушных к судьбе братского народа фигур был известный ученый-энциклопедист XIX в., организатор украинского народного движения М. Драгоманов. Он во многих своих публицистических выступлениях, в многолетней переписке с белорусским писателем В. Савичем-Заблоцким осуждал польскую и российскую политику денационализации белорусов, отстаивая права Беларуси на самостоятельное развитие.

Как подчеркивает минский исследователь М. Рагойша: «На яго творы арыентаваліся многія беларускія грамадскія дзеячы. Пра Драгаманава як пра нястомнага барацьбіта за еднасць усіх украінцаў, за дэмакратычнае яднанне ўсіх усходнеславянскіх народаў пісала і першая беларускамоўная газета «Наша Ніва» (1909. – № 25; 1914. – № 46). Пад уплывам Драгаманава ў Львове ў 1885 г. М. Паўлык і І. Франко склалі праграму дзейнасці

«Украінска-польска-літоўска-беларускага брацтва». Вядома, што па прыкладу А. Герцэна Драгаманаў арганізаваў у Жэневе бесцэнзурную друкарню, у якой ў 1878–1882 гг. выдаў зборнік «Грамада», часопіс «Грамада», забароненыя царскай цензурай мастацкія творы ўкраінскіх аўтараў. Менавіта тут у 1881 г. Драгаманаў выпускае ў перакладзе на беларускую мову сваю агітацыйную брашуру «Пра багацтва ды беднасць» [4].

Важное место в истории белорусско-украинских отношений занимает фигура выдающегося писателя и общественного деятеля И. Франко, который вопреки догмам царской политики считал белорусов равноправным с русским и украинским народом, «третьим русским племенем». Он предметно занимался древней белорусской историей и литературой, рассматривал их в тесной взаимосвязи с давней украинской историей и литературой, в частности определил четкие параллели украинского и белорусского фольклора. В своей итоговой статье по литературоведению и журналистиковедению «Нариси історії українсько-руської літератури» высоко оценил деятельность белорусского первопечатника и просветителя Ф. Скорины, его значение как для белорусов, так и для украинских и других славянских народов.

Труды, в которых И. Франко касался белорусской тематики, насчитывают десятки единиц. Его сочувственное отношение к истории и культуре белорусского народа не могло остаться без внимания белорусских патриотов, в частности поэта-демократа А. Гуриновича.

Как отмечает М. Рагойша: «Дзякуючы Гурыновічу яшчэ ў 90-я гг. XIX ст. на беларускай мове загучаў славыты «Вечны рэвалюцыянер» І. Франко. Увагу да творчасці і грамадскай дзейнасці І. Франка працягвалі выяўляць і наступныя пакаленні беларускіх публіцыстаў і літаратараў. Творчасць І. Франка на пачатку XX ст. прапагандаваў знакаміты паборнік ураінска-беларускай дружбы, класік беларускай літаратуры М. Багдановіч. Вядома, што ў рэдакцыйнай бібліятэцы газеты «Наша ніва» было нямаła мастацкіх твораў І. Франка. У адным з нумароў «Наша Ніва» (1914. – № 43) апублікавала інфармацыю «Доля ўкраінскага пісьменніка», прысвечаную апошнім гадам жыцця Каменяра» [4, с. 6].

Для развития белорусско-украинских связей и становления украинского белорусоведения много сделал львовский ученый И. Свенцицкий. Как основатель и первый директор украинского Национального музея во Львове, он скомплектовал в нем специальный белорусский отдел. Трижды посетив белорусские земли (1904, 1906 и 1907), в том числе Витебск, Минск и Вильно, ученый собрал ряд ценных экспонатов, свидетельствующих о самобытном искусстве белорусского народа, ярких страницах его истории. Во время третьего посещения лично познакомился с Янкой Купалой и его поэтическими произведениями. После возвращения во Львов он опубликовал брошюру

«Возрождение белорусской литературы», в которой на примере стихов Я. Коласа и Я. Купалы охарактеризовал практически всю общественную жизнь тогдашней Беларуси. Несколько позже в других работах обосновал закономерность возникновения белорусской национальной литературы как следствие естественного развития нации [5, с. 29].

Характерно, что И. Свенцицкий сразу после выхода журнала «Наша Ніва» одним из первых во Львове начал ее выписывать, долгое время поддерживал личные и письменные контакты с ее редактором и другими общественно-культурными деятелями Беларуси. Особую страницу в его биографии составляет дружба и творческое сотрудничество с белорусской поэтессой А. Пашкевич (Цьоткою), которая долгое время проживала во Львове, пропагандировала белорусскую литературу, поддерживала связь с газетой «Наша ніва», способствовала ее распространению, писала стихи, издала два сборника собственной поэзии и сборник небольших рассказов, загадок, поговорок и пословиц для детей на белорусском языке.

Поддерживал деловые контакты с А. Пашкевич, как сторонницей церковной унии, митрополит А. Шептицкий. Он был знаком также с несколькими другими деятелями белорусского национального движения, в частности с И. Луцкевичем, одним из лидеров Белорусской Социалистической Громады и одним из будущих основателей газеты «Наша ніва». В 1905 г. при соборе св. Юрия по инициативе А. Шептицкого был торжественно открыт церковный музей с белорусским отделом. Хранителем его фондов был назначен И. Луцкевич, который в то время находился во Львове.

Приехав в 1908 г. тайно в Вильно, А. Шептицкий встречался с работниками «Нашей Нівы», которую выписывал и читал с самого начала ее издания, вместе с И. Луцкевичем посетил Минск и Случчину с целью более близкого ознакомления с ситуацией и изучения возможности возродить на белорусской земле унию, запрещенную в российской империи. Греко-католическая церковь, по убеждению митрополита, должна была положить начало соединения Запада и Востока, примирения греко-католиков и православных, развития местных культур в рамках христианских нравственных ценностей.

После посещения А. Шептицким Беларуси и его обращения к жителям края, редакция газеты «Наша Ніва» в «Белорусском календаре», выпуск которого она начала в 1910 г., дополнила раздел по определению дней церковных и народных праздников, состоящий из двух рубрик – для православных и для римо-католиков, третьей – для греко-католиков [1, с. 252–254].

«Наша Ніва» с первых же номеров, завоевав большую популярность у белорусского населения, постоянно вела просветительскую работу, ставя

своей целью вызвать оживление народного движения против колонизаторской политики русского царизма, за отстаивание национальных интересов, за возрождение белорусской народной культуры и языка.

Редакция газеты регулярно собирала и публиковала информацию из других уголков Российской империи, в том числе из Украины. Например, осенью 1907 года в одном из номеров газеты была помещена статья о том, что студенты Харьковского университета впервые слушали лекцию на украинском языке, в другом номере информация из Одессы рассказывала о студенческих протестах, после которых их участники были высланы в Турханский край. В нескольких выпусках газеты говорилось о деятельности украинской общественной организации «Просвіта», в частности об открытии в Полтавском земстве 14 новых библиотек и 20 земских больниц, о том, что харьковские рабочие построили за свой счет помещения для театра, библиотеки и ремесленной начальной школы.

«Украинская тема звучала не только в коротких заметках, сообщениях, статьях, – утверждает исследовательница белорусской темы Г. Гриценко, – но и в обобщенно систематизированном обзоре под названием «Письма из Украины». Эта рубрика (12 писем) принадлежала белорусским культурным деятелям Я. Журбе и С. Полуяну, которые в это время получали в Украине высшее образование... В одном из номеров за 1909 г. «Наша Ніва» поместила на всю страницу фотографии всех литературных украинских журналов, издававшихся в течение 1905–1909 гг.» [6, с. 333].

«Наша Ніва» отдавала должное памяти Тараса Шевченко, печатая его отдельные стихи. В канун 100-летия со дня рождения Кобзаря выделила для материалов этой темы целую рубрику «Шевченковский раздел». Также газета сделала большое количество переводов произведений И. Франко, Л. Украинки, М. Кропивницкого и других украинских писателей.

Деятельность белорусского независимого еженедельника часто освещалась в украинских периодических изданиях, в частности в киевской газете «Рада», львовском издании «Русалка», первом украинском педагогическом журнале «Світ», кстати, соредактором которого была известный украинский педагог и общественный деятель С. Русова. Именно она проанализировала и дала высокую оценку «Белорусскому Календарю», изданному «Нашей Нівой». Две статьи школьной тематики из «Нашей Нівы» рецензирует в журнале «Світ» его сотрудник С. Титко, он полностью разделяет с газетой мнение о том, что только национальные школы, обучая детей на родном языке, могут выполнить важнейшую задачу – «освободить народ из тьмы» [7, с. 342, 344].

Традиции всестороннего дружеского общения украинцев и белорусов продолжались и в советское время, развиваются они и сейчас.

Литература

1. Гриценко Г. Білоруський національно-культурний рух у сприйнятті українців (друга половина XIX – початку XX ст.) / Г. Гриценко // Дрогобицький краєзнавчий збірник. – 2014. – Вип. 17–18. – С. 248–255.
2. Орлов В., Саганович Г. Десять веков Белорусской истории (862–1818): События. Даты. Иллюстрации. – Вильня: Наша Будучыня, 2001. – 106 с.
3. Цегельський Л. Русь-Україна та Московщина-Росія. Історично-політична розвідка Лонгіна Цегельського: друге, перероблене видання. – Царгород: З друкарні Союзу визволення України, 1916. – 136 с.
4. Рагойша М. В. Українські вектар беларускай публіцыстыкі конца XIX – пачатку XX ст. / М. В. Рагойша. – Режим доступа: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2209>.
5. Кріль М. Львів в українсько-білоруських культурних зв'язках початку XX ст. / М. Кріль // Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність: Зб. наук. пр. – Львів: Інститут українознавства НАН України ім. І. Крип'якевича, 2008. – Вип. 17. – С. 28–34.
6. Гриценко Г. Українська тематика в білоруському часописі «Наша ніва» (1906–1914 рр.) / Г. Гриценко // Дрогобицький краєзнавчий збірник. – Дрогобич, 2012. – Вип. XVI. – С.332–337.
7. Кудряшов Г. Белорусская тематика на страницах педагогического журнала «Світло» / Г. Кудряшов // Жыццем і словам прысягаючы: Зб. наук. праць. – Мінськ, 2012. – С. 341–345.

Наталья Федотова

Белорусский государственный университет

НОВЫЕ И СТАРЫЕ МЕДИА: ОПЫТ ВЗАИМНОГО ВЛИЯНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТЬЮ

В последнее время много внимания уделяют роли новых медиа в формировании общественного мнения, мобилизации гражданской активности и получении оппозиции реальной возможности обратиться к действию (случай «арабской весны» 2011 года).

С одной стороны, новые медиа участвуют в формировании идентичности, создают публичную сферу и управляют гражданской активностью. Их влияние расширяет коммуникацию между гражданами, которые могут использовать возможности социальных медиа, чтобы общаться, дебатировать и распространять новые идеи. Интерактивность онлайн-проектов позволяет формировать движения и группы и в целом помогает аутсайдерам политической системы получить общественную поддержку. Вместе с тем, интерактивность не обязательно организует диалог. Не вполне ясно, является ли

«виртуальное участие» эквивалентным живому участию в дебатах и проявлению гражданской активности. Или все же «мы становимся мнимыми властителями панорамы мира» [1]?

С другой стороны, предметом обсуждения и активности в публичной сфере новых медиа становятся локальные, специфичные проблемы и события, которые зачастую вызывают поляризацию и раскол общественного мнения. Наметившиеся тенденции способны привести к фрагментации публичного пространства, сформировать баррикадное мышление, как итог – стать помехой коллективного социального действия. Кроме того, погоня за импульсивным кликом, ускорение и обесмысливание журналистской процедуры (hamster wheel; hamsterization of journalism) – такой новостной процесс порождает совершенно иные стандарты, после чего он перестает быть новостным [2].

Исследовательский интерес вызывает и степень автономности новых медиа. Так, мировые исследования старых и новых медиа показывают, что те же источники, как правило, официальные, аффилированные к власти или экономически могущественные, создают большую часть новостей и онлайн, и офлайн. В онлайн-овую публичную активность уже проникли доминирующие голоса традиционных акторов. Старые медиа либо владеют, либо инвестировали во многие популярные новые издания. Так, Comcast и Hearst инвестировали BuzzFeed, Huffington Post и TechCrunch принадлежат Verizon, а Disney владеет FiveThirtyEight [3].

Это позволяет предположить, что использование онлайн-овых медиа для гражданской активности имеет ограниченную сферу действия. Парадоксальным образом стремление к плюрализму, альтернативности (в противовес официальной, прогосударственной линии) приводит к тому, что пользователи становятся более манипулируемы со стороны заинтересованных лиц, которые по-прежнему моделируют «альтернативу» в своих интересах.

Вместе с тем, «виртуальная свобода» новых медиа становится поводом для повышенного внимания со стороны государственной власти и попыток регулировать онлайн-овую сферу апробированными инструментами (цензура, законодательные ограничения и т. п.).

