

владельцы сезонных абонементов – следует и в этом случае оперативно информировать фанатов о новостях, имеющих к клубу какое-либо отношение, также можно обеспечить большее единение и тех болельщиков, которые не входят в число членов фан-сектора, однако посещают каждый матч чемпионата, к примеру, можно организовать специальные мероприятия для владельцев абонементов с участием хоккеистов и работников клуба.

Библиографические ссылки

1. Алексеев С. В. Спортивный маркетинг и связи с общественностью в маркетинге физкультурных и спортивных мероприятий. Правовое регулирование // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2015. № 4. С. 16–23.
2. Василик М. А. Основы теории коммуникации. М. : Гардарики, 2005.
3. Колущинская О. Ю., Масалкина К. А., Метелев С. Е. Современный спортивный маркетинг в России // СТЭЖ. 2016. № 2 (23). С. 55–57.

«ВЫТВОРЧЫ ЦЭХ» ТЭЛЕВІЗІЙНАЯ ПРАГРАМА: АЎТАРСКАЕ «Я» І КАЛЕКТЫЎНАЕ АЎТАРСТВА

П. Д. Лук'яновіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, г. Мінск;

apoe_raimashi@mail.ru;

наук. кіраўн. – В. І. Гучанкаў, доктар філал. навук, прафесар

У працы на аснове дыскурснага падыходу выяўляюцца суадносіны індывідуальнага і калектыўнага аўтарства ў працэсе тэлевытворчасці. Аналізуецца феномен аўтарскага «я», спосабы і сродкі яго ўвасаблення ў культурна-асветніцкай тэлевізійнай праграме.

Ключавыя словы: тэлебачанне; тэлевізійная праграма; аўтарская тэлеперадача; аўтарскае «я»; «Беларусь 3».

Тэлевізійная вытворчасць – шматузроўневы высокатэхналагічны працэс, які інтэгруе розныя віды дзейнасці і, безумоўна, з'яўляецца галіной калектыўнай творчасці. Напісанне сцэнарыя ці сцэнаплана, рэжысура, апэратарская здымка, мантаж, гукавое афармленне, рэдактарская праўка – усё гэта базавыя складнікі працы над аўдыявізуальным прадуктам, незалежна ад таго, ідзе гаворка пра кароткі інфармацыйны тэлесюжэт ці аўтарскае тэлешоу. Азначым, што важнай асаблівасцю тэлевізійнай перадачы з'яўляецца ўключанасць у актуальны кантэкст. У межах сеткі вяшчання тэлеперадача карэлюецца не толькі з іншымі праграмамі, але і з інфармацыйнай палітыкай тэлеканала ўвогуле. Дыспазіцыя тэлеперадачы з'яўляецца яшчэ адным этапам калектыўнай апрацоўкі кантэнту.

Праектаванне, планаванне і арганізацыя тэлеперадачы як комплекснага экраннага твора прадугледжвае шматсуб'ектнасць уплыву на яго вытворчасць. Аднак гэта не нівелное значнасць аўтара-журналіста. Як слушна адзначае Л. І. Мельнікава, «з'яўляючыся па сутнасці калектыўнай, тэлевізійная творчасць-вытворчасць арыентавана пераважна на вядучую ролю аўтара-тэлежурналіста як арганізатара і непасрэднага ўдзельніка творчага працэсу, які нясе перад аўдыторыяй адказнасць за фінальны вынік» [2, с. 4].

