

**БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

***НАВУКОВА-ДАСЛЕДЧАЯ ЛАБАРАТОРЫЯ
СРОДКАЎ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ***

**СУЧАСНЫЯ АСПЕКТЫ РАЗВІЦЦА
БЕЛАРУСКАЙ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

Выпуск 8

**Мінск
2004**

УДК 002.703(476)(082)
ББК 76.01(4Бел)я43

Рэдакцыйная калегія:

В. П. Вараб'ёў (адк. рэдактар), *Т. Дз. Арлова, Е. Л. Бондарава,*
Т. М. Дасаева, Я. І. Дзмітрыеў, В. І. Іўчанкаў, А. А. Рудэнка,
І. І. Сачанка, А. Г. Слука, Б. В. Стральцоў, Н. Ц. Фральцова,
М. Я. Цікоцкі

Рэцэнзенты:

доктар філалагічных навук, прафесар *В. П. Рагойша*;
кандыдат гістарычных навук, дацэнт *А. К. Акулік*

Сучасныя аспекты развіцця беларускай журналістыкі.
Вып. 8: Зборнік артыкулаў / Рэдкал.: В. П. Вараб'ёў (адк. рэд.)
і інш. – Мн., 2004. – 62 с.

У зборнік уключаны матэрыялы, прысвечаныя функцыянаванню
сродкаў масавай інфармацыі ў сучасных умовах.

УДК 002.703(476)(082)
ББК 76.01(4Бел)я43

© Факультэт журналістыкі, 2004

ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ АБ'ЕКТА ЖУРНАЛІСТАМ-АНАЛІТЫКАМ

На працягу стагоддзяў фарміраваліся жанры журналістыкі. Паступова, этап за этапам, вызначаліся зместавыя прыярытэты газетных тэкстаў. Напачатку – фіксацыя, паведамленне фактаў. Пэўны час гэта адпавядала запытам грамадства. Потым узнік запыт на каменціраванне, спрошчаны аналіз розных праяў жыццядзейнасці грамадства. Паступова працэс узаемадзеяння камунікатараў са спажывцамі інфармацыі паглыбіўся, побач са спрошчаным спатрэбіўся паглыблены аналіз жыццёвых з'яў, працэсаў, сітуацый. Аднапаведна складваліся і акрэсліваліся мадэлі жанраў.

Кожны жанр – гэта адметная літаратурная форма. І адначасова – форма, якая набыла свае абрысы ў рамках пэўнага метаду. Гэта абумовіла наяўнасць аб'яднальных рысаў. Частка жанраў, у аснову якіх пакладзены метад канстатацыі, склала інфармацыйную групу. Асноватворныя прынцыпы метаду інтэрпрэтацыі аб'ядналі групу аналітычных жанраў. Комплексны сінтэз метадаў вызначыў характар тэкставых фактараў групы мас-тачка-публіцыстычных жанраў.

Жанр – не застылая літаратурная форма. Існуюць і фарміруюцца іх новыя варыяцыі, унутрыжанравыя падвіды. Але аснова застаецца нязменнай. Ломка асновы вядзе да тэкставай неахайнасці, стылявой эклектыкі, парушэння логікі творчага адлюстравання.

Структурную аснову аналітычных жанраў (карэспандэнцыі, артыкула, агляда, рэцэнзіі, іх камбінаваных формаў) складаюць: скразны аўтарскі аналітычны маналог у рамках выбранай тэмы даследавання, сістэма (састыкавання сістэмы) фактаў і сістэма аргументаў. Усё гэта складае арганічную еднасць. І што характэрна: гэтая аснова абумоўлівае творчую дзейнасць журналістаў-аналітыкаў у рэчышчах трох метадаў, аб'яднаных агульным метадам інтэрпрэтацыі, – публіцыстычнага, эсэіскага, дзелавай аналітыкі. Даваць тут падрабязную характарыстыку азначаным методам няма патрэбы. Гэта зроблена ў спецыяльным вучэбным дапаможніку (гл.: Б. В. Стральцоў. Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста. – Мн.: БДУ, 2002.)

Творчы працэс у журналіста пачынаецца да таго, як ён прыступіць да афармлення тэксту за рабочым сталом. Пошук і выбар аб'екта, асэнсаванне яго стану звычайна ў некалькі разоў больш працяглы, чым напісанне твора.

Пачнем з таго, што у любым выпадку аб'ектам для вывучэння, асэнсавання і стварэння аналітычнага твора з'яўляецца *сітуацыя*. Не адзінкавая праява апэратыўнага характару, а менавіта сітуацыя. Сітуацыя, якая ўзнікла на прадпрыемстве, у арганізацыі ці ўстанове, сітуацыя ў рэгіёне,

сітуацыя ва ўзаемаадносінах паміж людзьмі, грамадскімі суполкамі, партыямі і да т. п.

Сітуацыя не ўзнікае сама па сабе. Яе ствараюць людзі, ва ўзаемаадносінах паміж якімі ўзнік *канфлікт* пэўнага характару – эканамічнага, сацыяльнага, маральнага, крымінальнага і г. д. Асэнсаванне сітуацыі пачынаецца з імкнення спазнаць сутнасць асноўнага і ўсіх спадарожных яму канфліктаў.

Характар канфлікту дыктуе выбар *тэмы*.

Распрацоўка тэмы дасць плён тады, калі журналіст, ладзячы аўтарскі маналог, правільна расставіць *акцэнт*.

Разуменне павязі катэгорый СІТУАЦЫЯ–КАНФЛІКТ–ТЭМА–АКЦЭНТ з’яўляецца перадумовай арганізацыі аналітычнага тэксту.

Гэтае разуменне магчыма пры ясным уяўленні сутнасці кожнай часткі вылучанага квартэта.

Сітуацыя

Што ж яна такое, наша сакраментальная сітуацыя? Да пэўнага часу маладая журналісцкая навука гэта важнейшае паняцце абмінала. Тэрмін калі і ўспамінаўся, дык мімаходзь. Устойліва карысталіся тэрмінамі «факт», «тэма», іншымі дэфініцыямі, якія не поўнасцю раскрывалі сутнасць аб’екта даследавання. Факт, як адзінкавая праява рэальнасці, ляжыць у аснове літаратурных формаў, заснаваных на метадазе канстатацыі. Пра сутнасць катэгорыі «тэма» гаворка наперадзе. Зараз жа паразважаем наконт адметнасці і шматграннасці сітуацыі, як аб’екта даследавання і інтэрпрэтацыі.