Взаимное влияние новых и старых медиа в процессе создания национальных символов любопытно обнаруживает себя на примере кейса Светланы Алексиевич, который также показателен и с точки зрения самоорганизации и объединительных инициатив аудитории новых медиа, которые выразились через онлайн-трансляцию Нобелевской речи, создание тематических групп в Facebook и других общественных акциях. Получение Нобелевской премии – событие такого уровня, которое, несомненно, влияет на идентичность и способно создавать национальные символы. Однако власть

и официальные медиа весьма сдержанно отреагировали на это событие, не приняв писательницу «на государственном уровне». Оппозиционно настроенная часть аудитории тоже неоднозначно оценила личность С. Алексиевич и ее литературные тексты, жестко и критично высказываясь в ее адрес. То есть, в данном случае выдающееся событие национального масштаба вызвало противоречивые, даже враждебные реакции и стало поводом для раскола общественного мнения, что нуждается в анализе и исследовательской интерпретации.

Литература

1. Андерс, Г. Мир как фантом и матрица / Г. Андерс // Искусство кино. 2005. № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kinoart.ru/archive/2005/02/n2-article11>. – Дата доступа: 06.09.2016.
2. Мирошниченко, А. Смерть газет, о которой так долго говорили / А. Мирошниченко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://texterra.ru/blog/smert-gazet-o-kotoroy-tak-dolgo-govorili.html>. – Дата доступа: 06.09.2016.
3. Molla R., Ovide Sh. New Media Shares Old Media's Roof [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2016-05-23/new-media-interlocked-with-old-media-it-wants-to-disrupt>. – Date of access: 06.09.2016.

Светлана Харитонova

Белорусский государственный университет

ВЕРБАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ АЙДЕНТИКИ В МОЛОДЕЖНЫХ ЖУРНАЛАХ

Современные приемы разработки фирменного стиля белорусских журнальных изданий, а также образно-выразительные средства дизайна обложки остаются малоизученным предметом в теории отечественной журналистики. В работах белорусских и зарубежных авторов А. Балаша, А. Свороба, В. Тулупова, О. Рожновой, Т. Харроуэра, К. Фроста раскрывается проблематика композиционно-графического моделирования и дизайна печатных СМИ. Вместе с тем ключевые элементы айдентики отечественных молодежных журналов в нынешних условиях динамичного развития журнального сегмента Беларуси научного осмысления не получили. С целью выявления новых приемов, содействующих завоеванию целевой аудитории и формированию узнаваемой айдентики журнала, рассмотрим вербальные элементы обложек молодежной журнальной печати, выпускаемой на территории Республики Беларусь.

На 1 сентября 2016 г. в Государственном реестре средств массовой информации зарегистрировано 832 журнала. Тенденция роста численности

журналов закономерно обостряет противостояние между субъектами информационного рынка, и не в последнюю очередь соперничество периодических изданий ведется за молодежную аудиторию.

Молодежная пресса Беларуси рассчитана на читателя в возрасте от 14 до 31 года. Возрастные, социальные и психологические различия младшей, средней и старшей групп целевой аудитории определяют разработку соответствующих элементов айдентики (фирменного стиля) журнала – его названия и слогана.

Самый распространенный среди белорусских печатных СМИ тип товарных знаков – логотип, выполненный в оригинальном шрифтовом (графическом) исполнении. Его популярность обусловлена требованием к простоте и лаконичности товарного знака. Общеизвестно, что отсутствие сложных композиций, большого числа мелких деталей способствует быстрому и точному восприятию, запоминанию и воспроизведению текстового блока читателем. Существующая сегодня в дизайнерской среде тенденция к простоте и функциональности оформления всех элементов архитектуры диктует выбор краткого «читабельного» логотипа, состоящего в среднем из семи букв.

Названия молодежных изданий преимущественно соответствуют принципам имяобразования, отвечающего за создание запоминающихся и лаконичных наименований. Неймы журналов благозвучны, ритмично произносятся, легко читаются и воспринимаются на слух (журналы «Стрекоза», «Волшебный», «Девчонки», «Кем быть?», «Апельсин», «ТАХІ», «Бязрозка» и др.). Тем не менее в сегменте печати для младшей группы молодежи встречаются вербально громоздкие «шапки» журналов. К примеру, скопление согласных в названиях изданий «Когда ты один дома», «Развлекательный каламбур», «Юный техник и изобретатель» снижает скорость их восприятия и удобочитаемость, нивелируя способность неймов мгновенно запоминаться и воспроизводиться в памяти читателя. Одним из эффективных приемов визуального «сокращения» длинных конструкций неймов выступает графическое выделение одной части названия: «Один дома», «Каламбур», «Юный».

В молодежном журнале большое значение имеет ассоциативность логотипа. Название издания способно вызывать в воображении читателей образ информационного продукта, который, с одной стороны, станет узнаваемым в своем сегменте, а с другой – будет восприниматься читателем однозначно и недвусмысленно. Поэтому простота, эстетическая привлекательность, универсальность и однозначность написания логотипа играют важную роль. К примеру, еще несколько лет назад мгновенно прочесть неконтрастные, с большим количеством графических деталей, названия журналов «Стрекоза», «Когда ты один дома» и «Развлекательный каламбур» было затруднительно. Сегодня благодаря редизайну вербальные и визуальные элементы

обложек формируют узнаваемую, ультрасовременную айдентику молодежных журналов.

Слогану (лозунгу, девизу) как элементу фирменного стиля издания, способному в емкой, эмоциональной и образной форме передать основную идею журнала, в молодежной прессе незаслуженно уделяется мало внимания. В ряде изданий этот элемент отсутствует вовсе либо не имеет маркетинговой и семантической ценности. К примеру, в журналах «Волшебный» (Журнал для современных девочек), «Стрекоза» (Для классных девочек), «Счастливая и красивая» (Журнал для современных женщин!) слоганы формулируют по одному шаблону с указанием целевого адреса. С одной стороны, девиз передает сообщение четко и ясно, помогая читателю расшифровать нейм. С другой – отсутствие игры слов и образности, шаблонность и буквальность ключевой идеи журнала не содействует формированию запоминающегося и уникального вербального образа. Художественную ценность девиза издания снижает также применение слов «современный», «настоящий», «классный», «первый» и др., которые еще в середине 2000-х исследователи отнесли к числу «затертых», по причине их повсеместного употребления в слоганах [1, с. 48]. Повторяемые прилагательные и трафаретные грамматические конструкции девизов нивелируют их маркетинговую эффективность, а также уникальность вербальной идеи, которая могла быть более информативной и выразительной в случае использования емких и точных эпитетов.

Вместе с тем в сегменте белорусских молодежных журналов увеличивается количество слоганов, имеющих неординарное лексическое и синтаксическое строение: «Бязозка» (Светам кіруе той, хто чытае), «Эш» (Первый журнал хорошего вкуса), «Кем быць?» (Компас в мире профессий), «Женский журнал» (Быть собой) и др. Эта тенденция позволяет прогнозировать поиск новых приемов вербального и графического воплощения идеи журнала, направленных на его идентификацию среди других конкурентов рынка.

Исследование фирменных элементов обложек белорусских молодежных журналов показывает, что в условиях ужесточения борьбы средств массовой информации за своего читателя, журнальная периодика вынуждена разрабатывать уникальный и запоминающийся визуальный образ, способный стать основой коммуникационной политики и завоевания целевой аудитории. Новые приемы имяобразования и его вербального воплощения постепенно расширяют диапазон образно-выразительных средств фирменной айдентики журналов для молодого читателя. При этом наиболее эффективные стилевые решения представляют журналы, неймы которых благозвучны, лаконичны и однозначны в прочтении, а слоганы – лексически и синтаксически уникальны.

1. Слободянюк, Э. П. Настольная книга копирайтера / Э. П. Слободянюк. – М. : Вершина, 2008. – 256 с.

Лізавета Хмель

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

СТРУКТУРА КАТЭГОРЫІ «АДРАСАТ МЕДЫЯТЭКСТУ» (на матэрыяле газеты «Наша Ніва»)

Арыентаванасць на адрасата як мэтавай аўдыторыі з яе канкрэтнымі сацыяльнымі характарыстыкамі – адна з найважнейшых прыкмет прафесійнага медыятэксту. Таму відавочна, што менавіта газета «Наша Ніва» была тым выданнем, якое ўпершыню ў гісторыі беларускай журналістыкі вызначыла сваім адрасатам беларускі народ.

Адрасат выяўляецца ў газетных тэкстах у выглядзе набору пэўных характарыстык сацыяльнай групы. У 1910-я гг. насельніцтва Беларусі было прадстаўлена найперш сялянствам, што і вызначыла інфармацыйную палітыку «Нашай Нівы». Дзейным сродкам уплыву на аўдыторыю і распаўсюджвання ідэйных поглядаў рэдакцыі з'яўляліся маўленчыя формулы звароту да аўдыторыі. Праз арыентацыю на шырокае кола чытачоў, імкнучыся данесці інфармацыю да адрасата, рэдакцыйная калегія выкарыстоўвала прыёмы як адкрытага, так і латэнтнага звароту да чытачоў з мэтай максімальнага ўздзеяння.

Структура катэгорыі адрасата як катэгорыі ў тэкстах масавай камунікацыі ўключае катэгарыяльныя прыкметы і іх маўленчыя праяўленні [1, с. 363]. Спынімся падрабязней.

1. Катэгарыяльная прыкмета «самаідэнтыфікацыя», якая выяўляецца ў шэрагу маўленчых праяўленняў, тыпу наяўнасці ў тэксце апазіцыі «свой – чужы», атрыбуцыі, выкарыстання займенніка «наш», стэрэатыпізацыі і пэўнага навешвання ярлыкоў.

Так, нягледзячы на тое, што аўдыторыю прынята падзяляць на групы па сацыяльна-дэмаграфічных прыкметах: узросту, полу, месцу жыхарства, узроўню адукацыі, прафесіі, пры зваротах у газеце ярка прасочваецца ўніверсалацыя «чытача». Такія высновы можна зрабіць па частотнасці выкарыстання абагуленых звароткаў, тыпу, *чалавек, людзі, мужык, чытач*, якія ўказваюць на еднасць і непадзельнасць рэцыпіентаў як сацыяльнай групы: *«Ой вы людзі, ня ведаеце, што гарэлка – гэта чартоўская дачка: яна да добрага не даведзе, усе зло творыць; перэстаньце піць, а за гэтыя грошы выпішце газету, то будзеш мець у галаве свет, каторы адчыніць вочы і будзеш на сьвет глядзець вясла і ня бу- дзеш п'яным валяцца пад лавай у карчме»*

(*Наша Ніва*, 1909, № 34). Газета такім чынам звяртаецца да ўсіх і да кожнага, максімізуючы сваю тэрытарыяльнасць і падкрэсліваючы аднолькавае сацыяльнае становішча людзей. Безумоўна, першае месца па значнасці займае канцэпт «беларусы», з якім не раз звяртаецца рэдакцыя: «*Скажэм мы, беларусы, гэтым паном-дэпутатам рускую прыказку...*» (*Наша Ніва*, 1909, № 2). Вольга Самусевіч справядліва заўважае, што «паступовае выкарыстанне газетай, а пасля і пастаяннае ўжыванне беларус з пэўнай мэтай, «*КАБ усе беларусы, Што ня ведаюць, хто Яны ёсць, - зразумелі, Што Яны беларусы І людзі*» (*Наша Ніва*, 1906, 10 ліст.), можна лічыць сведчаннем паглыблення ў беларускім грамадстве працэсаў кансалідацыі і самаідэнтыфікацыі» [3, с. 44]. Вынік такіх ярскіх зваротаў – падтрымка ідэйных поглядаў рэдакцыі чытачамі.

Часам журналісты газеты ўздзейнічалі на аўдыторыю не толькі канкрэтнымі зваротамі, а пасродкам адкрытага ўзгадання чытача ў тэксе, канструкцыя якога, як правіла, будавалася ў родным або давальным склоне. Напрыклад, вельмі папулярныя падводкі да наступных матэрыялаў былі такімі: «*Вось, у “Нашай Ніве” пастаремся пазнаёміць нашых чытацеляў з долей нашых гарадоў*» (*Наша Ніва*, 1909, № 1) або «*Найболей цікавыя для нашых чытацелёў пастанаўленьня Зьезду мы тут і друкуем...*» (*Наша Ніва*, 1909, № 3). Такія “ўскосныя звароты” абавязкова прымушалі звярнуць на сябе ўвагу і больш якасна паглыбіцца ў змест. Арыентуючы тэксты на «свайго» чытача, газета эксплікуе свае ўяўленні аб ім.

2. Катэгарыяльная прыкмета «элементы, якія характарызуюць стыль жыцця і сацыяльны статус» вызначаецца наступнымі маўленчымі праяўленнямі: тып дыстанцыі паміж аўтарам і адрасатам, аўтарам і героямі публікацый, намінацыя сацыяльных якасцяў і сацыяльных дзеянняў.