Калектыўны характар вытворчасці, падпарадкаванасць агульнай палітыцы тэлеканала, адпаведнасць канонам абранага жанру ці фармату – усе гэтыя аб'ектыўныя фактары дазваляюць казаць пра пэўную стандартызаванасць тэлепраграмы. Аднак ядром аўдыявізуальнага твора з'яўляецца ўсё ж індыўідуальна-творчы пачатак – аўтарскае «я». Прафесар В. І. Іўчанкаў, аналізуючы структуру вобраза аўтара ў публіцыстыцы, паказвае на яе адпаведнасць наступным узроўням структуры тэксту: *камунікатыўна-эстэтычнаму* (ідэйна-эстэтычнаму, ідэалагічнаму), *жанрава-кампазіцыйнаму* і *ўласна маўленчаму* [1, с. 90]. Падобны падыход актуальны і ў адносінах да тэлевізійнай праграмы. На першым узроўні індыўідуальна-аўтарскі пачатак выяўляецца ў творчай задуме, ідэйна-эстэтычным падыходзе журналіста да асэнсавання рэчаіснасці. Другі матывуе спосаб арганізацыі матэрыялу, суразмяшчэнне элементаў тэлеперадачы. Нарэшце, маўленчы вобраз аўтара аб'ектывуецца на вербальным узроўні праз сістэму моўных сродкаў.

Варта падкрэсліць, што тэлебачанне, у адрозненне ад радыёэфіру ці друкаванага выдання, дазваляе непасрэдна ўбачыць журналіста ў кадры. Экран візуалізуе вобраз аўтара, робіць яго аб'ёмным, шматмерным, амаль рэальным. Згаданы феномен дае падставу казаць пра надзвычай высокую персаніфікаванасць кантэнту, уласціваю тэлевізійнай праграме. Аднак гэта не азначае, што ва ўсіх тэлеперадачах аўтарскае «я» прысутнічае ў аднолькавай ступені. Свайго максімальнага выяўлення яно дасягае ў формах аўтарскай тэлевізійнай журналістыкі.

Трэба адзначыць, што рускамоўныя навуковыя крыніцы не прыводзяць адзначанай дэфініцыі паняцця «аўтарская тэлепраграма». Можна вылучыць толькі асобныя фармальныя прыкметы згаданага тэлевізійнага прадукту. Найбольш істотная заключаецца ў тым, што аўтар тэлеперадачы адначасова з'яўляецца і вядучым. Гэта значыць, падобнай праграме ўласціва максімальная інтэгрэванасць аўтара-вядучага ў працэс тэлевытворчасці на ўсіх яго ступенях і ва ўсіх аспектах.

З'яўляючыся стрыжнямаўтарскай перадачы, вобраза аўтара канструіруецца і выяўляецца па-рознаму. Гэта можна прасачыць на прыкладзе перадачы Уладзіміра Арлова «Люблю і памятаю», якая трансліюецца на тэлеканале

«Беларусь 3» і можа лічыцца яскравым узорам арыгінальнага культурна-асветніцкага кантэнт. Аўтарскае «я» ў перадачы выяўляецца найперш на ідэйна-канцэптуальным узроўні. Выключнасць праграмы абумоўлена тым, што яе аснову складаюць успаміны і дакументы з асабістага архіва аўтара – сведкі апісаных падзей.

Стваральнік праекта – кінематаграфіст, пісьменнік Уладзімір Арлоў – паклаў у аснову сцэнарыя ўласны цыкл кніг «100 славутых імёнаў Беларусі», прысвечаны беларускім і савецкім дзеячам мастацтва. Гэта прадвызначыла кампазіцыю тэлеперадач: кожны выпуск падзелены на главы, што дапамагае структураваць яго, вылучыць падтэмы і такім чынам знітаваць фрагменты ўспамінаў у завершаны аўдыявізуальны твор. Высокая ступень персаніфікаванасці інфармацыі, інтэлектуальная напоўненасць, спонтаннае развіццё думкі ў працэсе маналогу як аснова экраннай дзеі – гэтыя прыкметы дазваляюць характарызаваць праект «Люблю і памятаю» як тэлеэсэ. Уладзімір Арлоў абраў форму, якая не стрымлівае творчага самавыяўлення і спрыяе суб'ектыўнай падачы кантэнт. Такім чынам, аўтарскае «я» ўвасабляецца і ў жанрава-кампазіцыйным рашэнні праекта.

