

Алена Марозава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ДА ПЫТАННЯ ДРАМАТУРГІІ ТЭЛЕПАДАРОЖЖА: СУБ'ЕКТЫВІЗМ І ЛІРЫЧНЫ ГЕРОЙ

Асабліваю актуальнасць сёння набываюць тэлепадарожжы. Наведанне стэрэатыпаў іншай культуры можа звесці на нішто нават самыя паспяховыя бізнес-зносiны. Тэлепадарожжа спрыяе паразуменню паміж народамі, адкрывае новыя шляхі для мірнага вырашэння канфліктаў, культурнага супрацоўніцтва, міжнароднага гандлю, бізнесу, паспяховых знешнепалітычных зносiнаў, фарміравання нацыяльных брэндаў. Журналіст-вандроўнік вывучае антрапалогію культуры. Гэта стварае перспектывы для глабальнага развіцця грамадства, навукі, мастацтва.

Усё часцей замежныя даследчыкі адасабляюць трэвел-журналістыку ад трэвел-райту [4; 5]. Да трэвел-райту адносяць інфармацыйныя матэрыялы турыстычных дапаможнікаў, якія ўтрымліваюць асноўныя звесткі аб выдатных мясцінах. Да трэвел-журналістыкі адносяць аналітычныя матэрыялы журналістаў-даследчыкаў, якія ацэньваюць жыццё ў іншых краінах з пазіцыі свайго культурнага вопыту. Трэвел-журналістыка адрозніваецца ад трэвел-райту так, як вандроўнік адрозніваецца ад турыста. Турыст выкарыстоўвае загалова падрыхтавання звесткі з трэвел-гідаў, часцей за ўсё гэта стэрэатыпы аб іншай краіне, а падарожнік-журналіст набывае ўласныя актуальныя веды. Тэлепадарожжы тыпу трэвел-райту – гэта энцыклапедычнае выкладанне звестак пра горад («Альманах путешествий», БТ), які можа выконваць толькі фонавую функцыю. Сёння інфармацыю аб любым горадзе, аб любой краіне можна знайсці ў інтэрнэце. З дапамогай гугл-мэп нескладана нават віртуальна падарожнічаць па вуліцах і ваколіцах, якія знаходзяцца за тысячы кіламетраў ад дома. Таму тэлепадарожжы тыпу трэвел-райту хутка страчваюць сваю актуальнасць. У творах трэвел-журналістыкі чалавек разглядаецца як частка этнасу ды гісторыі, даецца аналітычны погляд на падзеі, што больш неабходна грамадству. У сувязі з гэтым сёння фарміруецца тэлевізійны падарожны нарыс як мастацка-публіцыстычны жанр (жанр трэвел-журналістыкі).

У выпусках Беларускага тэлебачання розных гадоў (асабліва ў хранікальна-дакументальных фільмах і праблемных рэпартажах) можна прасачыць некаторыя асаблівасці падарожнага нарыса, асноўныя з якіх – рамантызм, філасофская скіраванасць і, галоўнае, суб'ектывізм. Варта сцвярджаць, што эвалюцыя жанру – гэта эвалюцыя суб'ектывізму ў яго межах. Драматургічны падыход І. Гофмана [1] дазваляе яскрава

адлюстраваць эвалюцыю тэлепадарожжа. «Я» чалавека, паводле І. Гофмана, – гэта самаўсведамленне ў пэўных сацыяльна-гістарычных умовах. У тэлепадарожжах варта прасачыць эвалюцыю роляў інфарматара, пасрэдніка, аўдыторыі згодна з сацыяльным і гістарычным кантэкстам.

Параўнанне фільмаў розных гістарычных часоў, прысвечаных аднаму і таму ж гораду, у прыватнасці Светлагорску, дазваляе рабіць высновы аб асаблівасцях эвалюцыі жанру. Мы параўнаем «Город молодости» (1964), «Светлый город» (1979), «Прекрасное далеко», «Светлы горад» (2012).

