

Л. Галубовіч, пры тым, што ён не хавае сваіх сумненняў ад чытача, смелы ў ацэнках. І адразу ж варта агаварыцца: смелы на фоне большасці. У беларускай літаратурнай прасторы прынята казаць пра пісьменнікаў альбо добра, альбо ніяк. Калі рэцэнзуюцца кнігі, на слабых творах увага часцей за ўсё не акцэнтуюцца, падкрэсліваюцца толькі моцныя. У сувязі з гэтым узнікаюць казусы кшталту таго, калі Л. Галубовіч разабраў, умоўна кажучы, плюсы і мінусы ў цэлым выбітнай кнігі Алега Мінкіна “Сурма”, і ў тым жа нумары “Літаратуры і мастацтва” была змешчана хвалебная рэцэнзія на пасрэдны зборнік адной паэткі. Якраз на гэтым прыкладзе засяродзіў увагу Сяргей Кавалёў у кнізе “Партрэт шкла”, разбіраючы крытычную ўва ўсіх сэнсах сітуацыю ў Беларусі. У гэтым жа павініўся і сам Л. Галубовіч у адным з пазнейшых выпускаў “ЛеГалізацыі”. Атрымлівалася, што крытыка Л. Галубовіча, якая насамрэч усяго толькі адэкватная, падавалася аўтарам ледзве не ізуверскай.

Пры гэтым Л. Галубовіч выкарыстоўвае эўфемізмы. Адзін узяты з лексікону М. Гарэцкага – “продукцыя”; праявіў выкарыстоўваў яго адносна творчасці маладнякоўцаў, Л. Галубовіч абазначае ім прадукты графаманіі. Для вершаў, пазбаўленых паэзіі, гладкапісання, Л. Галубовіч прыдумвае азначэнне “прыстольныя вершы” (пры сталё + прыстойныя). Пра аўтараў надзвычай пладавітых, якія выдаюць шмат кніг, часам пасрэдных, ён кажа “ўтомленыя творцы” (стомленыя + том, тамы). Пры гэтым ствараецца парадаксальны эфект: эўфемізм, замест таго, каб згладзіць негатывы, які мусіць выказаць аўтар, толькі падкрэслівае яго – пасродкам іроніі, з якой ствараюцца новыя азначэнні.

Такім чынам, можна адзначыць **адрозненні крытыка-паэта ад “чыстага (прафесійнага) крытыка”**: Л. Галубовіч дазваляе сабе не быць аб’ектыўным (жаночая і рускамоўная літаратура, узмоцненая суб’ектыўнасць, эмацыйнасць), надзяляе шмат увагі (аўта)біяграфічным фактарам (правінцыя); не толькі параўноўвае розных творцаў між сабою або творцу з ім самім ранейшым, але і параўноўвае аўтараў з самім сабою.

Літаратура

1. Галубовіч, Л. “Кулуары” / Л. Галубовіч. – ЛіМ. – 2007. – 27 сакавіка. .
2. Галубовіч, Л. “Кулуары” / Л. Галубовіч. – ЛіМ. – 2008. – 1 лютага.

ГАЗЕТА ДЛЯ СЯЛЯНСТВА “БЕЛАРУСКАЯ ВЁСКА”: ЗМЕСТ І ПРАБЛЕМАТЫКА 1920-х гг. XX ст.

В. У. КОРШУК

Сёння, нягледзячы на камунікатыўныя магчымасці, якія далі інтэрнэт, мабільная сувязь, дыялог газеты з чытачом становіцца фрагментарным і

непаслядоўным. Інфармацыйную нагоду ўсё больш задаюць прэс-канферэнцыі, форумы ці іншыя мерапрыемствы, якія ініцыіруе ўлада, дзяржаўныя і недзяржаўныя арганізацыі; ці самастойна тэму шукаюць журналісты. Аўдыторыі навязваецца інфармацыя, магчыма таму яна аддаляецца ад журналістаў.

Зразумела, што ў цяжкія для БССР часы, якімі былі 20-я гг. XX ст., попыт на інфармацыю быў вялікі. Газету “Беларуская вёска” 1920-х гадоў можна лічыць прыкладам таго, як выданне ўвогуле павінна весці дыялог са сваім чытачом. Адзін з даследчыкаў беларускай журналістыкі Станіслаў Марцалеў сцвярджае, што яе тыраж ў 1925 годзе складаў 4 тыс. экз., у 1929 годзе – 51 тыс. экз., а ў 1930 – 78 тыс. экз. [3, с. 145].

