Наталля Сцяжко
Беларускі дзяржаўны універсітэт

ТЭЛЕКАНАЛ «ЛАД» ЯК КУЛЬТУРНІЦКІ ПАДМУРАК НАЦЫІ: КРОКІ ДА АЖЫЦЦЯЎЛЕННЯ

Культура для здаровага выхавання нацыі вельмі важная. Калі пачынаецца бездухоўнасць, страчваюцца агульначалавечыя каштоўнасці і традыцыі, тады нацыя ператвараецца ў чалавечую біямасу, роля якой зводзіцца да таго, каб проста выжываць у свеце. На гэтае патрэбны грошы, чым іх больш – тым лепей, і не важна, якім чынам яны зароблены. Менавіта тут пачынаецца мяжа дазволеннасці і прыстойнасці, якую можна пераступіць і страціць чалавечую годнасць.

Галоўная роля ў выхаванні чалавека належыць сям'і. Але і дзяржава ў сваёй палітыцы павінна зрабіць прыярытэтным не толькі фізічнае, але і культурнае развіццё нацыі. Неацэнную ролю ў гэтым можа адыграць тэлебачанне. Як моцны камунікацыйны сродак, яно павінна задавальняць патрэбнасці гледача не толькі ў інфармацыйна-аналітычных і забаўляльных перадачах, але і ў культурна-асветніцкіх, адукацыйных праграмах.

На жаль, наша беларускае тэлебачанне на ўсіх сваіх каналах (Першы нацыянальны, ЛАД, АНТ, СТБ) культуры надае вельмі малое значэнне, бо яна патрабуе намаганняў душы – і з боку журналістаў, якія рыхтуюць перадачы, і з боку гледачоў. Пакуль няма разумення, што дзякуючы такім праграмам у нацыі выхоўваецца патрыятызм, гонар за сваю краіну і любоў да яе.

Расіяне гэта добра ўсведамляюць. Нездарма ў іх функцыянуе тэлеканал «Культура». Была такая спроба і ў нас. На пачатку XXI стагоддзя з'явіўся канал «ЛАД», які задумваўся як культурніцка-асветніцкі, але пачаў працаваць як сямейны. На сёння «ЛАД» – спартыўна-забаўляльны тэлеканал. Настаў час перапазыцыянаваць яго з гэтага накірунку (такіх праграм шмат на ўсіх тэлеканалах) у культуралагічна-сямейны.

Спачатку будзе цяжка. Чым запоўніць 12–14 гадзін вяшчання штодня? На Беларусі вялікая спадчына экранных твораў. Асноўны падмурак можа скласціся з прадукцыі Нацыянальнай кінастудыі «Беларусьфільм» – мастацкіх, дакументальных і мультыплікацыйных стужак высокай якасці. Сюды трэба далучыць фільмы «Белвідэацэнтра» і ТА «Тэлефільм» Белтэлерадыёкампаніі. Таксама трэба звярнуць увагу на тых журналістаў, якія працуюць ў галіне мастацтва не толькі на тэлебачанні, але і ў іншых СМІ – газетах і часопісах. Абавязкова трэба зрабіць стратэгічны маркетынг развіцця тэлеканала «ЛАД», яго пазіцыянаванне. Тут вялікую ролю могуць адыграць намаганні двух міністэрстваў – культуры і інфарматыкі. Нашы славутыя музеі, тэатры, музыканты, харэаграфічныя калектывы, бібліятэкі, замкі – невычэрпная крыніца будучых перадач. А нашыя беларускія пісьменнікі, філосафы, дзеячы культуры і мастацтва – «залаты» фонд нацыі, размова і думкі якіх узбагацяць душу кожнага беларуса.

Для нармальнай працы такога канала патрэбны тры віды рэсурсаў – матэрыяльны, творчы, тэхнічны. З матэрыяльнымі і творчымі рэсурсамі ўсё ў парадку. «Слабае звяно», як кажуць сёння, – творчае. Вырашыць гэтае пытанне даволі проста. Тэлеканал павінен узначаліць такі чалавек, які з'яўляецца высокім прафесіяналам, мае вопыт і добра разбіраецца ў мастацтве. Такі чалавек будзе здольны сам набраць сабе каманду. Спадар С. Кухто, які зрабіў кар'еру як вядучы «Нашага лата», відавочна не той чалавек, які можа падняць гэту вялікую справу, ды і канал пад яго кіраўніцтвам на сёння самы слабы ў параўнанні з іншымі тэлеканаламі.

2009 год – Год роднай зямлі. Вельмі хацелася б, каб гэтая добрая ідэя засталася не толькі на паперы. Родная мова, традыцыі, гісторыя, культура – падмурак кожнай нацыі, які надае чалавеку пачуццё гармоніі, спакою і ўтульнасці. Новы сямейна-культуралагічны тэлеканал «ЛАД» стаў бы іміджавай візітоўкай краіны, заканадаўцам моды на добры густ і крыніцай духоўнасці.

Наталья Шабалина
Южно-Уральский государственный университет (Россия)

ИНФОТЕЙНМЕНТ В УТРЕННИХ ПРОГРАММАХ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Понятие «инфотейнмент» (от англ. «information» и «entertainment» – «информация» и «развлекать») активно используется в современной журналистике. На целом ряде каналов существуют программы, включающие это направление, однако у каждой из них есть свои особенности. Попытаемся выделить основные тенденции.

Для начала необходимо выяснить, что представляет из себя само понятие инфотейнмент. Исходя из истории вопроса, можно сказать, что это стремление совместить информационную программу и развлечение аудитории [см. 1].

Ряд теоретиков современной журналистики выделяет элементы инфотейнмента в серьезных аналитических программах, таких как «Неделя», «Познер» и др. В нашей публикации мы рассмотрим новостные про-