Рэдакцыя газеты ўвесь час імкнулася прытрымлівацца суб’ект-суб’ектнага тыпу зносінаў са сваімі падпісчыкамі і паважаць асобу кожнага. Адметна, што ўсе ўдзельнікі камунікатыўнага працэсу паважаюцца рэдкалегіяй аднолькава. Перш за ўсё гэта праяўляецца праз звароты не толькі да чытачоў, але і да сваіх жа супрацоўнікаў-калег: «*Усім супрацоўнікам, карэспандэнтам, падпісчыкам, чытацелям і прыяцелям “Нашае Нівы”! Рэдакцыя пасылае свае шчырыя жаданьня і павіншаваньне з Новым 1909 Годам*» (*Наша Ніва*, 1909, № 1). Як і віншаванні, у газеце можна сустрэць таксама і словы падзякі чытачам: «*Рэдакцыя дзякуець усім Вам!... Так, што газэта праўдзівая – гэта як бы розум усяго народу. Пакуль гэта так, Рэдакцыя будзе працаваць усімі сіламі, нічога не жалеючы, а шчырыя прывітаньня нашых чытацелёў дадаюць цвёрдасці ў працы*» (*Наша Ніва*, 1909, № 8). Па-першае, аўтары матэрыяла спецыяльна ўзгадваюць “чытацелёў”, што адкрыта ўказвае на зварот да аўдыторыі, па-другое, не-

знарокам агаясамліваюць пазіцыю людзей з рэдакцыйнай (газета – розум усяго народа) і, па-трэцяе, пасля такіх прыемных слоў падзякі на свой адрас, у кожнага чалавека застаецца добрае ўражанне, што, у сваю чаргу, можа садзейнічаць вяртанню чытача да газеты.

Варта заўважыць, што адкрытыя звароты да аўдыторыі выкарыстоўваюцца нячаста, і знайсці іх можна пераважна ў аналітычных матэрыялах. Рэдакалегія «Нашай Нівы» ўжо ў тыя часы імкнулася выкарыстоўваць досыць невідавочныя, але разам з тым ненадакучлівыя спосабы звароту да аўдыторыі, якія значна ўплывалі на кагнітыўнае мысленне яе чытачоў.

Моцным псіхалагічным прыёмам уздзеяння на кагнітыўную свядомасць аўдыторыі з'яўляецца агаясамліванне сябе з чытачамі. Так, супрацоўнікі рэдакцыі спачувалі жыццёвым нягодам і сацыяльным цяжкасцям свайго народа, падзяляючы яго долю і падкрэсліваючы адзіную нацыянальную прыналежнасць: *«Кожны знае, што мы беларусы-славяне, народ шчыры і гаспадынны, але перэсаліваць ня варта»* (Наша Ніва, 1909, № 27). «Мы» – гэта «ўсе беларусы, інтэлігенцыя і мужыкі-сяляне», таму займеннік «Мы» – «ключавы суб'ект нашаніўскіх тэкстаў», які дазваляе, такім чынам, яднаць чытачоў газеты і рэдакцыйную калегію. *«Ці ж мы не людзі? Ці-ж нам апроч праклятай гарэлкі і шынку ніякой пацехі німа?»* (Наша Ніва, 1909, № 2). Стратэгію ўплыву на чытачоў можна вербальна можна рэалізаваць не толькі за кошт займеннікаў, але і дзеясловаў, якія б падкрэслівалі аднолькавасць дзеянняў як адрасата, так і адрасанта: *«...каб гэта лепей паказаць, разбярэм тутака для прыкладу гаспадарку Вільні»* (Наша Ніва, 1909, № 2). У гэтым выпадку аўтар прапануе чытачам разам з ім разабрацца ў праблеме, што ўказвае на будучую камунікатыўную і кагнітыўную еднасць.

3. Катэгарыяльная прыкмета «элементы, якія рэпрэзентуюць карціну свету» выяўляюцца ў тыповым адборы тэм, актуалізацыі пэўных каштоўнасцей, адносінах да ўласнасці, да ўлады (палітыкі), да свайго лёсу, грамадскіх адносін.

Пытальныя канструкцыі ў нашаніўскіх тэкстах, можа, і з'яўляюцца па сваёй структуры рытарычнымі, але ўскосна маюць свайго адрасата. Часцей за ўсё пытанні задаюцца чытачу з мэтай наступнага канцэптуальнага аналізу прачытанага і «карэкціроўкі» светапогляду: *«Дык чы ня лепей было бы дадаць гэтыя грошы на што больш карыснае? І чы Думе ёсць патрэба зацверджаць такі выдадатак, калі пераселенчэскае упраўленьне само лічыць работу сваю некарыстнай, ды нават шкоднай?»* (Наша Ніва, 1909, № 1). Падобныя звароты – дзейсны псіхалагічны прыём, згодна з якім пытанне не мае канкрэтнага адрасата і адкрыта не ўказвае на аўдыторыю, аднак прымушае задумацца.

На старонках газеты перыядычна знаходзім шмат пабуджалых канструкцый з ускосным звароткам да аўдыторыі. Так, у адным з выпускаў аўтары прызываюць народ браць прыклад з «гішпанскіх мужыкоў» і ствараць вясковыя таварыствы дзеля лепшага жыцця. Пры гэтым канкрэтнага ўказання на чытача няма, аднак становіцца зразумелым, што звяртаюцца менавіта да яго: *«Пара ўжо даўно, каб і наш беларускі хлебароб узяўся за падобную надта патрэбную і карысную працу»* (Наша Ніва, 1909, № 49).

Распаўсюджаным прыёмам схаванага ўздзеяння на аўдыторыю, які часам выкарыстоўваўся ў газеце, з’яўляецца сінекдаха – ад прыватнага да цэлага. У адным з выпускаў аўтары распавядалі аб перавазе хутароў над шнуравой гаспадаркай. За прыклад яны ўзялі гаспадарку аднаго мужыка, падлічыўшы яго расходы, зрабілі вынік, пры якім сельскагаспадарчым укладзе будзе большы ўраджай. *«Тутака мы апішэм шнуравую гаспадарку на 5 дзесяцінах, што належыць да нашага хутарніка – Язэпа Цыткі, каторы, калі там гаспадарыў, ніяк ня мог пражывіцца з сваей зямлі»* (Наша Ніва, 1909, № 6–7). Зразумела, што Язэп Цытка быў прататыпам мільёнаў сялян, таму не дзіўна, што кожны селянін атаясамліваў сябе з героем матэрыяла.

Палітыка адкрытага дыялагізму рэдакцыі абумовіла існаванне зваротнай сувязі з чытачамі, з якой, як лічаць даследчыкі, вынікала і практыка публічнай прапановы [4]. Зварот да аўдыторыі з пэўнай прапановай ужо мяркую адваротную рэакцыю чытача, а значыць, рэдакцыя можа разлічваць на паразуменне і на прыняцце ідэй. *«Рэдакцыя “Нашае Нівы” незадоўга апішэ цяперашняе жыццё нашага мужыка у вёсках. Гэта можна толькі тагды зрабіць, калі зьбяруцца атказы на запытаньня, каторыя Рэдакцыя разашлець усім, хто спагадае гэтай справе»* (Наша Ніва, 1909, № 6–7).

4. Катэгарыяльная прыкмета «арыентацыя на маўленчы вопыт аўдыторыі» мае вербальнае ўвасабленне праз сістэму норм і правіл зносін, выкарыстанне лексікі (дыялектызмаў, прастамоўяў і інш).

Адрасат павінен ўбачыць «сваю» мову, «свой» тып маўленчых паводзін, «свае» моўныя канструкцыі ў тэксце. Гэты – лексічны – узровень найперш звязаны з ацэнчнай лексікай і ключавымі словамі: «Не пашэнціла пану Ковалюку са зьездам, не памаглі і думскія дэпутаты: іхняя “помач” не здаволіла народных вучыцелёў, не насыціла “братцоў” мужыкоў! Мужыкі, слухаючы мовы аратароў, сцяўшы зубы маўчалі, а як памыкаўся гаварыць аб зямлі, дык прадседачель замыкаў ім губы...» (Наша Ніва, 1909, № 2).

Такім чынам, аналіз тэкстаў газеты «Наша Ніва» з пункту гледжання ўзаемадзеяння з адрасатам дазваляе выдзеліць ключавую стратэгію салідарызацыі са савім чытачом і аргументатыўную стратэгію, якая рэалізуецца шэрагам тактык выкарыстання звароткаў і маўленчых формул звароту. Зварот у нашаніўскім дыскурсе з’яўляецца не толькі ключа-

вым складникам камунікацыі, пры якім адбываецца ўключэнне кантакту з суразмоўцам, а паўнавартасным сродкам уздзеяння на аўдыторыю, фарміруючым элементам светапогляду, прыладай дыялогу з аўдыторыяй.

Літаратура

1. Каминская, Т.Л. Адресат политической коммуникации в СМИ / Т. Каминская // Язык СМИ и политика; под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Изд-во Московского ун-та; Факультет журналистики, 2012. – С. 356–375.
2. Наша Ніва: Першая беларуская газета з рысункамі. Факс. выданне. Вып. 2 (1909). – Мінск, Вільня, 1996.
3. Самусевич, О.М. Роль газеты «Наша Нива» (1906–1915) в формировании национальной речемыслительной культуры / О.М. Самусевич // Національна періодика початку ХХ століття: розвиток і реалізація української ідеї державотворення: Матеріали міжнародної наукової конференції. Київ, 8 грудня 2006 р. / Кієв. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналистики; за ред. Н.М. Сидоренко. – Кієв: КНУ, 2006. – С. 44–45.
4. Студзенка, Т. «Наша Нива» (1906–1915) і яе чытач: вопыт яднання / Т. Студзенка [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: http://beldumka.belta.by/isfiles/000167_493253.pdf. – Дата доступу: 15.09.2016.

Мирослава Чабаненко

Запорожский национальный университет

ПРИСУТВИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ В ИНТЕРНЕТЕ КАК ДАТЬ ЦИФРОВОЙ ЭПОХЕ

Тема прэсы в контексте современных преобразований в медиасфере звучит, как правило, тревожно. Исследователи разделились на два лагеря – одни полагают, что печатные издания выживут в компьютеризированном мире, другие сомневаются в этом. Первые указывают на тот факт, что каждый раз при возникновении нового вида СМИ старые продолжают относительно спокойно существовать. Вторые – на статистику: сокращение тиражей, закрытие бумажных версий, полный переход в онлайн (пример такого яркого представителя медиа-рынка как газета The Independent, конечно, впечатляет [1]). Вопрос о том, кто из них прав, дискуссионный, потому что на самом деле можно привести серьезные аргументы в пользу каждой из упомянутых точек зрения.

Любопытное направление адаптации прэсы к современным условиям – внедрение гибрида печатного и электронного вариантов, вернее, электронного варианта, который максимально копирует печатный. То, что недавно казалось чем-то фантастическим, начинает становиться повседневностью. Так в 2016 г. инженеры компании Apple вплотную занялись разработкой

гаджета, который уж очень напоминает обыкновенную газету, – закончив пользоваться им, человек может просто скрутить его [4]. Вполне вероятно, что именно это направление возобладает. Хотя будущее, скорее всего, в разнообразии.

Пока что газеты предпочитают иметь собственный сайт, приложения для просмотра на смартфонах и планшетах, страницы в соцсетях, иногда – PDF-версию для подписки в электронном виде. Стандартный набор для сознательных газетчиков. При этом передовые печатные СМИ стремятся получить всё возможное из так называемых кроссмедийных технологий, хорошо усвоив ту мысль, что к Интернету следует относиться как к дополнительной высокоэффективной площадке для работы. Региональные газеты в последние годы было принято критиковать за непонимание этой истины, но время идёт – и даже они постепенно подтягиваются в деле использования преимуществ Сети.

Интересен в этом отношении опыт известного в Запорожской области издания «Запорізька правда». Осенью 2017 г. исполнится ровно сто лет с тех пор, как вышел первый номер его предшественника – газеты «Александровская мысль», органа Александровского совета рабочих, солдатских и сельских депутатов [3] (Александровск – старое название Запорожья). За весь период деятельности издание прошло через множество кризисных моментов, обусловленных историческими обстоятельствами. Несколько раз менялось название, но не сущность – газета всегда была официальным печатным органом властных структур, поэтому в её задания входило освещение наиболее важных сторон жизни области. В 1970–1980-х гг. на её страницах находилось место и для литературы, тем краеведения, экологии, юмора. Хотя сейчас не принято отзываться в позитивном ключе о советском периоде украинских СМИ, в Запорожье ещё можно встретить людей, которые тепло вспоминают ту, старую, «Запорізьку правду», которая воспитала целую плеяду талантливейших и преданных профессии работников пера.

1990-е годы ознаменовали период борьбы за сохранение издания из-за ухудшения финансирования, политики, направленной на разгосударствление СМИ, а также конкуренции с изданиями, которые могли себе позволить лёгкий контент, в том числе – из Интернета. Сокращался коллектив, разделы, соответственно – сужалась тематика, но газету не закрыли, тем не менее, закрытие угрожает редакции по сей день.

