

6. Муратов, С. А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) / С. А. Муратов. – М.: Логос, 2000. – 241 с.
7. О правах ребенка : Закон Республики Беларусь от 19.11.1993 № 2570-ХІІ : Архив октябрь 2009 г. : в ред. НРПА РБ 16 марта 2001 г. № 2/408 // Белорусский правовой портал PravoBY.Info [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://2009.pravoby.info/docum09/part34/akt34905.htm>. – Дата доступа : 20.06.2017.
8. О соответствии Конституции Республики Беларусь Закона Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь» : Решение Конституционного Суда Республики Беларусь от 03.05.2016 № Р-1032/2016 // Право Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.lawbelarus.com/001503>. – Дата доступа : 20.06.2017.
9. Ожерельева, А. История развития детского телевидения в СССР (России) и США / А. Ожерельева // Журналістыка-2009: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 65-годдзю факта журн. БДУ, Мінск, 3–4 сн. 2009 г. / Бел. дзярж. ун-т ; рэдкал.: С. В. Дубовік (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2009. – Вып. 11. – С. 133–135.
10. Пацлаф, Р. Застывший взгляд / Р. Пацлаф ; пер. с нем. В. Бакусева. – М.: Evidentis, 2003. – 224 с.
11. Полуэхтова, И. А. Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт / Е. Л. Варганова, И. А. Полуэхтова, М. Е. Аникина [и др.] ; под общ. ред. Е. Л. Варгановой. – М.: Факт журн. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013. – 80 с.
12. Сафарян, А. В. Стили жизни молодежи как целевой аудитории телевидения : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / А. В. Сафарян ; Моск. гуманит. ун-т. – М., 2008. – 24 с.
13. Фельдштейн, Д. И. Современное Детство: проблемы и пути их решения / Д. И. Фельдштейн // Вестник практ. психол. образов. – 2009. – № 2 (19). – С. 28–32.

Алеся Кузьмінава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

**ДЗЯРЖАЎНА ВАЖНЫЯ ІДЭІ
Ў ІНФАРМАЦЫЙНА-ЗАБАЎЛЯЛЬНЫХ ТЭЛЕПРАГРАМАХ:
ВАРЫЯНТЫ ПРЭЗЕНТАЦЫІ
(на прыкладзе праектаў «Панаехалі» і «Я спяваю»)**

Інфармацыйна-забаўляльны кантэнт пры стараннай працы тэлевытворцаў над сцэнарыямі можа ўжывацца не толькі для забаўлення гледача, але і для замацавання ў свядомасці адрасата ідэйных прыярытэтаў дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі Беларусі, сярод якіх – забеспячэнне канструктыўнага дыялогу паміж грамадзянамі і дзяржаўнай уладай,

выхаванне насельніцтва ў патрыятычным ключы, замацаванне сямейных каштоўнасцей, папулярызацыя здаровага ладу жыцця і інш. Стварэнне «забаўляльнай публіцыстыкі», на наш погляд, вырашае максімум праблем: ахоп аўдыторыі пры трансляцыі ідэалагічнага складніка, пераадоленне псіхалагічнага супраціўлення перакананню, запуск механізмаў салідарызацыі і ўцягванне гледача ва ўзаемадзеянне праз СМІ. Прадэманструем, як прэзентаваны дзяржаўна важныя ідэі ў папулярных прадуктах беларускага эфіру – рэаліці «Панаехалі» («Беларусь 2») і музычным шоу-конкурсе «Я спяваю» (АНТ).

«Панаехалі» – спаборніцтва паміж 10 карэннымі гараджанамі ва ўмовах адаптацыі да ладу жыцця беларускай вёскі. Прадукт цалкам пабудаваны на наратывах і ўяўляе сабой тыповае гульнявое рэаліці-шоу «на выжыванне»: глядач сочыць за ўдзельнікамі, якія на ўвесь перыяд размешчаны ў адным доме, выконваюць пэўныя заданні і ў канцы эпізодаў выбіраюць персанажа для адлічэння з шоу.