Вербальны і візуальны вобразы вядучага арганічна сумяшчаюцца, ствараючы ампула інтэлігентнага, цікавага і тэмпераментнага прамоўцы. Рытарычныя пытанні, клічныя сказы, эліптычныя канструкцыі, паўторы, актыўнае выкарыстанне простае мовы пры апісанні жыццёвых сітуацый, багатае інтанаванне – гэта далёка не поўны спіс рытарычных прыёмаў, якія выкарыстоўвае ў сваіх экранных выступленнях Уладзімір Арлоў. Характэрнай асаблівасцю яго прамоў з'яўляецца паведамленне ад першай асобы і, адпаведна, частае ўжыванне асабістага займенніка «я», а таксама прыналежнага «мой». Так на вербальным узроўні адбываецца самасцвярдженне аўтара, выяўляецца поўнае дамінаванне яго індывідуальнай пазіцыі ў перадачы. Аднак пры гэтым вядучы звяртаецца да глядача, апелюе да яго вопыту, выкарыстоўваючы канструкцыі нахштальт «ведаеце...», «вось глядзіце...», «прыгадайце нават...», «тое, што я зараз сказаў вам...», «разумеце...», «вам яго імя добра знаёма» і да т. п. Такія звароты ўносяць элемент дылогу ў маналагічную па форме прамову, гарманізуючы камунікатыўныя адносіны паміж выступаўцам і аўдыторыяй.

Трэба адзначыць, што Уладзімір Арлоў будзе свае маналогі як выдатны драматург: у завязцы кожнага выпуску закладзена інтрыга, якая не знікае на працягу ўсяго 40-хвіліннага апавядання. Густоўна абсталяваная мізансцэна ў праграме заўсёды застаецца нязменнай, але гэтую аднастайнасць немагчыма назваць сумнай. Усю ўвагу прыцягвае вядучы з яго нязмушанасцю, выразнай жэстыкуляцыяй, жывымі эмоцыямі.

Абагульняючы сказанае, адзначым, што перадача «Люблю і памятаю» з’яўляецца аўтарскай па ўсіх прыкметах. Асоба Уладзіміра Арлова адгрывае ў ёй ключавую ролю: калі змяніць вядучага, непазбежна зменіцца і аблічча праграмы, яе драматургія і жанравая прырода. Падобныя практы сёння – рэдкасць для беларускага эфіру, якое развіваецца па мадэлі фарматнага тэлебачання. Тэлевізійная творчасць, захоўваючы калектыўны характар, усё часцей дэіндывідуалізуецца, страчвае асобаснае напаўненне, што, на нашу думку, з’яўляецца праблемай, вартай удумлівага вывучэння.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Іўчанкаў В. І. Дыскусія беларускіх СМІ: арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мінск : БДУ, 2003.
2. Мельнікова Л. І. Творчасць тэлевізійнага журналіста: теорыя, методалогія, практыка : пособие. Мінск : БГУ, 2018.

ИСТОКИ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ: ПОЛЕМИКА ИВАНА ГРОЗНОГО И АНДРЕЯ КУРЬСКОГО

Т. Д. Папсуева

Белорусский государственный университет, г. Минск;

papsueva15@yandex.ru;

науч. рук. – Н. А. Зубченок, канд. филол. наук, доцент

Статья посвящена рассмотрению древнерусской политической публицистики. В работе представлена оценка исторической значимости полемики Ивана Грозного с Андреем Курбским, выявлены схожие черты политической публицистики XVI в. с современной.

Ключевые слова: полемика; публицистика; переписка; Россия.

В современной журналистике особое внимание уделяется публицистическому отражению действительности. Актуальность высказывания мнений с каждым годом возрастает. Споры и дискуссии стали для нас совсем не в новинку. Каждый человек имеет свою точку зрения и при возможности желает поделиться с ней с другими, но способы передачи бывают разные. Основной из них – публицистика.

В современной науке существует много определений публицистики: «Публицистика – область литературы, имеющая своим предметом актуальные общественно-политические вопросы, разрешающая их с точки зрения определенного класса в целях непосредственного воздействия на общество и поэтому содержащая в себе ярко выраженные оценку, призыв». [1, с. 355].