Летом 2016 г. удалось победить очередной кризис [2]. Коллектив старается, о чём свидетельствуют не только материалы, но и неравнодушное ведение сайта. Традиционная газета, которой удалось не растерять многие добротные классические подходы и достаточно богатую жанровую палитру, сегодня усердно трудится над завоеванием интернет-аудитории.

В интернет-архив (web.archive.org) первые страницы сайта, функционирующего в домене zp-pravda.info, попали весной 2008 г., само же доменное имя было заведено в 2006 г. (по информации службы Whois domaintools.com). Если проследить эволюцию сайта, становится видно, что «Запорізька правда» не была исключением в том, как менялся взгляд газетчиков на роль Интернета в их работе. Иными словами, он прошёл путь от простого, почти формального дополнения к газете, которое создавалось скорее для престижа, к отдельному интернет-СМИ, рассчитанному на реальное внимание со стороны аудитории. Причём присутствие издания в Интернете сайтом не исчерпывается – у газеты есть страницы в социальных сетях Facebook и «ВКонтакте» и канал на YouTube (который пока ещё полноценно не функционирует).

Главная страница сайта устроена в стиле минимализма, но не слишком сухо: на ней, как принято, расположена лента новостей, кроме того – виджеты «Анонсы», «Резонанс», «Важно», «Самое читаемое», «Больше новостей», рекламные баннеры, раздел, содержащий видео с YouTube. Есть также виджеты погоды и переходов на страницы соцсетей.

В разделе «Читай он-лайн» предлагается просмотр одного из свежих выпусков газеты при помощи технологии, которая имитирует листание бумажных страниц. Рядом – раздел «Электронная подписка». Читатели имеют возможность оформить подписку электронного варианта газеты, полностью идентичного бумажному, за 10 грн. в месяц. На сайте есть поиск, разделы со всеми необходимыми реквизитами, ну и, конечно же, разнообразные тематические рубрики с подрубриками. Шапка сайта украшена аккуратным логотипом, внизу веб-страницы встроен видеоподкаст с плейлистом из видеосюжетов, подготовленных с сотрудниками редакции. Видно, что некоторые новшества являются пробными шагами, тогда как основу контента составляют, разумеется, журналистские тексты с фотоиллюстрациями, повторяющие газетные.

В ходе нашего исследования был проведён опрос среди журналистов-газетчиков, которые привыкли сотрудничать прежде всего с традиционными печатными СМИ, касающийся их мнения о конвергенции бумажной прессы и Интернета. Вот что думает Анна Кликовка, проработавшая в прессе более 40 лет, из которых – 26 лет отданы газете «Запорізька правда»: «Читателю предпочтительно открыть Интернет и за полчаса пролистать издания, которые его интересуют. Не исключение и газета «Запорізька правда» с почти столетней историей; редакция выставляет её в Интернет, следуя ветрам времени, ведь считается почти дурным тоном не иметь своего сайта. «ЗП» частично спасает то, что у неё ещё живы читатели из числа сельских жителей, у которых нет Интернета и которым газету традиционно приносит сельский

почтальон. Со временем, когда это поколение отойдет, читателей бумажной версии не станет вовсе. Впрочем, будущее самого издания тоже весьма неопределенно: кто знает, как оно впишется в формат разгосударствления. Так что не исключено, что останется онлайн-версия. Ведь бренд старейшего издания в области – бесценный». Имеет значение также экономическая сторона вопроса. «Сейчас в розницу «Запорізька правда» стоит 7 грн. И это далеко не по карману рядовому читателю, – добавила журналистка. – Он найдёт в Интернете, по крайней мере, не новый выпуск. Раньше «Запорізьку правду», кроме всего прочего, покупали по той причине, что в ней печатались разные официальные документы областного совета и госадминистрации, а теперь всё это есть на сайтах...».

Исполняющая обязанности главного редактора газеты «Запорізька правда» Наталия Зворыгина тоже прекрасно понимает перспективность онлайн-версии и собирается уделять ей самое пристальное внимание: «Сайт для нас – это мультимедийное СМИ, а точнее, СМК (средство массовой коммуникации). Мы его модернизировали и технически, и идеологически. Теперь это не просто новостная лента и возможность в он-лайн почитать «ЗП» – развиваем также интернет-видеоканал (сейчас пока на этапе зарождения), в перспективе будет свое радиовещание. Планов – громадье. Постараемся все их воплотить в жизнь».

Таким образом, областное издание «Запорізька правда» в полной мере отражает текущие трудности и надежды традиционной печатной прессы, основанной в прошлом веке: держится на плаву, надеется не потерять имидж значимого и достаточно влиятельного в своём регионе СМИ, не остаётся в стороне от модных новшеств, не боится экспериментировать с интернет-технологиями, открыто для развития и усовершенствования.

Типична ли такая картина для подобных изданий? Судя по их сайтам, для некоторых – да. Очень похожи на проанализированный нами сайт веб-версии газет «Одеські вісті» (izvestiya.odessa.ua), «Вінничина» (vinnichina.info), «Сумщина» (websu.info). Несколько богаче и разнообразнее контент веб-версий газет «Високий Замок» (wz.lviv.ua), «Вісті Рівненщини» (visti.rovno.ua), «Зоря Полтавщини» (zorya.poltava.ua), «Свобода» (svoboda.te.ua, Тернополь). В любом случае не вызывает сомнений то, что союз печатной прессы и Интернета – это область продолжающихся интенсивных трансформаций.

Литература

1. Бумажная версия The Independent вышла в последний раз [Электронный ресурс] / Lenta.ru. – 26.03.2016. – Режим доступа : <https://lenta.ru/news/2016/03/26/independent/>. – Дата доступа : 29.08.2016.
2. Зворыгина, Н. В интересах жителей Запорізької області – зберегти «Запорізьку правду» [Электронный ресурс] / Н. Зворыгина // Запорізька правда. –

- 13.06.2016. – Режим доступа : <http://zp-pravda.info/8-golovna/1348-v-interesakh-zhiveliv-zaporizkoji-oblasti-zberegti-zaporizku-pravdu.html>. – Дата доступа : 30.08.2016.
3. Кобинець, А. Історія і сучасність «Запорізької правди» [Електронний ресурс] / А. Кобинець. – Режим доступа : <http://vuzlib.com/content/view/1528/43/>. – Дата доступа : 30.08.2016.
4. APPLE планирует создавать цифровую газету, которую можно свернуть в трубочку [Электронный ресурс] / Igate. – 14.08.2016. – Режим доступа : <http://igate.com.ua/lenta/16179-apple-planiruet-sozdat-tsifrovuyu-gazetu-kotoruyu-mozhno-svernut-v-trubochku>. – Дата доступа : 28.08.2016.

Виктор Шимолін

Белорусский государственный университет

ЖАНРЫ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ В ПУБЛИКАЦИЯХ «НАШЕЙ НИВЫ» ЗА 1906–1908 гг.

«Наша Нива», провозгласив себя «Першай беларускай газэтай з рысункамі», долгое время искала иллюстрациям достойное место на полосах. Редакция газеты подбирала им оптимальный формат, а в дальнейшем использовала в публикациях, которые полностью соответствовали жанрам фотожурналистики, применяемым впервые: фотоэтюда, фотозаметке, фоторепортажу, фотоочерку. Одним из феноменов газеты следует признать отступление редакции от принятого обещания: опубликовать «рисунки». В целом ряде номеров их печаталось не более одного, но были периоды, когда они отсутствовали вовсе.

Изучение иллюстраций в газете «Наша Нива» позволяет оценить качество их полиграфического исполнения. В первых номерах газеты за 1906 г. – это репродукции рисунков Гротгера «Пад сценами турмы» (№ 3), «На каторзе» (№ 5) и, возможно, копии с дагеротипов в зарисовках «Замчишчэ у Новагрудку» (№1), «Мамонт» (№ 4); а вот пейзаж «Сельские паля у Голандии на березе мора» (№ 7), и изображение коровы «Голендэрскае быдла» (№ 2, 1907 г.) – выполнены в технике офорта. Первые иллюстрированные публикации в «Нашей Ниве» за 1906 г. можно отнести к жанру фотозарисовки-этюда. В них нет информационного оперативного повода, хотя они и содержат любопытные краеведческие сведения.

Автор материала, опубликованного на пятой полосе первого номера «Нашей Нивы» 10 ноября 1906 г., пересказывает содержание пейзажа: «Замчышчэ Лишкоу (ранней Новагрудок) Сувальскай губернии, Сэйненскаго павету, стаіць над вялікою рэкою Неманом, каторы блакітнаю стужкай, як видаць тут на малюнку, плывец праз шырокія лукі і высокія горы нашага

краю у Балтыцкое морэ» [4, с.5]. Изображение замка на фоне живописных окрестностей вызывает у автора, выступившего под псевдонимом «Шчасны», восторженные чувства: «Як вокам глянуць пекная и вясёлая ваколицца» [там же].

Тема «Новогрудского замчища» продолжена и в очередном номере газеты. На иллюстрации изображен сохранившийся до наших дней остов Новогрудского замка. Автор излагает исторические сведения, расширяющие кругозор читателя: «Замчышчэ у Новагрудку, цяпер паветовым месці Менскай губэрнии; калісь сталица Новагрудскага ваеводства, а ешчэ дауней – Литвы и Белой Руси. Аб гэтым Новагрудку пишуць вучоныя, што княжа Мэндог у 1252 году тутака каранаваўся на Караля Литвы; па праудзи то няведама чы тутака, чы у Лишквови, каторы аписаны у № 1 «Нашай Нивы.»» [5, с.1].

Далее «Шчасны» подчеркивает, что «для нас Новагрудок мае вялікое значэнне, тут пачау учыцца вялікія песьняры нашага краю, Адам Мицкевич» [там же]. В заключение констатируется плачевное состояние сооружения: «Цяпер з вялікага замку князей асталася толькі тое, што тутака видаць на рысунку».

Во 2-м номере газеты за 1907 г. на 7-й стр. размещена первая фотозаметка «З Банюкоу. Лидскага павету». Некто «Вацюк Тройца» сообщает любопытный факт о том, что в указанном местечке несколько хозяев договорились и устроили «Банюцкую Суполку» с целью оказать помощь сельчанам: «Напачатак маем заводнага бугая з голендэрскага быдла. Бугай гэты гадуецца ўжо год и добра маецца. Кали састарэецца, мы яго прадамо, купим новага. Кали астануцца тады ў нас грошы, то, павэдлуг умовы, яны могуць иски толькі на новую ўсім патрэбную рэч: супольную малацарню, бібліотэку, школу, газету, заводнага жэрэбца, барана...» [8, с. 7]. На иллюстрации изображена корова, а текстовка гласит: «Голендэрскае быдла. З гэтага гатунку есць бугай у Банюках».

Семистрочная фотозаметка «Сабраньне (митинг) турецких кабет в гор. Салонниках» извещала читателей «Нашей Нивы» в № 22 за 1908 г. об участии турчанок в борьбе за принятие конституцию: «Цяпер няволя их скончылася, и кабеты разам з мушчынамі займаюцца палитыкай, збираюцца на митинги, працуюць над устройствам новага жыцця» [15, с. 4]. На фотографии анонимного автора зафиксировано множество женщин, собравшихся на одной из городских площадей греческого города Салоники. Дамы празднично одеты, их головки украшены модными широкополыми шляпками.

Со временем содержание публикаций «Нашей Нивы» становится более глубоким, расширяется тематика. А вот происхождение иллюстративного материала выяснить не удалось: фамилии авторов редакция газеты скрывала. Жанровая палитра иллюстраций, размещенных в «Нашей Ниве», невели-

ка – это, в основном портреты и пейзажи. Первый панорамный пейзажный снимок опубликован на первой полосе в № 28 за 1907 г., имеет текстовку: «Вильня – даўней сталічнае места Литвы і Белай Русі» [11, с.1]. Фотограф выбрал для съемки верхнюю точку, поднявшись на одну из возвышенностей, окружающих город. На снимке хорошо просматривается река Вилия, верхние части церковных храмов, сохранившихся до наших дней. Можно предположить, что автором мог быть наш прославленный земляк Ян Булгак (1876–1950). Известно, что с 1906 г. фотограф проживал в своем имении Пересека под Минском и отсылал корреспонденции в виленские газеты.

Тему охраны национального достояния редакция поднимет на страницах газеты неоднократно. На первой полосе «Нашей Нивы» в № 4 за 1908 г. помещена фотография зубров в Беловежской пуще. Шестистрочная заметка сообщает любопытные сведения не только о размерах диких животных – «найбольшыя с-памеж зьвероў, якіе ёсць цяпер у Эўропі», но предупреждает о возможной угрозе их исчезновения: «Калісь яны жылі блізка па усей Эўропі, але памалу згинулі. Цяпер жывуць толькі ў Белавежскай пушчы – у Гродзенскай губ., ды і то іх тамака ўсяго каля 350 штук». Образ зверя автор передает так: «Зубр падобны трохі да быка дзікага, толькі і з горбам і грывай, ды барадой лахматай; увесь абросшы доўгай шэрсцю. Жыве ён доўга – па 30–50 гадоў. Стары зубр даўжыні каля 5 аршынаў, а важыць 30 або 40 пудоў» [12, с.1].