Гістарычны кантэкст эпох, які дазваляе апісаць эвалюцыю тэлепадарожжа, адлюстраваны ў перадызацыі Н. Фральцовай [3].

Для тэлепадарожжаў 1956–1970-х гг. характэрна міфалагізацыя асяроддзя. Інфарматар атаясамлівае сябе з ідэальнай супольнасцю. У «падарожжы» выкарыстоўваецца абагульнены займеннік «мы» ў значэнні *‘ўвесь народ’* (мы *поставили... памятником наш город, построили наш Светлогорск, город молодости, город нашей мечты*). Такім чынам рэалізуецца ідэя «ўсё вакол маё», «усё належыць усім». У тэлепадарожжы прысутнічае адзіны герой-пасрэднік, які павінен стаць добрым прыкладам для гледача. А аўдыторыя тэлепадарожжа – гэта ўвесь савецкі народ. Ідэалізуецца вобраз пасрэдніка. Гэта чалавек з народа, які праз сваю упартасць дасягнуў вярышын. Акрамя таго, няма ўвагі да мінулага, паведамленне больш накіравана ў будучыню, чым у сучаснасць.

У падарожжах 1970–1980-х гг. інфарматар вызначае сябе часткай аўдыторыі, а пасрэднікаў становіцца больш, чым раней. Узнікае псіхалагізацыя іх вобразаў. У прыватнасці, найперш рэалізаваны прыём, які варта назваць прыёмам «адваротнай канфліктнасці». У 1972 г. у Светлагорску адбылася катастрофа: АН-24 рушыў на дзіцячы садок, і загінулі яго выхаванцы. У фільме пра Светлагорск аб гэтым няма ні згадкі, але ў творы існуе скразны вобраз дзіцяці, якому цудоўна жыць у Светлагорску. Таксама сказана, што фільм прымеркаваны да Года дзіцяці. Вымалёўваецца філасофская накіраванасць, антрапацэнтрызм – асноўныя рысы падарожнага нарыса. Як і ў «Светлым горадзе», існуе вобраз «бронзавога солдата на пьедестале», але і ён цяпер – частка соцыуму. Менш словаў са значэннем ацэнкі – у пазакадравым тэксце, больш – у сінхронных паведамленнях, больш дакументальных лайфаў.

У падарожжах 1987–1991 гг. інфарматар робіцца адным з вялікай колькасці пасрэднікаў і мае рысы «лімінальнай персанальнасці». Старыя арыенціры ён ўжо страціў, а новых яшчэ не набыў. Інфарматар уступае ў дыялогі з іншымі пасрэднікамі, дзе абмяркоўвае праблемы сучаснасці, правакуе, выклікае абурэнне. Інфарматар суадносіць сябе

ўжо не з усім народам, а са здымачнай брыгадай, якая ўяўляе сабой калектыў аднадумцаў. «Мы» ў гэксце выкарыстоўваецца ў прамым сэнсе. Інфарматар упершыню робіцца здольным да рэфлексіі. Яго ўвага накіраваная не толькі ў будучыню, але і ў мінулае, дзе ён шукае карані таго, што адбываецца сёння. Тэлепадарожжы ўключаюцца ў мастацкі кантэкст эпохі. Закладаюцца асновы для развіцця тэлепадарожжа як жанру тэлемастацтва. Лейтматывам у дакументальным фільме «Прекрасное далеко» робіцца песня з аднайменнага мастацкага фільма: «Он зовёт меня не в райские края», у больш позняй версіі – «Он [голос] зовёт меня в чудесные края». Кампазітар Я. Крылатаў у 2002 г. казаў, што «это призыв, молитва, мольба о детях, чтобы они жили лучше, чем мы». Упершыню ў «падарожжы» вызначаецца роля гледача. Інфарматар звяртаецца да яго з дапамогай «дыялагізаванага маналогу» [2], што наогул з’яўляецца характэрнай якасцю падарожнага нарыса.