Яшчэ адзін факт для разважання – гіперактыўнасць селькораў, простых чытачоў, якія звярталіся ў рэдакцыю з матэрыяламі ці пытаннямі. У рубрыцы “Паштовая скрынка” ў ліпені 1926 года было змешчана: №74 – 5, № 75 – 9, №76 – 5, № 77 – 4, №78 – 5 кароткіх адказаў. У кастрычніку, снежні 1922 года сустракаюцца аб’явы: “Пишите в свою газету обо всем, что делаете и думаете делать. Ваши успехи будут примером другим. Ваши ошибки послужат уроком”. Так газета выходзіла не проста спажываюцца інфармацыі, але і неабыхавага грамадзяніна, які мог вучыцца, думаць, аналізаваць, супастаўляць.

Адразу пасля заснавання “Беларуская веска” павінна была пашырыць палітычны кругагляд насельніцтва, падняць яго культурны ўзровень, а галоўнае – дапамагчы пераадолець крызіс пасля цяжкіх часоў першай сусветнай вайны і замежнай інтэрвенцыі. Паступова вызначаліся тэматычныя напрамкі газеты. Тлумачэнне дзяржаўнай палітыкі – адзін з першачарговых. Газета расказвала аб місіі савецкай улады. Многія з матэрыялаў прысвечаны таму, што ў мінулае няма дарогі, у нумарах за 1922 год змешчана вялікая колькасць публікацый з аднатыпнымі назвамі: «Помещики обратно земли не получают» (21 кастрычніка 1922 г.), «Помещиков больше не будет» (6 снежня 1922 г.).

СМІ ў пачатку 20-х гг. XX ст. яшчэ мелі права ўскласці на кіраўніцтва дзяржавы адказнасць за будучыню людзей, пазней яна будзе ляжаць толькі на народзе, а папрокі ў бок кіруючага апарату СССР будуць немагчымымі. У газеце ўзнікаюцца пэўныя праблемы, і аўтары даюць параду для іх вырашэння кіруючым органам: “Вот тут-то и важно, чтобы не упустили выгодного момента наши госорганы – Совнархоз, Центробелсоюз, хлебопродукт... Помочь нашему селянину в сбыте хлеба – это задача государственной важности, если упустить время, то это больно ударит по карману, как горожанина, так и крестьянина” (“Надо не прозевать”, 9 снежня 1922 г., матэрыял прысвечаны праблеме спекуляцыі хлебам).

Самымі папулярнымі тэмамі былі барацьба з разрухай, хваробамі, п'янствам. Такую інфармацыю газета імкнулася даваць на зразумелай, эмацыянальнай і блізкай чытачу мове. Так, аўтар крытыкуе сялян за непарадак у быце: “В крестьянской избе одежда валяется где попало.” Засярожвае ўвагу: “В каждой деревне должна быть баня, общими силами не так уж трудно устроить хорошую чистую баню. Посещение бани исправит нас от многих посещений и заболеваний” (“Долой неряшливость!”, 17 декабря 1922 г., Скрипач). Цікавыя ў гэтым плане і нататкі кшталту “Ну й гаспадары, каб вас свет ня знаў!” 10 жніўня 1926 г. У.Б.: “Ці вам, браточки, даводзілася быць у цяперашняй калёніі “Відагорш”, Астрашыцка-Гарадзецкага раёну? Калі не – дык я вам раскажу, бо мне на тым тыдні здарылася быць там”. У падобных матэрыялах аўтары ацэньвалі, як ідуць справы ў пэўнай мясцовасці, засцерагалі, па якому прыкладу не павінна будавацца жыццё.