У агульных даведачных выданнях, у тым ліку энцыклапедычных, даецца наступнае вызначэнне сітуацыі: «Сукупнасць (спалучэнне) умоў і абставін, якія ствараюць тыя ці іншыя адносіны, выгляд, становішча». Улічваючы характар і апэратыўны лад дзеяння журналісцкай прафесіі, зробім удакладненне гэтага вызначэння, прыдатнае для журналістыкі. *Сітуацыя – гэта збег абставін у іх развіцці на часу і прасторы, якія абумовілі стан аб’екта на канкрэтны момант*. Журналіст-аналітык спыняе ўвагу на аб’екце (аб’ектах), вызначае яго тыповасць, выключнасць ці выпадковасць. Аб’ектам можа быць прадпрыемства, гаспадарка, творчы калектыў, рэгіён, палітычная арганізацыя і г. д. Разбежка ж даследавання па часу і прасторы заўсёды мае на мэце выяўленне стану аб’екта на гэты канкрэтны момант, прычын, што абумовілі гэты стан.

Сітуацыя можа быць *лакальнай* і *аб’ёмнай*. Лакальны аб’ект журналіст назірае візуальна, гутарыць з дасведчанымі людзьмі наконт прычын узнікнення сітуацыі, яе характары, стане і да т. п. Гэта дае магчымасць ствараць *візуальны вобраз сітуацыі*.

Дакладна ўстаноўлена, што характар сітуацыі дыктуе журналісту выбар літаратурнай формы для яе адлюстравання. Для распрацоўкі лакальнай сітуацыі больш за іншыя падыходзіць карэспандэнцыя з яе строгай сістэмай фактаў і сістэмай аргументацыі.

Сітуацыя можа мець *апэратыўны* і *праблемны* характар. Апэратыўная сітуацыя хуткаплынная, абмежаваная ў часе, сезонная. Праблемная сітуацыя доўгатэрміновая, устойлівая. Адпаведная распрацоўка тэмы павінна весціся ў першым выпадку апэратыўна, без адкладу, у другім – аўтар мае час для глыбокага вывучэння і асэнсавання сітуацыі, якая склалася ў выніку складаных доўгатэрміновых фактараў. Тут зноў жа пацвярджаецца залежнасць выбару формы адлюстравання ад характару аб'екта. Апэратыўная сітуацыя – апэратыўная карэспандэнцыя, праблемная сітуацыя – праблемная карэспандэнцыя (два асноўныя ўнутрыжанравыя віды карэспандэнцыі) або праблемны артыкул.

Апэратыўная сітуацыя, у сваю чаргу, можа мець *негатыўны* і *пазітыўны* характар, а часцей бывае «стракатай», аб'ядноўваючы ў сабе негатыўныя і пазітыўныя адценні. Праблемныя сітуацыі, на якіх завастраюць увагу журналісты, як правіла, негатыўнага характару, пра што сведчыць сам змест паняцця «праблема».

У адрозненне ад апэратыўнай, аб'ёмную сітуацыю немагчыма цалкам назіраць візуальна, журналіст ахоплівае яе разумова, часам на падставе ўрыўкавых звестак, і дзейнічае згодна з нормамі лагічнай развагі. Адпаведна вобраз сітуацыі толькі часткова складаецца з візуальных назіранняў. У сваёй аснове ён *гiпатэтычны*. Найбольш прыдатныя літаратурныя формы для адлюстравання аб'ёмных сітуацый праблемны артыкул і праблемны нарыс.

Канфлікт

Канфлікты бываюць розныя. Нас жа цікавіць канфлікт як катэгорыя журналісцкага майстэрства, якая арганічна звязана з паняццем «сітуацыя» і выбарам тэмы аналітычнага аўтарскага маналогу.

Відавочна, што канфлікт ляжыць у аснове негатыўнай сітуацыі і азначае супярэчнасць паміж тым, што ёсць, і тым, што павінна быць. Журналіст вызначае ідэал у той сферы, галіне, працэсе жыццядзейнасці грамадства, дзе ўзнікла негатыўная сітуацыя, і глыбіню адступлення ад гэтага ідэалу.

Кожная негатыўная сітуацыя па сваёй сутнасці сітуацыя канфліктная.

Асэнсавашы глыбіню адступлення ад ідэалу, журналіст імкнецца вызначыць тып канфлікту і выявіць сілы, якія абумовілі яго ўзнікненне. Адлюстраванне канфліктную сітуацыю – гэта азначае паказаць сутыкненне дзею-

чых асоб, іх пазіцый, інтарэсаў, матываў паводзін, якія зрабілі ўплыў на стан аб'екта. Асаблівасці раскрыцця канфлікту, які прэпарыруецца сродкамі журналісцкай аналітыкі, заключаюцца ў выяўленні эканамічнай, палітычнай, сацыяльнай падаплёкі калізій, выяўленні шляхоў і тэндэнцый яе развіцця, прадбачанні рэальных шляхоў вырашэння супярэчнасцяў.

Выкладанне аўтарскіх поглядаў на сутнасць канфлікту, прычын яго ўзнікнення, прадбачанне шляхоў выхаду з крызіснай сітуацыі залежыць ад творчага метаду, у межах якога намечана распрацоўка тэмы. Выбар метаду не адвольны, ён дыктуецца ўзроўнем складанасці сітуацыі на аб'екце. Калі журналіст перакананы ў тым, што яго бачанне сутнасці справы, яго погляды на прычыны ўзнікнення канфліктнай сітуацыі, яго прадбачанне развіцця падзей і вызначэнне мер выхаду з крызісу правільныя і падмацоўваюцца рэальнымі фактамі і важкімі аргументамі, то ён аддае перавагу публіцыстычнаму метаду (метаду адкрытага пераканання спажыўцоў інтэрпрэтацыйнай інфармацыі). Калі ж сітуацыя вельмі складаная, з многімі невядомымі, а таму лінейны аналіз не падыходзіць, як не падыходзіць і адзначанасць высноў, ацэнак, рэкамендацый, то выбіраецца эсэісцкі метад з многімі варыяцыямі аўтарскага маналогу (метад развагі, рэфлексіі, параўнанняў, меркаванняў і дапушчэнняў).