Праграма арыентавана на моладзь, таму ў цэнтры дзеяння суадносныя па ўзросце героі. Кожны персанаж прадстаўляецца праз паўнаважную псіхалагічна завершаную гісторыю: мы бачым, якім ён быў да праекта, як жыў, якія каштоўнасці меў (падчас папярэдняга інтэрв'ю герояў таксама прасілі абгрунтаваць, што яны ўкладаюць у паняцце «гарадскі жыхар»), затым – яго эвалюцыю, тое, чаму ён вучыцца, сутыкнуўшыся з неардынарнай для яго сітуацыяй, і, нарэшце, водгук – дэманстрацыя пазітыўных вынікаў, дасягнутых праз атрыманы вопыт. Усе персанажы адзначылі, што, калі паспрабавалі жыццё ў такіх умовах, змянілі свае погляды на сельскае асяроддзе і магчымасці там праводзіць час, пашырылі свой кругагляд на конт мясцовых звычаяў, сталі больш часу праводзіць за горадам і цаніць тое, што ёсць у Беларусі. Праз забаўляльную перадачу трансляецца шанаванне традыцый і культуры, прывабнасць жыцця на сяле, неабходнасць берагчы прыроду роднай краіны і інш. Узмацняе ўздзеянне на аўдыторыю відэашэраг: і горад, і вёска выглядаюць у кадры прыгожа, мы маем вялікую колькасць разнастайных ракурсаў, дынамічную рытмічную здымку – карцінка на высокім эстэтычным узроўні дадае камфортнасці прагляду і выклікае пазітыўныя эмоцыі.

Асобна варта вылучыць прапанаваны аўтарамі праграмы вобраз беларуса, улюбёнага ў родную зямлю, – мясцовага жыхара Васіля, які ведае як нацыянальныя традыцыі і звычаі, так і сучасныя рэаліі. Гэты персанаж нібыта выступае ў якасці разумнага, мудрага бацькі для ўдзельнікаў, здольнага падзяліцца вопытам, перадаць веды, раскрыць

нешта таямнічае, што жыхары горада маглі не заўважыць і што магло б ім дапамагчы стаць лепшымі. На наш погляд, вобраз вельмі сімвалічны, нават архетыпічны (паводле Юнга – архетып Дух).

Стваральнікі шоу імкнуцца выхоўваць сваіх гледачоў і ў маральна-этычным ключы – праз трансляцыю мадэляў паводзін і іх ацэнку лідарамі праекта (мадэратарам, мясцовымі жыхарамі і найбольш прывабнымі персанажамі). Так, у завяршэнні кожнай серыі вядучы К. Каверын крытыкуе або хваліць удзельнікаў, імкнецца паказаць на прыкладзе таго, што адбываецца на здымках, якія ўзаемадзеянні паміж людзьмі прыдатныя (павага, узаемадапамога і інш.), а якія не дапамагаюць у жыцці (фанабэзства, падман і пад.).

Такім чынам, рэаліці-шоу «Панаехалі» змяшчае ў сабе моцны выхаваўчы падтэкст, рэалізаваны праз шэраг актуальных прыёмаў ускоснага пераканання аўдыторыі.

Не менш публіцыстычным па сваёй сутнасці з'яўляецца музычнае шоу-спаборніцтва «Я спяваю». У конкурсе ўдзельнічаюць толькі дзеці з дзіцячых дамоў, няпоўных або шматдзетных сем'яў. «Задача – пасродкам музыкі і яскравага шоу прыцягнуць увагу грамадскасці... (да праблемы пакінутых дзяцей, складанасці шматдзетных сем'яў і інш. – А. К.) і дзесьці нават навучыць пераадольваць цяжкасці» [1], – сцвярджаюць аўтары перадачы.

Выпускі ўяўляюць сабой выступленні дзяцей, дапоўненыя відэаўстаўкамі і каментарыямі суддзяў. Вядучы праграмы Д. Астрахан прадстаўляецца гледачу як бацька шасцярых дзяцей. Такім чынам, аўдыторыя з самага пачатку праграмы бачыць у ім эксперта ў сямейных пытаннях, добрага і спагадлівага бацьку.

Звышідэя перадачы ў тым, што, нягледзячы на праблемы і складанасці, таленавіты і мэтанакіраваны чалавек можа дасягнуць любой мэты, спраўдзіць свае мары. Падача наратыву выглядае наступным чынам: у першым выпуску шоу глядач атрымлівае бэкграунд аб персанажы (сюжэты знаёмяць з героямі і іх жыццём па-за праектам, акрэсліваюцца іх мары і мэты), на працягу шоу – прыводзяцца дадатковыя факты, дэманструецца працэс навучання на праекце і першыя вынікі, робяцца сюрпрызы для некаторых удзельнікаў (здзяйсненні мар), а ў фінале – гісторыя збіраецца цалкам, устаўлены сюжэт паўтарае апісанне лёсу героя да праекта, абагульняе паспяховасць выступленняў на шоу і падводзіць да таго, чаго дасягнуў герой (заўжды добры вынік). Праз такую падачу сцвярджаецца, што для ажыццяўлення мары важна шмат працаваць.

Сярод гісторый персанажаў не толькі адзінота ці непаразуменне ў сям’і: напрыклад, у пятым сезоне шоу (2015) удзельнічалі А. Ламака – дзяўчынка, якая не чула на адно вуха, але пры гэтым спявала не горш за іншых канкурсантаў, і Д. Шабека, якой аўтары праграмы дапамагалі абысці недахоп упэўненасці ў сабе з-за неабходнасці насіць акуляры. Падбор адрозных герояў дазваляе аўтарам праграмы ўсебакова ўздзейнічаць на эмоцыі і пры гэтым узмацняць звышідэю барацьбы і пераадолення сябе.