В 1908 г., в № 24, в продолжение беловежской темы напечатана расширенная фотозаметка «Белавежская пушча». В публикации содержится новостной факт о том, что «у Пушчы недаўна збудавалі новы палац, гдзе затрымаваюцца Цары, як едуць паляваць. Да паляваньня і каб пилнаваць зьвероў, у Пушчы заведзена многа ляснікоў, стрэльцоў, старажоў лесных і т. д.» [16, с. 4]. Материал занимает около трех четвертей полосы, а иллюстрация – половину текста.

Интересна фотозаметка «Народная бібліятэка у с. Остромэчэве», опубликованная на первой полосе «Нашей Нивы» (№ 21 за 9 октября 1908 г.). Предваряет материал эпиграф Янука Купалы (Янки Купалы): «И будзе ўнукаў панаваньне / Там, гдзе сягонья плача дзед» [17, с. 1]. На фотографии изображена ухоженная изба с крашеными ставнями, в которой открылась народная библиотека-читальня имени Ф. Павленкова. Известие о знаменательном культурном событии разнеслось не только по Беларуси: «Адкрылася яна ў 1905 гаду – тры гады таму назад. Апроч кніг, каторых на 50 руб. прыслалі ў бібліятэку з «фонда» Павленкова, дастала яна падмогу грашымы і кнігамі ад товариства з Францыі, ад расейскага пісара Максіма Горкага, ад сьв. Грыгора Петрова і другіх. – У 1907 гаду было 1039 кніг, каторыя брали мужыкі з пяцёх вёсак суседніх. Чытала 220 мужыкоў» [там же].

Содержание фотозаметки свидетельствует, что белорусы – просыпающаяся нация. Стремящаяся к знаниям: «З розных канцоў Беларусі даходзяць да нас вёсьці, што народ, прачнуўшыся у завірусе апошніх гадоў ад духоўнага сну, пачынае разумець вялікае значэнне навукі і цягнецца к сьвету яе». Далее уточняется, что селяне и местечковые люди проявляют заботу о создании школ и библиотек, что не хватает средств, а потому, предлагает журналист, за культурную работу следует взяться людям интеллигентным: «Добры прыклад гэтага дае нам Гродзенская губэрня». Имеются и другие приметы нового: «У Бельским и Брэсцким паветах ёсць ужо пятнаццаць народных бібліотэк-чытальнёў на вёсках і сёлах, а заправляюць імі самы мужыкі, самы складаюць грошы на іх» [там же].

Жанр портрета впервые появляется в «Нашей Ниве» в № 3 за 1906 г. Это репродукции с рисунков Гротгера «Пад сценамі турмы» и «На каторзе». Позже будет «Конокрад» Брандта, опубликованный в № 13 за 1907 г. Иллюстрации не содержат пояснительных текстов, комментариев.

Всю площадь 5-й полосы «Нашей Нивы» (№ 7, 1907 г.) занимает групповой портрет депутатов первой Государственной думы Аладина, Жилкина и Аникина – первый, опубликованный на страницах «Нашей Нивы». Редакция объясняет читателю причину, по которой народные избранники удостоены подобной чести: «Наймацней стаялі за народную свабоду і зямлю для працуючых на ёй. Былі у «Трудавой Групе», да каторай належэлі найбольш мужыцкія дэпутаты» [9, с. 5]. Народные избранники позируют безвестному фотографу, сидя на скамейке под ветвистым деревом. Их позы свободны, исполнены благородства, а лица интеллигентны. На депутатах дорогие костюмы, белые рубашки.

Единственный жанр фотомонтажа представлен в № 17 «Нашей Нивы» за 1908 г. Всю 5-ю полосу занимают изображения первых полос тринадцати периодических изданий, выходивших в Виленской губернии. Автор сетует, что соседи литвины в отличие от белорусов издают на родном языке «аж дзесяць газэт». Его удивляет тот факт, что «свояки» на этом не останавливаются: «ізноў у Вільні нядаўно адкрылася газэта «Litwa», каторую выдаюць литвины па польску і у каторай бароняць справы свае прад усімі, хто не разуме па літоўску» [14, с. 5]. Для сравнения издатели «Нашей Нивы» разместили среди обложек указанных изданий и свою, показывая тем самым их тематическую и идейную близость.

Для современного исследователя журналиста и историка представляет интерес фоторепортаж с сельскохозяйственной выставки, состоявшейся в Слуцке, опубликованный в № 19 «Нашей Нивы» за 1908 г. Текст иллюстрирует единственная фотография, запечатлевшая городской пейзаж с текстовкой «Улица «Шырокая» у Слуцку». Корреспондент, скрывшийся под

псевдонимом «Виленски», не скрывает позитивных чувств от знакомства с представленными на обозрение дарами природы и ремесленными поделками: «Якое-ж тут багацтва!.. На выстаўцэ можна было падзивицца на добрыя гатункі быдла, сьвіней, коні, птацтва, насеньня, фруктаў, якія разводзяць у некаторых маёнтках. – Было там шмат розных машын і прылад да гаспадаркі, ды такіх хитрых, што мужыкі, каторых перабывало на выстаўцэ 3,200 чалавек, ня ведалі, каб такія былі на сьвеце. Им стараліся выглумачыць, што да чаго і якая карысьць за машын. Быў так сама кустарны (дамовага рэ-месла) аддзел. Тут багата было розных харошых тканін, зробленых рукамі вёскавых кабет беларускіх» [15, с. 6–7].

Однако «Виленски» не только перечисляет экспонаты, но и высоко оценивает качество товаров, привезенных из разных мест, передает праздничное настроение участников, при этом не обходя стороной слухов, сопровождающих столь неординарное событие: «Шмат мужыкоў збіраліся прывесьці на выстаўку усё, што ёсць у іх лепшаго, далее розныя чорнасоценцы адгаварывалі іх. Яны ім казалі, бытцам та выстаўка польская, ды паны хочучь паказаць, што мужыкі у нас багатыя і ім, значыцца, ня трэба зямлі... 3 мужкоў некаторыя слухалі гэтую брэхню і не хацелі выстаўляць свайго быдла і другіх рэчэй. Але ўсё гэта глупства, бо вядома нават малому дзіцяці, што меж мужыкоў ёсць багатыя і бедныя, але беднаты найболей» [там же].

Репортер представляет белорусского крестьянина и его «половинку» все не забытыми и обездоленными, а трудолюбивыми, способными упорно трудиться на земле, производить необходимую продукцию, в том числе и ремесленного производства.

Портрет «зеркала русской революции» Л. Н. Толстого, опубликованный на 3-й стр. в № 20 «Нашей Нивы» за 1908 г., предваряет публикацию сказки гениального писателя «Праз зямлю у зямлю» в переводе на белорусский язык [16, с. 3]. Автор по непонятым причинам, – что крамольного в сказке, – предпочел скрыться под псевдонимом «Той самы». Фотография великого старца передает его образ в зрелом возрасте, с густыми нахмуренными бровями и окладистой бородой. Гениальную голову венчает профессорская шапочка. Фотограф оставил на своем произведении автограф «E. Nowicki». Каким образом в редакцию «Нашай нивы» попала эта иллюстрация неизвестно. Нам удалось в архивной фототеке найти идентичную фотографию. При ее рассмотрении выяснилось, что «нашинивцы» скдрировали изображение, изменив план с коленного до поясного портрета. На оригинале мы видим великого писателя, скрестившего руки на коленях, сидящим на деревянной скамье.

Первый фотоочерк появился на страницах «Нашей Нивы» в №21 за 1908 г. и посвящен видному польскому и белорусскому поэту, историку ли-

тературы, переводчику Владиславу Сырокомле (1823-1862). Публикация приурочена к его дню рождения. Портрет – копия живописного, выполнен в технике офорта. Художник-график сумел передать характер героя, с особой тщательностью изобразив руки и лицо. Автор текста подчеркивал, что «хощь писаў Сырокомля па польску, але належаў ён да тых нямногих людзей, каторыя, личачы сябе за гармадзян нашага краю, шануюць народ тутэйшы, яго правы, мову»[18. с. 4–5].

Известный белорусский историк О. Г. Слука о роли «Нашей Нивы» в подъеме национального самосознания, развитии белорусской культуры высказался так: «Выход газеты «Наша Нивы» у 1906 г. фактычна азнаменаваў пачатак новага стагоддзя ў развіцці сучаснай беларускай гісторыі і культуры». Ученый определил это издание как первую ласточку национальной периодической печати, а в подзаголовке газеты «Першая Беларуская Газета з Рысункамі» особо выделил его первую часть – «ПЕРШАЯ БЕЛАРУСКАЯ газета!» [2, с. 78]. Предположим, что именно таким оригинальным способом редакция издания стремилась подчеркнуть собственное кредо. Вторая часть подзаголовка «3 РЫСУНКАМИ», по нашему мнению, играла скорее всего, маскирующую роль: в 67 номерах «Нашей Нивы», увидевших свет в 1906–1908 гг., было опубликовано чуть более двух десятков фотографий и рисунков. В изданиях за 1907 г. они полностью отсутствуют в №№ 1, 3, 4–6, 8–12, 14–20, 22, 24–26, 29–32, 35, 36; в номерах за 1908 г. нет иллюстраций в №№ 2, 3, 5, 7–15, 17, 18, 23. Объяснить этот феномен можно не только дефицитом средств и иллюстративного материала, высокой стоимостью полиграфических услуг. Это – объективные причины. Повторим: упоминание о рисунках в подзаголовке явилось своеобразной попыткой скрыть от внимания цензоров главное направление редакционной деятельности. Тем не менее, среди множества достоинств «Нашей Нивы» особо отметим еще одно: успешное освоение жанров фотожурналистики.

Літаратура

1. Газеты Беларусі, 1776-1975 : Бібліяграфічны паказальнік / Нац. кн. Палата Беларусі ; [склад. Л. М. Няхайчык і інш.]. Мн., 2003. – 316 с.
2. Слука А. Г. Беларуска журналістыка : падручнік / А. Г. Слука. – Мінск : БДУ, 2011. – 447 с. – (Класічнае ўніверсітэцкае выданне).
3. Федосова, Е. П. Лев Толстой и искусство фотографии. Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого, № 3 (11), октябрь 2014 г.
4. «Наша Нива». – 1906. – 10 ноября. – С. 5.
5. «Наша Нива». – 1906. – 17 ноября. – С. 1.
6. «Наша Нива». – 1906. – 22 декабря. – С. 5.
7. «Наша Нива». – 1907. – 9 января. – С. 1.
8. «Наша Нива». – 1907. – 13 января. – С. 7.
9. «Наша Нива». – 1907. – 18 февраля. – С. 5.

10. «Наша Нива». – 1907. – 21 июня. – С. 1.
11. «Наша Нива». – 1907. – 31 августа. – С. 1.
12. «Наша Нива». – 1908. – 15 февраля. – С. 1.
13. «Наша Нива». – 1908. – 14 марта. – С. 1.
14. «Наша Нива». – 1908. – 11 сентября. – С. 5.
15. «Наша Нива». – 1908. – 11 сентября. – С. 6-7.
16. «Наша Нива». – 1908. – 25 сент. – С.3.
17. «Наша Нива». – 1908. – 9 октября. – С. 1.
18. «Наша Нива». – 1908. – 9 октября. – С. 4-5.
19. «Наша Нива». – 1908. – 23 октября. – С. 4.
20. «Наша Нива». – 1908. – 20 ноября 1908. – С. 5.

Ликия Яницкая

Белорусский государственный университет

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И СОТРУДНИКОВ В БЕЛОРУССКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Диалог между работодателями и сотрудниками может выстраиваться как внутри конкретной организации, так и во внешней среде, медиапространстве. Работодатели активно используют ресурсы медиарынка для формирования положительного имиджа и привлечения новых сотрудников. Стоит отметить, что и СМИ республики проявляют все больший интерес к данной теме.

В 2001 г. на информационном портале «TUT.BY» был открыт сервис «Работа. TUT». Изначально сервис представлял собой исключительно базу вакансий от белорусских компаний и базу резюме от соискателей. В 2010 г. платформа переросла в отдельный сайт jobs.tut.by благодаря объединению с российским сервисом подбора сотрудников HeadHunter.ru [6].

Основное направление деятельности осталось неизменным: база вакансий и резюме, но были введены новые функции, оптимизирующие работу с сайтом. Так, была проведена работа по повышению уровня достоверности предоставляемой информации. По словам директора по проектам TUT.BY Кирилла Волошина, была создана серьезная процедура проверки на подлинность каждой вакансии и каждого работодателя, что дает соискателям уверенность, что и компания, и вакансия действительно существуют. «Для работодателей же был оптимизирован процесс подбора сотрудников благодаря различным способам привлечения внимания к своим вакансиям, а также уникальной системе поиска и обработки резюме. Кроме того, компании получают презентационные страницы, повышающие привлекательность и информативность объявлений» [7].