Канфлікты бываюць *знешнія* і *ўнутраныя*. Знешнія – паміж аб'ектамі (прадпрыемствамі, установамі, арганізацыямі і да т. п.) аднаго і розных узроўняў. Напрыклад, знешняя канфліктная сітуацыя на заводзе можа ўзнікнуць у выніку неўзгадненняў у кааперацыі паміж сумежнікамі альбо з-за непрадуманых дзеянняў чыноўнікаў профільнага міністэрства. Унутраныя канфлікты ўзнікаюць на самім аб'екце.

Як знешнія, так і ўнутраныя канфлікты па сваёй ролі ва ўзнікненні негатыўнай сітуацыі бываюць асноўнымі і другараднымі. Журналіст канцэнтруе асноўную ўвагу на галоўным канфлікце (галоўнай супярэчнасці паміж ідэалам і станам спраў). Пры неабходнасці робіцца аналіз другарадных канфліктаў, але ён не павінен засланяць публіцыстычна-эсэісцкую прэпарацыю канфлікту асноўнага.

Негатыўная сітуацыя можа мець парадаксальны характар. У гэтым выпадку лепшай формай адлюстравання з'яўляюцца мастацка-публіцыстычныя жанры (фельетон, памфлет, іх камбінацыі з аналітычнымі жанрамі).

Дакладнае ўяўленне аб стане аб'екта (сітуацыі), вызначэнне асноўнага і другарадных канфліктаў забяспечвае выбар тэмы журналісцкага выступлення.

Тэма

Здаецца, змест паняцця «тэма» ляжыць на паверхні. Але ж не. Аўтар артыкула «Тэма» ў «Энцыклапедыі літаратуры і мастацтва Беларусі», напрыклад, сцвярджае: «Выбар Т. абумоўлены жыццёвым вопытам, грамадскімі і асабістымі інтарэсамі, маст. густам, светапоглядам, ідэйнай пазіцыяй пісьменніка». Як быццам выбар пісьменнікам тэмы не залежыць ад характару гістарычных працэсаў, эканамічных, сацыяльных і маральных калізій, а журналістам – ад характару сітуацыі. «Літературный энциклопедический словарь» дае зусім іншую трактоўку: «...кола падзей, якія ўтвараюць жыццёвую аснову эпіч. і драматыч. твораў і адначасова служаць для пастаноўкі філасоф., сацыяльных, этыч. і іншых ідэалагічных праблем. Т. – пасрэднік паміж эстэтычнай рэальнасцю твора і рэчаіснасцю». Не ўяўляецца толькі як тэма можа быць «пасрэднікам».

Тэма мастацкага твора, як прадукта абагульняючай творчасці, і тэма аналітычнага журналісцкага твора, вядома, неадэкватныя катэгорыі, яны маюць свае адметныя нюансы. Але калі глядзець у корань, прасвечваецца адна глыбінная аснова: сітуацыя (і створаная творчым уяўленнем пісьменніка, заснаваным на жыццёвым вопыце, і жыццёва-канкрэтная, з якой сутыкнуўся журналіст) і галоўны канфлікт, што абумовіў узнікненне і развіццё сітуацыі.

Катэгорыя «тэма» мае два ўзроўні. Першы: галіна народнай гаспадаркі, іншыя сферы жыццядзейнасці грамадства, у межах якіх спецыялізуецца журналіст (эканамічная тэма, спартыўная тэма, маральная і сацыяльная праблематыка і да т. п.). Адсюль – эканамічны аглядальнік, спартыўны аглядальнік, аглядальнік зарубежнага жыцця. Другі: стан аб'екта рэчаіснасці, канкрэтны напрамак даследавання гэтага стану, выбар галоўнага аспекта ўаемаадносін дзеючых сіл, якія абумовілі фарміраванне сітуацыі (галоўны канфлікт). Другі аспект датычыць непасрэдна тэксту і характарызуе прадмет адлюстравання.

Тэма ў шырокім сэнсе азначае галіну ў цэлым, у вузкім – прадмет адлюстравання, заснаваны на аналізе гэтай галіны.

Вопытныя журналісты-аналітыкі прытрымліваюцца спецыялізацыі (нават ў раённых газетах, дзе крайне абмежаваныя штаты), а значыць – адной тэмы (у шырокім сэнсе). Але яны не паўтараюцца, бо кіруюцца выбарам тэмы ў вузкім разуменні гэтага паняцця. Іх творы разнастайныя па прадмету адлюстравання, а калі прадмет паўтараецца ў чарговым тэксце, дык высвечваецца яго новая грань.

Важным патрабаваннем да выбару тэмы з'яўляецца яе адпаведнасць клопам, якімі жыве грамадства ў гэты момант, профілю выдання і інта-

рэсам чытачоў. Мяняюцца прыярытэты ў пэўных галінах жыццядзейнасці грамадства – адпаведна павінна мяняцца і сутнасць прадмета адлюстравання ў журналісцкіх тэкстах. І набыты прафесійны вопыт, і добрае веданне функцыянавання грамадскай сферы, у якой спецыялізуецца журналіст, і інтуіцыя павінны падказаць, якую сітуацыю выбраць і на якой грані прадмета адлюстравання паставіць акцэнт, зрабіўшы яго вяршыняй твора.

Акцэнт

Адна з сэнсавых нагурузак слова «акцэнт» – падкрэсліваць пэўную думку, рысы характару, з’явы, сітуацыі і да т. п. У журналісцкай практыцы такое падкрэсліванне робіцца для таго, каб звярнуць на нешта першастворную ўвагу спажываючых інфармацыі. Найперш на тыповыя праявы.

Відавочна, што творчая катэгорыя «акцэнтаўкі» знаходзіцца ў шчыльнай сувязі з сітуацыяй, якая даследуецца журналістам, вузлавымі канфліктамі, што абумовілі стан спраў на аб’екце, у рэгіёне ці развіцці грамадскіх працэсаў, і тэмай, як прадметам адлюстравання, вызначаным пры аналізе аб’екта.