Сёння тэму алкагалізму журналісты асвятляюць шаблонна: інфармацыйная нагода, статыстыка, каментарый з Міністэрства аховы здароўя. У тыя часы газета магла пасароміць п'яніцу, назваць яго імя, вёску, у якой ён жыве. Такі прыклад мог напужаць патэнцыйных персанажаў падобных публікацый. “Пьяный хулиган”, 17 декабря 1922 г., Скрипач: “Зажиточный крестьянин хутора Казиминова, Сепницкой волости, Стефан Возцевоз напился вдребезги самогону и явился в дер. Малиновку, где начал приставать к селянам, требуя выпивки, – далее рассказывается, што гэты селянін разгульвае з наганам, і аднойчы пабіў “гражданина дер. Малиновка”: – Запуганные селяне боятся заявить на Возцевоза кому следует и пьяница продолжает буйствовать”. Канешне, сучаснаму журналісту з этычных, прававых прынцыпаў нельга так пісаць пра прыватнае жыццё, але можна пазычыць стыль, іранічную форму падачы такіх матэрыялаў.

Шмат публікацый прысвячалася асвеце ў галіне сельскай гаспадаркі і адукацыі насельніцтва. Як кажа адзін з гісторыкаў беларускай культуры Сяргей Парашкоў, у канцы 1920-х гг. на вызваленай ад белапалякаў тэрыторыі Беларусі 52,6 % насельніцтва ва ўзросце ад 9 да 49 гадоў з'яўлялася непісьменным [4, с.252]. Газета гэта разумела і дала матэрыялы, якія нагадваюць тэкст з сучаснага падручніка для школьнікаў: “Чтобы сознательно относиться к возможностям улучшения своего сельского хозяйства и понимать те или иные требования агрономической науки, нашему селянину необходимо познакомиться с окружающим его миром, в частности с миром растений», – тлумачыць газета (1 снежня 1922 года, “Как живет и питается растение?»). Распавядаецца, што такое «живая или органическая природа», «протоплазма», «хлорофилл». Нярэдка пад такімі матэрыяламі быў зварот: “Просьба ко всем

нашим читателям сообщить нам – достаточно ли понятна эта статья” (1 снежня 1922 г).

Актыўна абмяркоўваліся навіны, якія дзяліліся на некалькі блокаў. Замежныя спачатку былі прадстаўлены рубрыкай “У панскай Польшчы”. Пазней рэгулярна пачала выходзіць рубрыка “Што робіцца у сьвеце”. Тут можна сутрэць звесткі і пра Кітай, і пра Галіцыю, і пра Вялікабрытанію, і пра Афрыку. Такая інфармацыя насіла суб’ектыўны аднабаковы характар, капіталістычныя дзяржавы паказваліся ворагамі: “Английские буржуазные газеты снова стали нападать на нас. В чем нас только не обвиняют?.. – гаворыцца ў публікацыі “Наши враги снова действуют» ад 4 ліпеня 1925 г. – Но уже давно известно, если капиталисты обвиняют советское правительство в заговорах, значит, они затевают что-то против нас”.

Навіны з розных куткоў Савецкага Саюза прадстаўлены рубрыкай “По Красному Союзу”. Гэта вельмі кароткія і разнастайныя па зместу звесткі з рэспублік-саюзніц аб палітыцы, эканоміцы, прамысловасці, сельскай гаспадарцы. Агульная мэта – паказаць, што жыццё будзеца і там, а грамадзяне спраўляюцца з рознымі цяжкасцямі. Напрыклад, 17 снежня 1924 г. “Строим пароходы”: “Ленинградские судостроительные заводы преступили к постройке 6 торговых пароходов”.

Можна вылучыць і мясцовыя навіны – карэспандэнцыі з розных мястэчак. Напрыклад, рубрыка “Што чуваць у Менску”, якая пачала рэгулярна выходзіць, калі выданне стала “Сялянскай газетай ЦК КП(б)Б і Менскага акругному КПБ”. Па тэматычнай насычанасці гэта падборка вельмі падобная на рубрыку по “По Красному Союзу”, але больш блізкая і цікавая аўдыторыі. Гэта невялічкія тэксты, дзе канстатаваліся факты і анансіраваліся падзеі. 6 лютага 1927 г.: “Прыём у школу Авіацыі”, “Па вёсках будуць ездзіць зубныя амбулаторыі”.

Таксама “Беларуская вёска” актыўна займалася самарэкламай. Гэта відаць з розных заклікаў падчас падпісной кампаніі: “Падпісвайцеся на самую папулярную сялянскую газету” (14 ліпеня 1927 г.), “Хто сабраў на “Беларускую веску” больш падпісчыкаў”(11 ліпеня 1926 г.).