Еще одним важным нововведением стало создание исследовательского центра. Сотрудники этого центра занимаются изучением белорусского рынка труда: проводят опросы среди работодателей и соискателей, осуществляют мониторинг динамики размещения вакансий и резюме, анализируют уровни зарплат в различных отраслях деятельности. Представленные исследовательским центром аналитические материалы являются актуальными и помогают работодателям и соискателям лучше понимать требования и пожелания друг друга, а также позволяют увидеть состояние рынка труда Беларуси.

Так, недавние исследования показали, что 80 % белорусов готовы сменить работу ради более высокой зарплаты. При этом 41 % белорусов получали встречные предложения от своего работодателя в условиях, когда они решались покинуть компанию. Уступки проявлялись в самой разной форме: более высокий уровень заработной платы, перспективы карьерного роста, новый функционал, гибкие условия труда и премиальные бонусы [4].

Еще одно исследование посвящено синдрому выгорания сотрудников на рабочем месте. Выяснилось, что это понятие знакомо 78 % белорусов. Сотрудники различных компаний показали, к каким негативным последствиям для деятельности всей организации это может привести. Организаторы исследования не только собрали мнения работников, но и дали конкретные советы работодателям по устранению данной проблемы. «По результатам опроса оказалось, что положительное воздействие на борьбу с потерей интереса к работе способны оказать обсуждения проблем и конструктивное взаимодействие с руководством и возможность проявления инициативы для сотрудников. Материальное вознаграждение и даже словесная похвала со стороны начальства может оказать существенное влияние на боевой дух работников. Обучение, повышение квалификации, а также правильно распланированный рабочий день без авралов и переработок будет способствовать энтузиазму и вовлеченности людей в рабочий процесс» [4].

Аналитика подобного рода, ее изучение работодателями и сотрудниками дает возможность оптимизации коммуникационных процессов и стратегии внутреннего PR и HR в белорусских компаниях. Сотрудники получают возможность открыто и безбоязненно говорить о проблемах в своей организации, руководство же получает реальные советы по усовершенствованию рабочего процесса. Таким образом, можно утверждать, что работа исследовательского центра РАБОТА.TUT.BY способствует налаживанию диалога между работодателями и сотрудниками.

Востребованность сервиса РАБОТА.TUT.BY в целом можно оценить следующими показателями. По состоянию на 5 сентября 2016 г. на сайте размещено более миллиона резюме от соискателей со всей страны, более

пятнадцать тысяч вакансий, и представлено 45 тыс. 206 белорусских компаний в качестве потенциального работодателя.

Схожие услуги для соискателей и работодателей предоставляет также интернет-ресурс «Praca.by». Созданный в 2000 г., данный портал, надо отметить, не пользуется таким успехом, как его конкурент РАБОТА.TUT.BY. Сами создатели данного сервиса позиционируют его исключительно как инструмент, ускоряющий процесс налаживания контакта между работодателем и соискателем. Компании также имеют собственные презентационные страницы на «Praca.by», однако они не обладают такой же привлекательностью, как на сервисе-конкуренте. Информация о вакансиях также представлена весьма скупо и не способствует оптимальному формированию имиджа работодателя [5].

Проблема взаимодействия работодателей и сотрудников представлена на белорусском рынке не только технологичными сервисами-базами резюме и вакансий. В последние годы развивается рассмотрение данной проблемы как научного и практико-ориентированного дискурса.

Так, в 2012 г. родилась идея создания мероприятия, объединяющего профессионалов Беларуси в области управления персоналом. В 2012 г. был проведен Первый HR-конгресс. Организационный комитет мероприятия определяет его не просто как конференцию, а встречу профессионалов HR, ориентированную на поиск решений, постановку новых задач и обсуждение актуальных тем. Задачи конгресса сформулированы организаторами следующим образом:

- создание площадки для коммуникации лидеров в сфере HR;
- освещение новых тенденций в области управления персоналом;
- обмен опытом с иностранными коллегами;
- адаптация успешного опыта коллег к существующим условиям;
- представление точки зрения собственников на проблемы и вопросы HR;
- повышение статуса профессии [1].

Первый HR-конгресс проходил под общей темой «Инвестиции в HR», в рамках которой также рассматривались такие подтемы, как «HR-бренд компании как ее стратегический ресурс», «Талант-менеджмент: обучение и развитие сотрудников компании», «Стратегическая роль HR-директора компании» и «Мотивация сотрудников компании». Второй HR-конгресс, проходивший в 2013 г., рассматривал способы удержания и вовлечения сотрудников как стратегическую задачу human resources [1].

Организаторы конгресса, проанализировав обратную связь участников Второго HR-конгресса, пришли к выводу, что белорусский бизнес-рынок не может решить все вопросы взаимодействия с сотрудниками посредством одного мероприятия для профессионалов HR. В связи с этим было принято

решение о создании «Фестиваля HR-технологий», который должен соответствовать следующим критериям:

- для всех HR-ов: начинающих и продолжающих, опытных и не очень;
- инструментальность: узкие практические темы, раскрытые Мастерами-практиками;
- творческое настроение и стиль Casual: неформальное общение, возможность не только отлично поработать, но и пообщаться и отдохнуть. Хорошие идеи приходят в свободной обстановке [3].

Таким образом, HR-конгресс направлен скорее на изучение трендов белорусского рынка труда, дискуссии на актуальные темы и профессиональный рост специалистов в области управления человеческими ресурсами. Фестиваль же ориентируется на конкретные задачи, стоящие перед менеджерами по работе с персоналом, и поиск реальных решений. Актуальность данных мероприятий мы предлагаем оценить, изучив список информационных партнеров, среди которых находим:

- онлайн-ресурс «РАБОТА.TUT.BY»;
- газета «Аргументы и факты в Белоруссии»;
- радио «UNISTAR»;
- интернет-портал «BEL.BIZ»;
- сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН»;
- бизнес-журнал «Дело»;
- бизнес-клуб «IMAGURU»;
- интернет-портал «Open.by»;
- бизнес-портал «Maxi.by»;
- интернет-портал «Счастливый персонал»;
- и другие [4].

Как мы видим, развитие взаимодействия между работодателями и сотрудниками интересует как узкоспециализированные издания для деловых людей, так и массовые издания. Это говорит об осознании не только коммерческой, но и социальной важности отношений «работодатель – сотрудник» в Беларуси.

Важным этапом в развитии осознания белорусскими работодателями важности диалога с сотрудниками стало создание независимой ежегодной премии «HR-бренд». Преимущества участия в премии организаторы характеризуют следующим образом. Во-первых, это возможность рассказать о лучших практиках и проектах компании по формированию имиджа работодателя, а также перенять успешный опыт других работодателей. Во-вторых, это признание успеха организации в бизнес-сообществе, среди экспертов и коллег, клиентов и соискателей [2].

Помимо этого, организаторы сформулировали преимущества работы над HR-брендом компании в принципе. К таковым относятся:

- уменьшение расходов на подбор персонала:

- оптимизация расходов на работу с персоналом, в том числе прямая экономия на зарплатах;
- снижение текучести кадров;
- эффективный и нестандартный способ рекламы продуктов или услуг, предлагаемых компанией [3].

Прошедшая впервые в 2014 г. премия показала, как много организаций реализуют проекты по формированию имиджа как работодателя – на главный приз в четырех номинациях претендовали 28 белорусских компаний с 34 проектами. Отметим, что организаторы премии следят за изменением внешних факторов и условий, влияющих на работу организаций. В связи с этим в преддверии «HR-бренда 2015» были сформулированы следующие пункты, определяющие роль специалистов по работе с сотрудниками во время изменений такого рода:

- оптимизируя персонал, сохраняют положительный образ работодателя;
- вовлекают сотрудников;
- подтверждают стандарт качества своей работы над репутацией компании как работодателя;
- возвращают рабочую команду на пик эффективности;
- привлекают сотрудников, готовых возглавить изменения в компании;
- предлагают баланс материальной и нематериальной мотивации [3].

Литература

1. О конгрессе // HR-конгресс Минск, Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://hrcongress.by/o-kongresse.html>. – Дата доступа: 05.09.2016.
2. О премии // Премия HR-бренд Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://belarus.hrbrand.ru/2014/about/>. – Дата доступа: 05.09.2016.
3. О фестивале // Фестиваль HR-технологий Минск, Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://hr-fest.by/o-festivale/o-festivale.html>. – Дата доступа: 05.09.2016.
4. Партнеры // Фестиваль HR-технологий Минск, Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://hr-fest.by/partneri-i-partneram.html>. – Дата доступа: 05.09.2016.
5. Портал на рынке предложений труда praca.by [Электронный ресурс]. – 2000. – Режим доступа: <http://praca.by/>. – Дата доступа: 05.09.2016.
6. TUT.BY // Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/TUT.BY>. – Дата доступа: 05.09.2016.
7. TUT.BY и HeadHunter (Россия) объявляют о запуске совместного проекта РАБОТА.TUT.BY // TUT.BY [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://news.tut.by/press/185193.html>. – Дата доступа: 05.09.2016.

КАНЦЭПТУАЛІЗАЦЫЯ Ў ГАЗЕЦЕ «НАША НІВА»: СУБСФЕРА НАЦЫЯНАЛЬНАЕ ЖЫЦЦЁ

Універсальны канцэпт жыццё ў межах інфармацыйнага поля газеты паўстае ў новых атрыбутыўных сувязях – наша жыццё, нацыянальнае жыццё. «Цяпер ўжо можна гаварыць і пра нашае жыццё. Доўга мы спалі, доўга ціхімі крокамі набліжаліся да ідэі нацыянальнага вызвалення і... набралася такі сіл для вытварэння *ўласнага нацыянальнага жыцця*» (1909. 3 (16) сеньц.). Гэта звязана з асноўнай мэтай газеты – абудзіць у працоўным беларусе «пачуццё правоў чалавека і павіннасці грамадзяніна», паказаць яму, «што і ён не горшы за другіх людзей», давесці, што «кожны народ мае права жыць, як асобная нацыя, развіваць сваю мову, сваю літэратуру, мае право пазнаваць навукі ў сваёй роднай мові, развіваць сваю культуру» (1908. 28 марца). Газета вызначае сваю галоўную задачу: «быць люстрам жыцця» (1906. 10 ліст. (23 ноября). «Мы пачынаем жыць другі раз... Беларусы, хоць і спалі, але не забыліся, хто яны, не пакінулі ні мовы, ні звычаяў сваіх. *Нацыянальнае жыццё* было глыбока захавана, як пачатак жыцця ў тых зернях пшэнічных, што знайдзены ў тысячалетніх магілах. І як зярняты ўзышлі і далі ураджай. Так народ беларускі васкрос і ідзе к *новаму жыццю*» (1908. 25 (8) сеньц.).

Субсфера нацыянальнае жыццё ўключае шэраг канцэптаў. Дамінуючым сярод іх з'яўляецца канцэпт нацыяналізм. Газета тлумачыць: «Не трэба зачыняцца ў *вузкім нацыяналізме*. Беларускі малады рух бярэ ўсё найлепшае з сусветнай культуры, бярэ ў суседзяў тое, што ўзмацняе і развівае здаровыя народныя асобнасці. Але трэба баяцца, каб гэтае чужое не замянілася ў гвалт» (Беларускі каляндар «Нашай Нівы», 1914. № 83). «Наша Ніва» ніколі і нідзе не выступала супраць іншых народаў. «Трэба, каб славяне жылі, як браты: і любіліся, і дружліся. У Беларусі ўсе спакойна змесцяцца, калі будуць у кожным шанаваць чалавека і грамадзяніна. Калі ў нас пойдзе сварка меж нацыямі, то Беларусь зробіцца самым нешчасным краем...» (1908. 4 грудня (17 дзек.). Першае беларускае легальнае выданне заўсёды заклікала паважаць іншыя культуры, вучыцца ў іх. «І беларусом, бяручы культуру ад рускіх і ад палякоў, німа ніякай патрэбы забываць, што яны беларусы» (1908. 25 апр.). Газета адстойвала роўнасць усіх народаў і права кожнага з іх на самавызначэнне: «Кожны чалавек павінен дайсьці да таго, што ўсіх людзей на сьвеці будзе лічыць сваімі братамі, блізкімі і роўнымі, а для гэтаго трэба, каб ён мог і сябе лічыць за чалавека з усімі нацыянальнымі правамі» (1909. 21 мая). Як адзначае даследчык В. Лукін, «нацыяналізм на

старонках газеты – гэта заклапочанасць інтарэсамі сваёй нацыі, развіццём нацыянальнай культуры, навукі, эканомікі» [Лукін, с. 11].