Кампазітары пішуць канцэрты для віяланчэлі з аркестрам, для скрыпкі з аркестрам і да т. п. Журналісцкі твор у пэўным сэнсе можна прыпадабніць да памянёнага канцэрта. Засяродзіўшы ўвагу на галоўным канфлікце, журналіст ставіць на ім акцэнт і вядзе яго распрацоўку скрозь увесь аўтарскі маналог. Гэта і складае асяродак аналізу на прадмеце даследавання. Усё астатняе дапаўняе галоўны аспект тэмы твора.

Вось тут і выяўляюцца фактары прафесійнай адказнасці і маральнага выбару. Калі ты маеш гонар звацца непадкупным журналістам, дык будзеш рабіць акцэнт на галоўным вузле супярэчнасцей, на галоўным канфлікце і на больш складаных баках сітуацыі – на ўчыненым дзеянні фігурантаў у межах аб’екта (унутраны канфлікт) ці розных аб’ектаў (знешні канфлікт). Калі ж паступаешся прынцыпамі прафесійнай этыкі і купляешся на адпаведны заказ, дык і галоўны акцэнт, адпаведна заказу, будзе зроблены на другарадных канфліктах, а то і ўвогуле пададзены праз крывое лустэрка.

* * *

Спецыфікацыя творчых метадаў абумоўлівае нюансы ў павязі катэгорый СІТУАЦЫЯ–КАНФЛІКТ–ТЭМА–АКЦЭНТ. Каб раскрыць гэтыя нюансы, патрэбна далейшае асэнсаванне сутнасці саміх творчых метадаў. У гэтай справе мы зрабілі толькі першыя крокі.

ЧЕЛОВЕК КАК «НОВОСТНАЯ ЦЕННОСТЬ» В ЖУРНАЛИСТИКЕ

В исследованиях по теории журналистики российских, белорусских авторов всегда отмечалась одна из высших ценностей журналистской профессии – внимание к человеку. В любой модели мира, отраженной в журналистском тексте, главным центрообразующим элементом была личность человека. Этот принцип принято было определять понятием «гуманистический». Именно гуманистический подход был традиционным в отечественной журналистике (1). Всегда казалась очевидной гуманистическая ориентированность журналистской деятельности, потому как в традициях нашей журналистики определяющим критерием той или иной публикации всегда была соотнесенность журналистского текста с нуждами, потребностями человека (2).

В советские времена по проблемным журналистским статьям принимались государственные решения, правительственные постановления. И это тоже свидетельствовало о том, насколько ценилась в журналистике способность участвовать в жизни общества, стремление сделать «жизнь людей лучше».

В американской и западноевропейской теориях журналистики существует несколько иная шкала приоритетов в оценке информации. Основной смысл журналистской деятельности сводится к поиску «новостной ценности». Причем, это понятие не имеет отношения к сути профессиональной деятельности отдельного журналиста, к его мировоззрению, стилю, особенностям его индивидуальности. «Новостная ценность является результатом деятельности индустриальных новостных корпораций» (3). Как правило, под «новостной ценностью» понимается что-то необыкновенное, то, что в зарубежной журналистской теории связано с эффектом удивления, а иногда и шока. По сути, в зарубежной и отечественной теориях журналистики предлагаются разные взгляды на то, что является предметом журналистской деятельности.

Утверждение, что журналистская профессия связана с поиском и передачей новостей, естественно, остается аксиомой. Вопрос может ставиться по-другому: что сегодня в журналистике считается новостью? Сравнительно недавно появившийся тезис «хорошие новости скучны» кажется чем-то чужим для нашей журналистики, привнесенным извне. В том, чтобы насыщать новости экзотическими деталями, шокирующими подробностями, делать на новость ставку как на массовое развлечение, как на

основу развлекательного шоу преуспела российская журналистика и особенно – российское телевидение. Постоянный поиск чего-то необыкновенного в новостях, ставка на то, чтобы позабавить и удивить во что бы то ни стало, привели к тому, что количество убитых, на войне ли, в мирной ли жизни, уже перестало удивлять, информационные телепрограммы, в которых доминируют исключительно отрицательные новости, перестали шокировать. По мнению нынешних практиков от журналистики, новость только тогда будет востребована, если в ней есть что-то, нарушающее привычную социальную жизнедеятельность, что-то, выводящее за рамки общепонятного и общепринятого. Поэтому журналисты уподобляются участникам негласных соревнований: кто более хлестко и «ярко» преподнесет информацию, где содержалось бы то, что нарушает привычные представления о «нормальности жизни». Не случайно возникли определения, в которых отражается суть нынешних новостей: депрессивная журналистика, депрессивное телевидение. Действительно, новости, в которых содержится исключительно негативная информация – убийства, теракты, взрывы самолетов и гибель людей, землетрясения, наводнения, отключение горячей воды и «вымерзание» целых сел, пожары, – привлекают внимание читателей, зрителей. Но парадокс заключается в том, что чем большее количество подобных новостей, тем более невосприимчивыми, отстраненными становятся те, кому она предназначена. В данном случае реакция у аудитории совершенно нормальная: срабатывает психологический механизм самозащиты. В современной информации акцент делается на бесстрастности, на так называемой предельной объективности. Пропадает голос автора, из новости выхолащивается энергия авторской страсти и убеждения. В новости пропадает «человеческое начало».

В годы советской журналистики, в то время, которое принято называть застойным, не было установок на негативную информацию. Скорее наоборот. Большое количество информации о передовиках производства, о выполнении и перевыполнении плана, об урожае в «закрома родины» тоже не способствовало читательскому вниманию, вызывало чувство отстраненности и равнодушия.

Позитивная информация застойного времени была такой же банальностью, как и негативная нынешнего времени. Получается, что ни сообщения о рекордах за рекордами, ни показ трупов за трупами не способны удерживать статус настоящих новостей, событий, в которых действительно есть важная для человека информация. И то, и другое, по большому счету, не является новостной ценностью. В таких текстах отсутствует «человеческий фактор». Исчезновение «человеческого начала», очевидно, и было причиной забвения таких жанров, как творческий портрет, зарисов-

ка в печатных средствах массовой информации, как беседы с творческой личностью в аудиовизуальных СМИ.