З цягам часу асветніцкая місія газеты адыходзіла на другі план. У канцы 1920-х разгарнуліся сталінскія рэпрэсіі, у выніку якіх пачалося згортванне палітыкі беларусізацыі. Улада адмовілася ад новай эканамічнай палітыкі і замяніла яе адміністрацыйна-каманднай сістэмай з высокай ступенню цэнтралізацыі і кантролю над арганізацыйнай працай. Больш адукаванай станавілася сама аўдыторыя. З 1928 г. выдаваўся дадатак “Беларускі сялянскі настольны каляндар”, які даваў веды па сельскай гаспадарцы. Публікацыі ў самастойным выданні сталі больш аналітычнымі. Газета пачынае прадстаўляць ведамасныя

інтарэсы, арганізоўцаў, кантраляваць, выстаўляць парушальнікаў на ўсеагульны агляд – свае старонкі: “Як ідуць перавыбары сельсаветаў і камітэтаў узаемадапамогі” (14 лістапада 1924 г.), “Якімі павінны быць нашыя народныя суды” (1 снежня 1924 г.).

Такім чынам, у 20-х гг. XX ст. “Беларуская веска” на кожным этапе па-рознаму, але чула ставілася да сваёй аўдыторыі. Інфармацыя падавалася на зразумелай, блізкай чытачу мове – а не агульнымі доўгімі канцылярскімі фразамі, у чым можна абвінаваціць сучасную прэсу і тэмы дыктавала само жыццё.

Літаратура

1. Беларуская вёска: сям. газета ЦК КП(б)Б Беларусі. – 1922 – 1931. – Мінск: [б. в.], 1922 – 1931, № 5 – 15 – 1922, № 72 – 83 – 1924, № 57—107 – 1925, № 67 – 161 – 1926, № 3 – 144 – 1927, № 3 – 151 – 1929.
2. Беларускі сялянскі настольны календар. Справачнік селяніна на 1929 г. выд. Газ. “Беларуская вёска” – Мінск: Рэд.газ.”Беларуская вёска”, 1929. – 73 с.
3. *Марцэлеў, С. В.* На путях строительства социализма: печать Белоруссии в 1926–1937 гг. / С. В. Марцэлеў. – Минск, 1972.
4. *Парашкоў, С. А.* Гісторыя культуры Беларусі. / С. А. Парашкоў – Мінск: Бел. навука, 2003. – 442 с.

ТЭЛЕШОУ: ЖАНР, ФОРМА АБО МЕТАД?

А. Ю. Кузьмінава

Адным са спрэчных пытанняў у кантэксце развіцця сучаснага забаўляльнага вяшчання з’яўляецца вызначэнне зместу паняцця «тэлешоу». За больш чым пяцьдзясят гадоў існавання ў сусветным эфіры пад суадноснай назвай прэзентавалася вялікая колькасць тэлепрадуктаў рознай формы і зместу. Тэрміны «шоу» і «тэлешоу» прыйшлі з замежнай мовы, але ў савецкіх, постсавецкіх і замежных крыніцах па тэорыі тэлебачання канкрэтных іх азначэнняў у якасці жанра або віда праграм амаль не сустракаецца.

Само слова актыўна ўжываецца ў канкрэтным значэнні ў штодзённым маўленні, мове сродкаў масавай інфармацыі і прафесійнай камунікацыі тэлевытворцаў. У сацыяльнай сетцы «Укантакце», напрыклад, у адказ на запыт «тэлешоу» пошукавая сістэма прапануе каля 500 тэматычных суполак з абмеркаваннямі суадносных праграм і больш за 6,5 тысяч відэазапісаў. Мы не знойдзем у прапанаваным спісе навіны, тэлечасопісы або рэпартажы, але сустрэнем праграмы «Голас», «Топ-мадэль па-амерыканску», «Інтуіцыя», «Хто хоча зрабіцца мільянерам» і інш. Аналагічная сітуацыя з упамінаваннямі шоу ў СМІ.

Відавочна, што ўсе тэлепрадукты, акрэсленыя ў рускамоўнай прасторы як тэлешоу, маюць агульныя характарыстыкі, якія вымушаюць