Варта звярнуць увагу, наколькі праграма далікатна зроблена: у ёй няма прынцыпу выбарнасці і жорсткай канкурэнцыі, якія музычныя шоу перанялі ў рэаліці ў працэсе жанравай трансфармацыі. Такі падыход дазваляе псіхалагічна не траўміраваць дзяцей: удзельнікі застаюцца ў праекце да самага канца і праходзяць увесь цыкл навучання, суддзі нікога не прыніжаюць, не выказваюць рэзкіх сужэнняў. Перамога ў конкурсе вызначаецца не па прынцыпе «хто апошні застаўся», а праз фінальную колькасць набраных «зорачак», якія можна было атрымаць ад гледачоў у зале, тэлегледачоў, суддзяў, настаўнікаў, гасцей-селебрыці і інш. Акрамя агульнага конкурсу, лепшы нумар выбіраецца і ў кожным асобным канцэрце – праз галасаванне гледачоў і тэлегледачоў.

Можна зрабіць выснову, што праграма «Я спяваю» скіравана як на ўзмацненне інстытута сям’і, так і на спрыянне самарэалізацыі дзяцей і моладзі. Праз уздзеянне на эмоцыі праграма вучыць цаніць сваіх блізкіх, дапамагаць ім. Разам з тым ускосна прэзентаваны такі напрамак дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі Беларусі, як стымуляванне нараджальнасці, а таксама аспекты, звязаныя з папулярызацыяй культурных каштоўнасцей (стварэнне якаснага культурнага прадукту праз стымуляванне да творчасці, захаванне гісторыка-культурнай спадчыны праз тэматычныя выпускі з выкарыстаннем твораў айчынных аўтараў (напрыклад, першы канцэрт у сезоне прысвечаны «Песнярам»), папулярызацыя айчынных выканаўцаў праз дуэты з дзецьмі...). Аб высокай якасці праграмы, яе значным дзяржаўным унёску сведчыць тое, што каманда праекта «Я спяваю» атрымала спецыяльную прэмію Прэзідэнта Беларусі дзеячам культуры і мастацтва.

Такім чынам, праект «Я спяваю», як і рэаліці «Панаехалі», з’яўляецца прыкладам паспяховага ўзаемадзеяння грамадства са СМІ праз забаўляльны кантэнт: вясчальнікі дзякуючы лёгка ўспрымальнай форме актуалізуюць важныя ідэі і пры гэтым дазваляюць прыняць удзел гледачам у вырашэнні праблем. Сярод стратэгий уздзеяння на аўдыторыю, выкарыстаных беларускімі вясчальнікамі, – стварэн-

не наратываў, падбор падобных да мэтавага адрасата камунікатараў, раліраванне ўзаемадзеяння, інтэрактыў і інш.

Літаратура

1. Я пою: Online-конференция с создателями и победителем проекта // Общенациональное телевидение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ont.by/new/konference?online=34>. – Дата доступа : 09.10.2016.

Анна Лебедева

Белорусский государственный университет

СЛУЖБА ИНФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РАДИОСТАНЦИИ: СТРУКТУРНЫЙ ПОДХОД

За последние годы количество радиостанций в Беларуси увеличилось. Так, согласно сведениям, предоставленным Министерством информации Республики Беларусь, на 1 августа 2017 г. в нашей стране зарегистрировано 176 радиопрограмм. Из них 149 – государственной и 27 – негосударственной формы собственности [2]. Чтобы «выжить» в конкурентной борьбе, они вынуждены соответствовать запросам аудитории и создавать интересный для слушателя контент. И одну из главных ролей здесь играет служба информации или отдел новостей (у каждой радиостанции свое название). Перед началом изучения деятельности этого структурного подразделения и определения его роли в современном радиопространстве, прежде всего следует раскрыть суть такого понятия, как «информация».

Информация – 1) это сведения об окружающем мире и процессы, которые в нем происходят, что воспринимаются человеком или специальным устройством; 2) сообщения, рассказывающие о положении дел, состоянии чего-нибудь [3, с. 207].

Информация (от лат. information – изложение, разъяснение) – совокупность сведений, которыми располагает и оперирует журналист при создании произведений; которые получает аудитория из разных источников, в том числе СМИ [4, с. 157].

В обыденном понимании *информация* – это сведения о чем-либо, которые передали нам другие люди или СМИ.

В журналистике значение данного слова не приобретает каких-либо дополнительных оттенков. Это главное звено в функционировании сложной системы, включающей радио, телевидение, печатные СМИ, информационные агентства и интернет-СМИ.