В пору, когда отечественная журналистика осваивала незнакомые прежде темы, стиль, формат, у читателей, зрителей был искренний обывательский интерес, например, к таким рубрикам, как «Криминал», «Личное дело», к таким формам телепередач, как ток-шоу, телеигра. Однако потребители новостей – это не только обыватели, но и личности, среди прочих характеристик которых особо выделяются интеллектуальный потенциал, культурно-нравственный уровень. У такого читателя-зрителя внимание к криминальным темам, негативной информации с развлекательным эффектом явно ослабевает. Новость может привлекать внимание не только тем, о каком событии идет речь, но еще и наличием «человеческой сущности».

Белорусскую журналистику в целом не упрекнешь в излишнем акцентировании читательского, зрительского внимания на фактах с ярко выраженной негативной сущностью. Но и трудно утверждать, что передачи белорусского телевидения являются приоритетными в избирательной шкале телезрителей, а газетные публикации в белорусских газетах вызывают максимально искренний интерес со стороны читателей.

Одна из причин несколько вялого интереса аудитории к своим средствам массовой информации заключается в том, что в большинстве публикаций, передач начисто отсутствует человеческое начало. В публикациях есть некие знаки людей, а не сами люди. На белорусском телевидении (на БТ, ОНТ, канале «Лад»), пожалуй, нет ни одной передачи, где была бы представлена личность человека с его историей, судьбой. Как правило, человек предстает либо как статист в так называемых проблемных передачах, либо как игрок очередного шоу. (Например, как в передаче «Одноклассники»). Ведущие пытаются вызвать зрительское внимание исключительно нагнетанием псевдоигрового настроения, чрезмерно динамичным поведением в кадре.

В телевизионной картинке совсем не запечатлевается картина мира. Возникает образ чего-то ирреального, неестественного, к человеческой жизни не имеющее никакого отношения. Зритель, не получающий информации о своей собственной жизни, игнорирует ее. Российский телевизионный критик Сергей Муратов пришел к следующему справедливому заключению: «Полезность информации определяется двумя факторами: насколько это событие может повлиять на жизнь зрителя и насколько оно способно поднять его социальную значимость» (4).

Новости – это фиксация, передача того, как люди живут в стране. Если объектом новостей является событие, то его стоит показывать так, чтобы за ним чувствовалась, просматривалась жизнь людей. Массовая инфор-

мация существует для того, чтобы ориентировать человека в происходящих событиях, а не давать ему нечто отвлеченное.

В любом нашем печатном издании редко можно найти ту информацию, где главным объектом был бы человек. Это касается газеты любого ранга: районной или республиканской. Один из самых часто встречающихся подзаголовков в газетах этого года – «К 60-летию освобождения Беларуси». Публикации, посвященные этой теме, как правило, – пересказ воспоминаний очевидцев о событиях тех дней. В районной газете «Навіны Старадарожчыны» 27 мая 2004 года появилась зарисовка журналистки Светланы Лапиковой «Ад смерці выратаўвала... балота», в которой идет речь о том, как семья Анастасии Федоровны Новик во время войны в своем доме прятала партизан. Достаточно большой по количеству строк материал передает бесстрастную хронику тех событий. Публикация сопровождается фотопортретом героини повествования. Однако о самой героине мы так ничего не узнали, мы даже не «услышали» ее голос, не прочувствовали ее характер, судьбу. История (на самом деле драматичная, в которой раскрывались сильные характеры) была рассказана так, что напоминала множество других похожих историй, где-то виденных и слышанных. Этот рассказ не стал откровением для читателя, потому что там не было собственно человеческой истории.

В «Народной газете» под этой же рубрикой был опубликован материал, который по жанру тоже можно было бы назвать зарисовкой – «Березовка помнит все» (1 июня 2004 г.). Принцип подачи новости тот же: воспоминания очевидцев о страшных днях войны. В публикации речь шла о сожжении деревни. Объект новости – памятник, который установили недавно на месте трагедии. Событие примечательное и важное. Но нигде нет рассказа о людях той деревни, нигде нет человека. А ведь это и есть самое главное в повествованиях на эту тему, обозначенную еще одной рубрикой: «Никто не забыт...».

90 % газетных новостей – это информация о событиях, в которых не чувствуется присутствие человека. Мы узнаем о политических событиях, о поисках новых технологий, о тренерских отставках в футбольных командах, о выставке шедевров Третьяковской галереи в Минске, об успехах белорусской книги на книжной ярмарке в Варшаве, об открытиях в области нейрохирургии (это все темы одного номера «Советской Белоруссии» 27 мая 2004 года), но ни в одной публикации по этим темам не представлен собственно человек. В жизни ведь важны не только события, не только темы, но и сам человек. Человеческая жизнь, пожалуй, это есть самая главная новость. Эпоха постмодерна диктует иные подходы, другие ценности. Во все времена появлялись новые стили, новые мировоззрения.

И во все времена после упоения новым не было большего откровения, чем заново открыть значимость устоявшихся традиций. Очевидно, и в СМИ будет то же, поскольку в традициях отечественной журналистики всегда было внимание к человеку.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградова С. М. Слагаемые журналистской профессии // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000.
2. Прохоров Е. П. Гуманизм – основа журнализма XXI века // Журналистика в переходный период: Тезисы международной научной конференции. Ч. I. – М., 1997.
3. Kim O'Sullivan, Join Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery. Join Fiske. Key concepts in communication and cultural studies. – London and New York, 1994.
4. Сергей Муратов. Новости без человека нет! // Журналист. – 2004. – № 3.

Т. Д. Орлова

КРИЗИС КЛАССИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ ТЕАТРАЛЬНОЙ КРИТИКИ

В искусстве театра модернистский культурно-психологический комплекс сказался в утверждении импрессионистской, экспрессионистской и сюрреалистической манерах игры. Художественные шифрограммы требовали новых подходов в расшифровке. Отечественная культура, в краткие сроки и способом совмещения разных культурных эпох осваивала чужие стандарты. Классическая вертикаль с ее нравственными, философскими и религиозными идеями существенно поколебалась. Она исчезла как из смыслового пространства театра, так и из театральной критики. Духовный Космос и практическая жизнь резко разошлись. Модернистские и постмодернистские позиции стали лидирующими в постсоветском театральном искусстве, журналистике и соответственно критике. Вместо театральной критики возникла театральная журналистика со стилевой эклектикой и демонстративно-игровой знаковостью, установкой на успех, процветание, престиж, обладание.