У фільмах-падарожжах нашага часу інфарматар і пасрэднік цалкам атаясамліваюцца, аўдыторыя звужаецца. Інфарматар імкнецца максімальна пашырыць сваю аўдыторыю з дапамогай рытарычных сродкаў: рэшткаў дыялагізаванага маналогу, набліжанасці да гутарковай мовы; словаў са значэннем ацэнкі.

Шляхам да павышэння інтэрэсу аўдыторыі можа стаць фарміраванне мастацка-публіцыстычнага жанру тэлевізійнага падарожнага нарыса: фарміраванне сучаснага і запатрабаванага вобраза інфарматара, уключэнне ў аповед герояў-пасрэднікаў, выкарыстанне дыялогу ці «дыялагізаванага маналогу» – тых прыёмаў, якія былі распрацаваныя ранейшай журналісцкай практыкай. Неабходна таксама ўключэнне тэлепадарожжаў у агульнамастацкі кантэкст.

Такім чынам, асабліваасці падарожных нарысаў пачалі вылучацца ў межах хранікальна-дакументальных фільмаў Беларускага савецкага тэлебачання ў першай палове 60-х гг. XX ст. Вобраз інфарматара ў іх змяняўся згодна з кантэкстам эпохі, ад ідэальнага чалавека праз асобу з рознабаковым характарам да індывіда з рысамі лімінальнай персанальнасці. У наш час вобраз пасрэдніка пачаў знікаць з выпускаў перадач. Для паспяховага развіцця жанру бачыцца неабходным вяртанне гэтага вобраза ў сучасным абліччы.

Літаратура

1. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М. : Канон-Пресс-Ц, 2000. – 304 с.
2. Роболі, Т. Литература путешествий / Т. Роболі // Русская проза / под ред. Б. Эйхенбаума и Ю. Тынянова. – Л., 1926. – С. 42–74.

3. Фрольцова, Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Н. Т. Фрольцова ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2003.
4. Folker, H. Travel Journalism: Exploring Production, Impact, and Culture / H. Folker, E. Zürich. – UK : Palgrave Macmillan, 2014. – 266 p.
5. Tiede, R. The importance of travel journalism: submitted of the requirements for Departmental Honors in the Department of Journalism Texas Christian University / R. Tiede. – Texas, 2016.

Людмила Мельникова

Белорусский государственный университет

ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ В УСЛОВИЯХ ФОРМАТНОГО ТВ

Профессиональная деятельность телевизионного журналиста зависит от целого ряда факторов. Среди них принято выделять, во-первых, так называемый социальный заказ, который формируют запросы и ожидания аудитории на каждом конкретном этапе развития общества, и, во-вторых, уровень производственно-технического обеспечения процесса создания контента: инновации в этой сфере открывают перед творческой личностью новые, ранее неизвестные возможности. Практика отечественных аудиовизуальных СМИ на рубеже XX–XXI вв. актуализировала прямую зависимость профессиональной деятельности тележурналиста от творческо-производственной стратегии телевидения, претерпевшей кардинальную трансформацию, которую в самых общих чертах можно охарактеризовать как поворот от авторского к форматному ТВ.

Стратегия *авторского* телевидения, в алгоритмах которого белорусское ТВ функционировало до конца 1990-х гг., предполагала максимальную творческую самоотдачу создателей телепрограмм, в первую очередь автора-тележурналиста, его профессионально-личностную идентификацию на телеэкране. Несмотря на то, что в 1960–1970-х гг. на отечественном телевидении не было принято акцентировать внимание на персоне тележурналиста в названии передачи (данная практика получила распространение лишь в конце 1990-х – начале 2000-х гг.), популярность Нинель Касьяновой, Леонида Ларютина, Игоря Пинчука, Игоря Рудометова и многих других тележурналистов определялась их творческой неординарностью.

1980-е – 1990-е гг. можно назвать «золотой эпохой» авторского белорусского телевидения: десятки цикловых публицистических программ, ежегодно выходивших в эфире БТ, по праву ассоциировались у зрительской аудитории с такими тележурналистами, как Елена Авринская,