Ставячы перад сабой задачы ўсебаковага адлюстравання нацыянальнага жыцця, «Наша Ніва» не цуралася «дробных» спраў – культуры земляробства, барацьбы з гаспадарчай нядбайнасцю, п’янствам. Падняцце культурнага і маральнага ўзроўню народа газета лічыла задачай кожнага дня. Як вынік заняпаду старажытных народных звычаяў разглядала руйнаванне чалавечай маралі. Канцэпт п’янства з’яўляецца цэнтральным вузлом стандартнай ментальнай схемы людскія заганы: «Ой вы людзі, ня ведаеце, што гарэлка – гэта чартоўская дачка: яна да добрага не давядзе, усе зло творыць; перэстаньце піць, а за гэтыя грошы выпішце газету, то будзеш мець у галаве свет» (1909. 6 (19) аўг.).

Увайшоўшы ў ранг ключавага, слова семантычна пашыралася, набывала асацыятыўныя сувязі з іншымі паняццямі (цёмната – п’янства – свет – навука – мова – свабода – нацыянальнае жыццё): «Калі будзе ў нас менш беднасці і цёмнаты, тады у нас і п’янство будзе меншае. І чым далей будзе ісьці народ пуцінай сьвету, тым менш будзе зладзейства і п’янства, менш смертных выпадкоў праз яго. А ўсё гэта будзе тады, як дадуць нашаму народу правы на жыццё, якіх ён цяпер ня мае, дадуць яму самому разбірацца ў сваіх справах. Дадуць яму грамадскую і нацыянальную вольнасць, каб ён пачуваў сябе чалавекам. А разам с тым трэба клапаціцца каб менш цёмнаты было ў народзе, каб больш людзей самі маглі разбірацца ў заплутаных праявах жыцця. А дзеля гэтага трэба завадзіць больш школ, ды пры гэтым з навучэннем у роднай для вучнёў мове, каторыя адны толькі змогуць разagnaць цёмнату неведання, што абгарнула нашу вёску. Толькі сьвет навукі, ўвабранай у родную нацыянальную апратку, зможэ здалець п’янства» (1909. 29 (11) акц.).

Газета дамагалася вялікай сілы эмацыянальнага ўздзеяння на чытача шырокім выкарыстаннем метафар-характарыстык у якасці кантэкстных эквівалентаў паняцця нацыянальнае жыццё: «Ночка, цёмная ночка панавала ў Беларусі, і пад яе чорным скрыдлам ешчэ больш галеў забіты беларускі вёскowy народ» (1906. 22 снежня (дзек.). Найбольш пашырана метафара цёмната: «Каб нашы беларусы сталі моцнай нацыяй, каб яны здалелі заваяваць сабе агульна-людзкія правы, патрэбны два варункі: перш-наперш трэба як найбольш сьвету даць беларусам, бо цёмната – глаўная прычына нашага цяжкага палажэння; а ешчэ – падняць нацыянальную сьведомасць беларусоў» (1908. 28 марца). Выхад з гэтага становішча газета бачыць у стварэнні нацыянальнай школы: «Нацыянальная школа – гэта найлепшы спосаб шырыць у народзе праўдзівы свет навукі, без каторага ніводная нацыя ня можэ нарыхтаваць жыццё свае сама..» (1908. 15 (28) серпня).

Беларусы глядзелі на жыццё з практычнага боку, таму неабходнымі складнікамі яго лічылі «і страву, і забаву, і навуку» (1909. 7 (20) мая). Слова смерць у кантэксте газеты набывае сувязь з канцэптам жыццё: «Якое бы ні было жыццё, ці смутнае ці вяселае, беднае ці багатае, труднае ці легкае, ніхто ня хочэ з ім растацца. Якое бы яно ні было – любім яго крэпка, смерці баімося і уцекаем ад ёй» (1906. 10 ліст. (23 ноябра). У шэрагу матэрыялаў замест слова смерць выкарыстоўваюцца маўленчыя формулы эўфемістычнага характару: «павяла на той свет», «пачне касіць без разгляду» (1909. 23 (5) ліпня), «зышоў ў магілу» (1909. 21 мая).

Па матэрыялах газеты можна меркаваць, як час мяняе жыццёвыя парадкі, рушыць усталываны стагоддзямі лад. З патрабаваннем правоў чалавека з’явілася і патрабаванне свабоды выбару як у грамадскім, так і ў асабістым жыцці: «Пара ужо, каб закон ясна гаварыў, што пара людзей – не пара сабак, каторых можна трымаць на сворцы не пытаючыся, ці гэтаго яны хочуць, ці ня хочуць» (1909. 6 (19) аўг.). Такім чынам, «Наша Ніва», рэпрэзентуючы змены ў соцыуме, вербальна замацоўвае новую з’яву як норму. «Даўней мужыкі перэд усякім начальствам за вярсту шапкі здымалі дый ў рукі іх цалавалі. Цяпер ужо гэты абычай выводзіцца. Навэт старыя – і тые ў цэркві пацалаюць крыж і барджэй адварачываюцца, каб поп не падсунуў сваю руку цалаваць. Калі спытаецца мужыкоў, чаму яны перэсталі уніжацца перэд сваімі непрошэнымі « апекунамі » – ўсюды паслышыце атказ: «Бо ўжо дурніца прайшла» (1906. 14 грудня (27 дзек.).

«Наша Ніва» вылучае праблему спадчыны як неад’емную задачу ўсяго вызвольнага руху. Газета слухна зазначае, што спадчыну, якая «засталася ад дзядоў і прашчураў нашых, мы павінны любіць і шанаваць, не зважаючы на звягу праціўнікаў нашых» (1909. 24 (7) сеньц.). Усведамленне мінулага і сучаснага, паважлівае стаўленне да каштоўнасцяў культуры намнога пашырала лагасферу, спрыяла яе ўзбагачэнню, развіццю нацыянальнай самасвядомасці.

Газета шукае шляхі вырашэння галоўнай праблемы – пераадольвання ў беларускім народзе сацыяльна-«мужыцкай» абмежаванасці. Стоеная ў мужыцкай цягавітасці сіла, цярпліваць народа болей не маглі, не павінны былі абарочвацца ў ягоную слабасць. «І ўсё-ж такі прыбыты і прыніжэны беларус працуе над адраджэннем сваей мужыцкай, простаей мовы, дабіваецца навукі і лепшага жыцця» (1909. 18 (1) юня). У той жа час, як адзначае даследчык М. Ермаловіч, «Наша Ніва» не падганяла свой народ пад меркі іншых народаў, не глядзела на яго праз прызму чужых схем, а бачыла яго такім, якім ён быў у сапраўднасці» [Ермаловіч, с. 167]. Газета адкрыта пісала і пра недахопы беларусаў: «Наш беларус будзе перш вылічаць перашкоды, а потым палезе на печ...» (1909. 16 (29) апр.).

Сцвярджаючы роўнасць усіх людзей і народаў, газета дэкларуе і раўнапраўнасць веравызнання: «Не забывайце, людзе, што вера – справа сумлення; што каталік, і праваслаўны, і жyd – кожны так сама хочэ лепшае долі і свабоды, так сама цяжкаю працаю дабывае чорствы хлеб» (1907. 19 янв. (стычня). Газета выступае супраць любых несправядлівых адносін паміж вернікамі: «Для нас усе рэлігіі роўныя. І калі адну рэлігію будучь падтрымліваць сілай, а другую будучь ціснуць, то гэта будзе несправядліва і саўсім не па хрысціянску» (1908. 22 мая). Як пацвярджэнне таго, што беларускаму менталітэту заўжды была ўласціва верацярпімасць, «Наша Ніва» піша: «Беларускі народ – адзін, ня глядзячы на тое, што адны з нас праваслаўныя, другіе – каталікі. Вера – гэта справа суменьня кожнаго чалавека, і мы ўсе – браты родныя, сыны адной бацькоўшчыны – Беларусі. Мы жадаем, каб нас не разрэзалі на часткі» (1909. 15 (28) акц.). У маўленчай формуле «пры людзях, у касцёлі, ў цэркві» мы бачым тры асноўныя локусы народнага жыцця: пры людзях – гэта і кірмаш, і месца працы – усе «свецкія» месцы, дзе людзі сустракаліся адзін з адным; у той час як касцёл і царква – гэта святое месца, Божы дом – канфесійна-дыферынцыраваныя локусы, але раўназначныя ў ментальна-маўленчай дзейнасці беларусаў. У газеце сцвярджаецца неабходнасць самастойнай дзейнасці: «Каб людзі самі аб сабе думалі, каб на Бога не складалі ўсяго клопату, то б яно неяк лепш бы жылося» (1907. 1 (14) юня). Газета заўважае і змены, якія адбываюцца ў свядомасці: «Беда з мужыком, мусіць, ён і пекла перастаў ўжо палехацца» (1907. 20 апр.). Аналіз матэрыялаў газеты дае падставы вызначыць агульную мысленчую максіму ў адносінах да рэлігійнай веры ў гэты перыяд – верацярпімасць і свабода сумлення як духоўныя каштоўнасці.

Аналіз спецыфікі канцэптуалізацыі ў газеце дазваляе сцвярджаць, што беларусы лічылі галоўнай якасцю сапраўднага чалавека – сумленне: «Калі гэта будзе чалавек справядлівы, то чы ён каталік, чы праваслаўны – роўна будзе стаяць і за каталікоў, і за праваслаўных» (1907. 19 янв. (стычня). Таму і жыццёвая пазіцыя была адпаведная: «Кіравацца ў жыцці розумом, суменьнем і волей...» (1909. 1 (14) мая), бо «суменьне чалавека, яго думкі і вера – рэч святая» (1907. 2 лют. (февр.)). Яшчэ адзін з найбольш важных канцэптаў у дыскурсе газеты – праўда, тое ідэальнае, да чаго імкнуўся народ: «Трудна лепшай чакаць долі, калі праўды мала!» (1909. 16 (29) апр.). Праўда і сумленне ў інфармацыйным полі газеты функцыянавалі як дамінанты аднаго семантычнага поля: «Ня мог браць на сваё суменьне людзкога жыцця і сказаў праўду...» (1909. 7 (20) мая). Слова праўда актыўна выкарыстоўвалася ў шматлікіх маўленчых формулах: *праўдзівыя сыны роднай бацькоўшчыны, праўдзівыя патрэбы, праўдзівы голас, праўдзівыя*

словы, праўдзівыя беларусы. Праўда становіцца асноўнай камунікатыўнай якасцю маўленчага ідэалу «Нашай Нівы».

Беларускі народны каляндар увабраў у сябе розныя культурныя традыцыі, таму беларусы шмат святкавалі. Гэта пацвярджаецца і «Нашай Нівай»: «Людзі вельмі ласы да сьвятаў, сьвяткуюць, здаецца, больш, як на ўсім свеце. Сьвяткуем часта і каталіцкіе, і праваслаўныя сьвята, ды ешчэ свае беларускіе. Дый ёсць сьвята скацінскіе...» (1909. 9 (22) янв.). У гэтым газеце бачыць і негатыўныя праявы: «Калі добра палічыць, дык выйдзе, што працуем у гаду дзён сто, а рэшта дзён ляжым на печы, або ешчэ горш – сядзім у шынку» (1909. 9 (22) янв.). Заклік да працы – з’ява звычайная на старонках «Нашай Нівы»: «А ці прыходзіла калі вам у галаву падлічыць, колькі мы ў год гэтых дзён сьвяткуем, дый марнуем? Трэба сабе добра ўбіць у галаву, што колькі сьвятоў прасьпіш, столькі будніх дзён галодны зубамі будзеш ляскаць» (1909. 6 (19) аўг.). «Ласы да сьвятаў» беларусы і сёння, але на такое вобразнае, майстэрскае асэнсаванне гэтай традыцыі ў сучасным друку не натрапіш.

Ніколі раней беларусы не ўводзілі ў абсалют грошы. Газетай гэты канцэпт асэнсоўваецца як пэўная жыццёвая неабходнасць: «Мусіш усе сілы накіраваць на тое, каб хаця палепшыць гаспадарку. Але на гэта, апроч знаньня, навукі, патрэбны грошы: хаця зямелька іх верне з лішкам, дык жэ часта німа скуль пазычыць іх» (1908. 18 грудня (31 дзек.), «Без грошэй на аблізаным куска і самаму разумнаму і вучонаму чалавеку цяжка што-небудзь зрабіць» (1908. 11 (24) сеньц.).

Такім чынам, працэс канцэптуалізацыі ў нашаніўскай інфармацыйнай прасторы быў арыентаваны не толькі на адлюстраванне найбольш значных канцэптаў нацыянальнай лагасферы таго часу, але найперш на фарміраванне нацыянальнай самасвядомасці, на выхаванне павагі да сябе, на барацьбу з ментальнымі заганамі, якія перашкаджаюць самаідэнтыфікацыі беларусаў як нацыі, рупліва выкрышталёваў нацыянальную ідэю.

Літаратура

1. Ермаловіч, М. Слова пра «Нашу ніву» / М. Ермаловіч // Польша. – 1990. – № 2 – С. 166–169.
2. Лукін, В. С. «Наша ніва» – цэнтр нацыянальна-культурнага адраджэння (1906–1915 гг.) / В. С. Лукін. – Мінск : БДПУ імя М. Танка, 2000. – 35 с.