Для коммуникационного процесса «театр – СМИ – зритель» это имеет первостепенное значение.

Сузив театральную журналистику до уровня рекреативной функции, журналистская практика сохранила за ней исключительно развлекательные цели и замкнула рамки ее воздействия до уровня любого читателя. Однако, театральная журналистика не может быть адресована всем. Оста-

ваясь в пределах публицистических текстов, она должна вмещать в себя все многообразие этих текстов, многие из которых могут оказаться непонятными и скучными для малообразованного читателя.

В СМИ формирование общественного мнения высококвалифицированными людьми потеряло свое былое значение. Выбор автора для театральной журналистики стал определяться другими критериями. Журналист, точно знающий конъюнктуру рынка, стал определять художественные ценности производимой театральной продукции.

Смещение оценок, захваливание посредственности, вакуум молчания в отношении к некоммерческому эксперименту стали нормой. Появилось совершенно новое явление – свободное предпринимательство на информационном рынке, а это

- заказная и оплачиваемая продукция,
- отсутствие профессиональных знаний,
- «стебный» стиль,
- несоответствие эмоционального накала художественному уровню,
- утрата категории авторитета,
- концентрирование внимания на второстепенных деталях.

Компетентное авторское мнение перестало подкрепляться подписью авторитетных людей. Создалось впечатление, что отрецензировать и отрекомендовать спектакль может кто угодно.

Конечно нельзя забывать об относительности любых эстетических оценок. Тем не менее нарушение нравственных принципов журналистики, отмечающееся во всех иных сферах – политической, экономической – коснулось и театральной журналистики.

Театральная критика как наука «считывания» театральных символов, метафор и особенностей построения спектакля помогает зрителю смоделировать собственное идеологическое видение и осознать систему идей, в которой он живет. Анализируя и сопоставляя фиктивный мир пьесы и реальный мир зрителя, театральный критик добивается продуктивного понимания зрителем спектакля. В этом случае идеологические коды эстетического объекта и воспринимающего субъекта координируются для правильной эстетико-идеологической дешифровки. Тогда зритель оказывается в состоянии понять механизмы показанного на сцене мира и сравнить или даже заменить на сходные механизмы своей собственной практики.

Взаимодействие драматургов, сценографов, режиссеров, актеров с публикой происходит в определенных пространственно-временных рамках и рождает некую культурную практику. Критика ее фиксирует и развивает.

Войдя в эпоху постмодернизма, театральное искусство извлекает энергетику, действующую на публику, из соединения несочетаемого.

Как известно, спектакль – явление мимолетное. Таким образом, вполне возможная искаженная картина на бумагоносителе окажется вреднее чистого листа. Кроме оперативной ориентации потенциального зрителя, СМИ должны заботиться о разноплановом, квалифицированном и оперативном распространении театральной продукции в интересах ее освоения будущей наукой.

В «Вестнике Московского университета» Я. Засурский предлагает семь моделей современных СМИ:

- инструментарная (советская), авторитарная;
- свободная в условиях свободы и гласности;
- корпоративно-авторитарная, однако по принципу советской;
- корпоративная и свободная пресса на равных условиях;
- государственная, как инструментальная модель периода перестройки;
- местная, или губернская, мэрская;
- коммерческая.

Уязвимость такого деления публичной сферы более чем очевидна, ибо границы перехода одного в другое очень условны и фактически незаметны читателю и, скорее всего, неразличимы самими журналистами. Кто из них сможет с уверенностью сказать, что работает в коммерческой или корпоративно-свободной прессе? Современные СМИ одинаково претендуют на демократичность, независимость, оппозиционность, альтернативность.

Есть смысл обратиться к общей теории информации и особенностям ее интерпретирующей природы. Адресованная определенной части аудитории, эта информация ориентирована относительно ценностей данной аудитории. Наиболее активно отбирать, перерабатывать и усваивать театральные тексты будет та часть читателей, чей жизненный опыт каким-либо образом связан с театром. Рассчитывать на интересы улицы и возможность завлечения театральными текстами абсолютно глухих к театральному искусству людей не следует. Это будет, если так можно выразиться, разовое воздействие. Такая театральная критика может существовать лишь в виде унифицированного текста, личностной информации, обращенной к уровню инстинктов аудитории. Развитие такой тенденции грозит понижением журналистской культуры. Такую театральную журналистику (она и в этом варианте имеет право так называться) можно отнести к типу коммерческой, скандальной и вывести из культурного контекста.

Каждый слой публики имеет право на свой театр, в котором художественное освоение действительности осуществляется по значимой для него знакомой проблематике. При этом сохраняется соперничество элитарно-

го и массового театра. Это сила, придающая театру движение и энергию для саморазвития. Однако театр сегодня все чаще переходит в сферу развлекательной индустрии, утрачивает свою уникальность.

Вовлечение читателя и зрителя в познание театра через текст критика опирается на то, что всякое искусствоведческое познание диалогично. Между критиком и театром идет постоянный диалог, который зависит от культурного сознания аудитории. В большой степени это диалог и со зрителем.

В методологии театральной критики театр существует в двух ипостасях: как явление культуры и как коллектив художников творящих. Наука о жизни человека и общества пользуется методом понимания. В герменевтике Хайдеггера пониманию придается универсальное значение. В интерпретацию художественного произведения включается поиск смысла, который реализуется как истолкование ценностей и предпочтений. Трудность гуманитарных наук, в том числе театроведения и театральной критики – в сложности описания поведения индивидуума, его причудливых страстей и намерений. Не исключаются и стихийные процессы, не зависящие от сознания людей.

С точки зрения медицины при восприятии спектакля подавляющая часть информации, получаемой мозгом, поступает вне контроля сознания. А посему процесс понимания и его последующего отражения в публикации идет частично также вне контроля сознания и должно быть нечто, что сознание активизирует.

Для прослеживания актуальных тенденций движения театральной критики необходимо определить, в каком культурном пространстве развивается современный театр. Сложность состоит в том, что пространство не имеет четких границ, понятий школы, стиливых характеристик, так как в определение культурного пространства вторгается такая неуловимая эфирная материя как самоощущение художника.

Самая простая оппозиция культуры «официальная – неофициальная» не является единственной и обрастает неким третьим смыслом. Первое культурное пространство – официальное – формировало искусство на основе монолитности, причем идеологическая монолитность постепенно превращалась в стилевую и отвердевала в почти ритуальных формах.

В приложении к театру это означало идеологию марксизма-ленинизма и Коммунистической партии, стилевую палитру в рамках системы К. - С. Станиславского и социалистического реализма.

Театральная критика была настроена на искусство как общественную проповедь. Деятели театра воспринимались как рыцари искусства. Помимо прочего, официальное искусство отличалось нетерпимостью к

иноверцам и не готово было к принятию «другого», а между тем это другое уже было на пороге.

Одним из эстетических критериев XX века, символизирующим поступательное движение искусства, явилась новизна формы. В демонстративных заявлениях постмодерна, что в искусстве все уже сделано и ничего нового быть не может, на самом деле происходит лишь канонизация этого принципа. Именно на основе авангардистского понимания развития искусства как непрерывной цепи новшеств, вводимых очередным гением, строится модель конца истории, модель умершей культуры, все составные части которой теперь лишь материал для иронической и одновременно трагической игры художника, потерявшего представление о ценности и смысле совершаемого им творческого акта. Между тем новизна заключается не в изобретении чего-то никогда не бывшего (в духовной области подобная операция крайне сомнительна), а в здесь-и-сейчас возобновляемом понимании того, что было всегда и что требует от тебя и твоего времени соответствующей подлинности и адекватного языка выражения.

Можно констатировать, что все споры практиков и теоретиков театра с 60-х годов XX века шли в основном вокруг формы. На гребне этих дискуссий определилось второе культурное пространство – неофициальное. Оно поначалу ютилось в андеграунде и было проникнуто отрицанием всего общепринятого в обществе. Этот культурный феномен потребовал новой системы отсчета, других критериев оценки, так как каждый автор и каждое произведение, попав в иной контекст или иное силовое поле, получали искаженное толкование.

Термин «неофициальное» ассоциируется с «негосударственным» и несет на себе отпечаток «плохой» идеологии. Такое ощущение подогревалось и поддерживалось существовавшей в нашем обществе системой оргвыводов и преследованием инакомыслящих.

В театральном мире таковой считалась система Мейерхольда с ее малопонятной биомеханикой, что в объяснении критиков было не что иное как формотворчество. Появившиеся и распространившиеся в европейском театре «система Брехта» и «система Гротовского» и вовсе признавались чуждыми и реакционными.

Новая концепция театра XX века шла от французского режиссера, драматурга и теоретика Антонена Арто, который впервые отошел от привычного нашей ментальности и восплаемого Станиславским психологического театра и заговорил о метафизике. Он убеждал вернуть театру его изначальную сценическую природу, не связанную со словом и диалогом.

О магическом воздействии на зрителя, не отраженном в написанном тексте, не выраженном в словах, а извлеченным из жеста, звука, пластики

и их взаимных связях, в том числе со словом, теоретики и практики отечественного театра узнали и заговорили достаточно поздно.

Вслед за Арто об утрате основополагающих систем отсчета и необходимости переоценки старого театрального опыта заговорили Питер Брук, Ежи Гротовски, Эуженио Барба. Они выдвинули новую идею театроведческого знания, опирающегося на возвращение к истокам или к рассмотрению театра с позиций антропологии.

Новое политическое мышление, утвердившееся в постсоветском пространстве после 1985 года, заставило по-новому взглянуть на роль художественной культуры и проблемы театральной культуры в частности. Это мышление выдвинуло тезис, что именно художественная культура может стать универсальным языком общения и через театр в его метафорах будет достигнуто взаимопонимание стран и народов.

«Неофициальное» искусство часто делали синонимом авангардно-го, непродуктивного, непробившегося к широкому зрителю.

К типологическим признакам третьего культурного пространства, которое еще не получило своего точного названия, относят «метаметафористов» или «иронистов», имея ввиду невыводимость, неформализуемость конечного принципа критериев оценки. Представители третьего культурного пространства ориентируются на ясность высказываний, на смыслоемкость и ответственность высказанного. Они жаждут найти точку опоры, но понимают, что этому мешает текущее состояние искусства, неустойчивость восприятия «переживателя» эстетического акта, прежде всего театрального.

При раскрытии закономерностей творческой деятельности и художественного восприятия театра невозможно создать универсальную «искусствоветрию». Высокий авторитет таких наук как искусствоведение, литературоведение, эстетика долгое время не подпускал специалистов иных дисциплин к исследованию театра.

Существует прямая и обратная связи влияния других искусств и театра. Но нет самостоятельной научной дисциплины вроде культурологии театра. Необходимость ее впервые сформулировал М. Бахтин в 1924 году в статье «Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве». Он же впервые поставил вопрос о том, является ли механика сообщения в спектакле субстанций театра или иной, возможно, информационной структуры.

Культурологический подход к изучению театра вполне закономерен, ибо сцена вписана в культуру общества. Она – модель определенного типа культуры и одновременно определенный культурный код. Театр тесно связан с политическими и нравственными идеями, религиозными представлениями, научными понятиями. Культурологический подход рассмат-

ривает, что именно создает театр в данной культурной среде и как взаимодействует с другими видами искусства.

Театр представляет собой сложное образование: как бы на него ни смотрели – как на храм (К. Станиславский) или как на предприятие, – он всегда останется живым организмом, имеющим творческие, социальные, производственно-экономические характеристики. Сегодня каждая из них изучается самостоятельной наукой – театроведением, социологией, экономикой. Но они пока не нашли общего языка. Более того, каждая из них претендует на исключительное понимание своего предмета. Часто можно услышать: пусть каждый занимается своим делом – критик оценивает репертуар, социолог изучает творцов и зрителей, экономист подсчитывает прибыли и убытки. Это заблуждение! Необходим союз наук о театре.