«МЕДИАМЕТРИКС» КАК ФЕНОМЕН: СИМУЛЬТАННОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ МЕДИАСРЕДЫ И СЮМИНУТНОСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ НОВОСТНОЙ АГРЕГАЦИИ

Современные условия возрастающей конкуренции в медиасреде стимулируют и активно расширяют поиск новых средств и механизмов для завоевания высоких позиций в иерархии потребительских возможностей в сфере общественного информирования. Во многом это связано с процессами активного технологического и функционального обновления в медиапространстве как Беларуси, так и соседних с ней стран.

Рост сегмента мобильных устройств, важной особенностью которых является расширение потенциала для контакта у аудитории, приводит к тому, что пользователи имеют возможности обращения к услугам и контенту Сети в разное время суток, в различных точках и с устройств всевозможных типов. Особую роль в этом приобретают новостные агрегаторы.

Проект «Медиаметрикс» (<http://mediametrics.ru/rating/ru/online.html>), новостной агрегатор на основе данных из социальных сетей (рейтинга посещаемости сайтов), сегодня включающий также собственную интернет-радиостанцию, был запущен в 2013 году. Ресурс позиционирует себя как сайт «свежих котировок новостей». Этот сайт предоставляет рейтинг большей частью русскоязычных новостей в социальных сетях и организуется по количеству переходов на сайты новостей из различных социальных сетей (Facebook, Twitter, Вконтакте, Одноклассники и другие). Таким образом, именно здесь пользователь может увидеть те новости, которые больше всего заинтересовали других реальных пользователей. На сайте чаще других возможно встретить новости таких известных ресурсов, как: Lifenews, РИА-новости, «Россия сегодня» (RT), Lenta.ru, Vesti.ru и других известных изданий. В белорусской версии – «Сильные Новости» (Гомель), «Комсомольская правда», «Наша ніва», «СБ. Беларусь сегодня», БелТА. Данные о посещаемости новостей предоставляются сервисом статистики LiveInternet.

Если кратко остановиться на описании данного динамичного новостного агрегатора, то картина выглядит следующим образом. На главной странице сайта расположены, разумеется, новости в виде рейтингового списка, который в реальном времени меняет свои позиции. Цифры, которые находятся в конце каждой строчки, демонстрируют количество пользователей, просматривающих ту или иную новость именно в этот момент времени. Интерфейс главной страницы не загружен ненужной информацией, посетитель сайта сразу же видит то, что он искал, открыв этот сайт.

Специальная панель позволяет приостановить обновление рейтинга, которое происходит каждые несколько секунд. Время, в которое предоставлены данные, в нормальном режиме отстает от реального времени на 10-15 секунд. Клик по времени останавливает автоматическое обновление данных, повторный клик возобновляет. Также можно отсортировать популярные новости: самые популярные за 10 минут, за час, за сутки или за месяц. Причем период отсчитывается от текущего времени, например, в 15:02 «за час» означает период с 14:02 по 15:02. «Сутки» – это последние 24 часа, а не календарный день с полуночи, «неделя» – последние 7 дней. Можно выбрать ту или иную социальную сеть, чтобы просмотреть список новостей, актуальных именно в ней. Есть возможность выбрать регион России или страну, новости которой будут отображены в рейтинге – Россия, Азербайджан, Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Украина, США, Израиль и многие другие, или же остановить свой выбор на всех странах одновременно. При выборе страны или региона представляются новости только тех сайтов, которые причислены к данной стране или региону; привязка осуществляется автоматически по преобладающей аудитории сайта.

Небольшая панель, находящаяся слева от рейтингового списка российских СМИ, предлагает обзор актуальных курсов трех валют по отношению к рублю (доллар, евро, юань), а также текущую стоимость нефти (в долларах за баррель). В белорусской версии подобная панель отсутствует.

Немного выше курса валют расположена панель, которая позволяет легко перемещаться по темам. Ресурс предлагает просмотреть новости технологий, новости бизнеса или новости спорта. Существует и ссылка, при помощи которой можно быстро возвратиться на главную страницу.

При помощи панели значков можно сравнить рейтинги по заданным пользователем параметрам: увидеть рейтинг СМИ, рейтинг авторов, рейтинг компаний, рейтинг персон, рейтинг изданий, а также осуществить поиск, который является аналитическим инструментом для изучения новостного потока по тематическим запросам, а через клик по иконке – посмотреть все новости выбранного СМИ. Присутствуют небольшие часы, отображающие точное до секунды время в регионе.

На фоне изображения Кремля (а в белорусской версии – обелиска Победы «Минск – город-герой») расположена ссылка на аудио-продукт ресурса – у сайта есть собственное радио, эфир которого работает круглосуточно. Ниже названия указан тип программы, которую прямо сейчас можно прослушать, нажав на кнопку.

Желтым фоном выделены свежие новости, появившиеся в течение выбранного периода (10 минут, час, сутки, неделя, месяц).

При ограничении выборки по каким-то критериям (социальная сеть, страна, регион) показывается число посетителей, перешедших на новость

за выбранный период в соответствующей выборке. Если число в данный момент растет или падает, это помечается фоном: зеленым – рост, розовым – падение. Стрелками отмечено движение новости по позициям рейтинга вверх или вниз, число означает, сколько раз подряд поднималась новость в рейтинге. Чем выше число, тем быстрее и стабильнее новость движется вверх или вниз.

Красным фоном выделены новости, которые быстро двигаются вверх по рейтингу, «горячие новости» [1].

Верхние позиции в рейтинге самих новостных агрегаторов в русскоязычном пространстве в настоящее время занимают известные поисковые системы. Самым популярным агрегатором считается Google, который находится по ссылке <http://news.google.ru/>. Несколько уступает ему Яндекс. Новостной агрегатор этого поисковика является наиболее популярным в Рунете, и его посещаемость достигает 1 млн. пользователей в сутки (<http://news.yandex.ru>). Третье место принадлежит новостному агрегатору поисковой системы Рамблер (<http://news.rambler.ru>), делающего качественную проверку новостей и следующего неукоснительному правилу – постановки пяти новостей на странице. Четвертая и пятая строки за новостным агрегатором от системы Mail.ru, адрес которого: <http://news.mail.ru>, и вышеуказанным сервисом статистики LiveInternet, с посещаемостью около 10 000 в сутки (<http://news.liveinternet.ru>).

В сравнении с лидирующими агрегаторами поисковых систем mediametrics.ru не имеет такой популярности и количественно сильно уступает. Но все же выгодно отличается динамизмом, понятным и удобным интерфейсом и, что важно, политическим плюрализмом.

Симультанное, перманентное и полностью автоматическое изменение медиасреды на экране смартфона, планшета или ноутбука, синхронное обозрение «горячих новостей» из разных источников и возможность их прочтения в короткий временной промежуток на «Медиаметриксе», как едином информационном ресурсе, является решающим фактором его растущей популярности во многих русскоязычных странах. А его соответствие одному из трендов организации медиапространства в наши дни становится предметом пристального внимания специалистов-практиков и объектом изучения в учебных заведениях соответствующего профиля.

Литература

1. Информация о рейтинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediametrics.ru/info/>. – Дата доступа: 31.08.2016.

З М Е С Т

Викторія Бабовіч

Проблематика «Сельской газеты»
в контексте социально-экономического развития
Республики Беларусь 3

Ганна Басавя

Месца невербальнай камунікацыі
ў сістэме сучаснай медыяадукацыі 6

Сергей Венедиктов

Медийная гражданственность
как политический и образовательный приоритет 9

Инга Воюш

Рубрыка «Паштовая скрынка»
ў газеце «Наша Ніва» (1906–1911):
паказальнік геаграфічных пунктаў і імёнаў 13

Ірына Герасімчык

Беларускія нацыянальна-прэцэдэнтныя выказванні
ў тэкстах газеты «Наша Ніва» (1906–1915) 18

Виталий Герцев

Патриотическая тематика на страницах газеты «Вечерний час» 23

Вольга Горбач

Рэкламныя тэксты ў гісторыі газет «Наша Доля»
і «Наша Ніва» (першае дзесяцігоддзе XX ст.) 25

Аляксандр Градзюшка

Сайт газеты «Наша Ніва»
ў сучасным медыйным асяродку 29

Вольга Губская

Нашаніўская дзейнасць Максіма Гарэцкага:
ад карэспандэнта да пісьменніка 32

<i>Пётр Дарашчонок</i> Пытанні міжнароднага жыцця на старонках газеты «Наша Ніва»	39
<i>Тацяна Дасаева</i> Цішка Гартны і «Наша ніва»	42
<i>Евгеній Дмитриев</i> Тенденции развития современных СМИ (опыт форсайт-прогноза)	46
<i>Дмитрий Дроздов</i> Информационное обеспечение концепции гражданского общества в контексте вызовов современности	50
<i>Борис Залесский</i> На пути к общему информационному пространству	53
<i>Валянціна Зразікава</i> Фатаграфія як аб’ект аўтарскага права (на прыкладзе інтэрнэт-СМІ)	59
<i>Наталля Зубчонак</i> Вытокі ідэалогіі нацыянальнай медыяпрасторы	62
<i>Вераніка Канюта</i> Міхаіл Барашкаў: новыя факты з біяграфіі рэдактара падпольных газет «Звезда» і «Чырвоная змена»	67
<i>Оксана Катренко</i> Роль культурально-психологических механизмов телевоздействия и медиаобразования в развитии ценностей детей 6–10 лет	70
<i>Александра Кириенко, Элина Булатова</i> Репрезентация концепта «свобода» в общественно-политических СМИ	76
<i>Елена Кононова</i> Социальная роль современного журналиста	80
<i>Алена Кунахавец-Плявака</i> «Чырвоная звезда»: ад арганізацыйна-прапагандыскага лістка да грамадска-палітычнага выдання Іванаўскага раёна	84

Яўгенія Лабоха

Часопіс перакладной літратуры «ПрайдзіСвет»
у кантэксте сучаснага літаратурнага працэсу Беларусі 88

Леанід Лахманенка

Штотыднёвік беларусаў Польшчы «Ніва»:
працяг традыцый газет «Наша Доля» і «Наша Ніва»
ў замежных выданнях беларускіх дзяспар 93

Марина Лебедева

Феномены кіберкультуры в контексте веб-журналистики 96

Раіса Мелешевіч

Прикровенность-откровенность в СМИ 98

Дзмітрый Нікановіч

Эфектыўныя прынцыпы кіравання
ў рэдакцыі газеты «Наша Ніва» (1906–1915 гг.) 102

Тацяна Падаляк

Аляксандр Уласаў – рэдактар-выдавец,
які ўмеў разгледзець таленты 107

Андрэй Потребін

Влияние конвергенции на бизнес-процессы в СМИ 113

Марына Прахарэня

Сучасныя беларускія медыя
ў грамадзянскай камунікацыі 116

Ірына Сідорская

Байнет как источник информации 120

Алег Слука

Адвечная ідэя «Нашай Нівы»
(да 110-й гадавіны нацыянальнай газеты «Наша Ніва») 125

Владзімір Степанов

Образ блогера в произведениях массовой культуры 130

Валерыў Талкачоў

Газета «Наша Ніва» ў фарміраванні
і распаўсюджванні беларускай нацыянальнай ідэі 134

<i>Татьяна Трачук</i> Украинско-белорусские отношения и газета «Наша Ніва»	139
<i>Наталья Федотова</i> Новые и старые медиа: опыт взаимного влияния и управления гражданской активностью	144
<i>Светлана Харитонова</i> Вербальные элементы айдентики в молодежных журналах	146
<i>Лізавета Хмель</i> Структура катэгорыі «адрасат медыятэксту» (на матэрыяле газеты «Наша Ніва»)	149
<i>Мирослава Чабаненко</i> Присутствие региональной прессы в Интернете как дань цифровой эпохе	153
<i>Виктор Шимолин</i> Жанры фотожурналистики в публикациях «Нашей Нивы» за 1906–1908 гг.	157
<i>Ликия Яницкая</i> Взаимодействие работодателей и сотрудников в белорусском медиапространстве	163
<i>Вольга Самусевіч</i> Канцэптуалізацыя ў газеце «Наша Ніва»: субсфера нацыянальнае жыццё	168
<i>Анатолий Соловьев</i> «Медиаметрикс» как феномен: симультианность изменений медиасреды и сиоминутность рейтинговой новостной агрегации	173

Зборнік навуковых прац

**ФІЛАСОФІЯ
НАЦЫЯНАЛЬНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ
(да 110-годдзя выхаду газет
«Наша доля» і «Наша ніва»)**

Адказныя за выпуск *Дз.М. Драздоў*

Камп'ютарная вёрстка *І.Л. Расюкевіч*

Падпісана да друку .10.2016 г. Фармат 60x84/16.
Ум. друк. арк. 17,95. Ул.-выд. арк. 15,55. Тыраж .

Надрукавана