Английский эквивалент (performing arts) расшифровывает специфику театра: оно творится на глазах у зрителя и существует в непосредственной коммуникации с публикой. Театральное произведение насыщено визуальными элементами, знаниями, чувственными приемами, тонами и полутонами, экспрессией, той субстанцией, которую невозможно передать в записи через средства массовой информации. Однако театр создается и живет в коммуникационном потоке между актером и зрителем. Иными словами, зритель, слушатель, читатель, или так называемая воспринимая аудитория, является также ее составной частью.

В «Справочнике по восприятию», изданном факультетом психологии Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе один из авторов (профессор Джулиан Хокберг) выделяет три функции, необходимые, чтобы сделать произведение искусства понятным: первая – сообщение о мире, вторая – сообщение о состоянии художника, его чувствах, индивидуальности, третья – удовольствие, полученное реципиентом.

Как же соотносится произведение театра с тем, как воспринял его зритель, и кто, наконец, должен это зафиксировать? По мнению Л. С. Выготского анализ переживаний зрителя скрыт в бессознательной сфере психики и результат творчества изолирован от процесса его восприятия. Однако Б. С. Мейлах считает, что изучение реакций зрителя – это не только проверка действенности результатов творчества, но и обязательное включение читателя, зрителя (а также критика как читателя и зрителя) в систему художественного мышления автора. Только при встраивании в художественную систему авторов театрального произведения начинается интерпретация его, основанная на взаимодействии вариативных и инвариантных элементов содержания.

Становится понятно, что для театральной журналистики в роли интерпретатора необходимо комплексное изучение театрального творчества и

прежде всего связи театра с другими видами искусства. Вторжение литературы, изобразительного искусства, музыки, хореографии (это изучение пьесы, сценографии, пластики), а также кино и телеискусства с их монтажным рядом, получили сегодня развитие в сценическом формообразовании.

Для полноты картины восприятия необходима еще последующая рациональная, а, возможно, и эмоциональная оценка спектакля театральной критикой. Это она определяет пределы коммуникативности театрального произведения. Она выступает системообразующей силой его восприятия, оставаясь при этом подсистемой театральной культуры.

Известный философ, профессор СПбГУ Борис Марков провел глубокое научное исследование существования человека в городской среде и пришел к выводу о необходимости создания локальных пространств, способствующих коммуникации людей. «Пространство дома и храма в традиционном обществе объединяло; напротив, пространство современного города разъединяет людей... Современный город, построенный на принципе дистанции, дал свободу людям, покинувшим провинциальные поселения, но при этом обострил жажду контакта. Это желание уже не удовлетворяется моральными и семейными пространствами, ибо храм и дом оказались в XX в. разрушенными. Поэтому в современной литературе описываются все более интенсивные и даже перверсивные формы контактов. Постмодернистская философия – это не фантазия, а диагноз реальности, которая стала иной, чем раньше». Далее исследователь замечает, что, решая свои проблемы, части общества группируются по своим интересам и увлечениям, рекультивируя те культурные пространства, в которых чувствуют себя комфортно. Издавна одним из таких пространств был театр. Потеряв его на какое-то время, люди вновь потянулись к нему, о чем свидетельствует театральный бум, начавшийся с середины 90-х годов XX века и продолжающийся по сегодняшний день.

Театральная журналистика была вынуждена отбросить романтические оценки роли гуманитарного знания в жизни человека, что имели место в прошлом. Она не надеется на великую преобразующую силу искусства и сценического в том числе. Ему она отводит какую-то другую роль. Пришлось задуматься о методологии гуманитарных наук, об использовании новых техник анализа, сбалансированном использовании альтернативных методологий.

Использовать возможности коммуникативного опыта первым предложил Хабермас, много занимавшийся вопросами герменевтики, или интерпретации. Он предложил принять гуманитарным наукам методологию теории коммуникативного действия. Чтобы описывать увиденное, надо его понимать, чтобы понимать – необходимо в нем участвовать (что

обязательно для зрителя-критика). Общие коммуникативные структуры, господствующие над говорящими и действующими субъектами, открывают доступ к контексту жизненного мира. Критик-исследователь втянут во взаимодействие с театром как партнер, интервьюер, слушатель, зритель. Гуманитарные науки моделируют человека, предписывая ему, что и как он должен говорить, делать и вести себя. Понимание не ограничивается речевым актом. Цель общения лежит вне языка. Здесь еще раз возникает проблема понимания, или смыслопонимания. Коммуникативное действие направлено и на сообщение, и на переговоры. Понимание произойдет, если читатель воспримет сообщение СМИ и сможет ответить на него, посетив спектакль или не заинтересовавшись им.

В уже упомянутой работе Б. Маркова отмечается, что «социальный процесс не сводится только к пониманию, в своих целях он явно управляется рынком». А рынок не только разъединяет, но и объединяет людей, о чем свидетельствуют успехи рекламы тех же театральных постановок.

Современные философские концепции опираются не только на обращение к научным, но и к чувственным, эстетическим, эмоциональным возможностям человека. Для них важно изучение того, что почувствовано и пережито в результате общения с произведением искусства, а также тайн и болевых точек человеческой души. Представители сближения философии с искусством (датчанин Серен Кьеркегор, немцы Артур Шопенгауэр, Фридрих Ницше, Фридрих Шеллинг), а также экзистенциалисты (француз Альбер Камю, немцы Карл Ясперс, Мартин Хайдеггер), постмодернисты (французы Мишель Фуко, Жак Деррида, Жан Лиотар, швейцарец Фердинанд де Соссюра, немец Юрген Хабермас, итальянец Умберто Эко, русский И. П. Ильин), настаивая на конкретно-историческом дискурсе, все же делали акцент на индивидуальной, интуитивной и творческой ориентации художественного произведения.

Русский философ и литературовед М. М. Бахтин подтолкнул искусствоведов и критиков к изучению механизмов общения культуры со зрителем, слушателем, читателем. Прояснение смысла произведения является не личным делом его создателя, а общезначимостью целого круга людей. Причем, чем уникальнее вид искусства и выше уровень мастера – автора, тем труднее контакт с массой, тем элитарнее восприятие.

Театр как вид искусства может считать себя элитарной областью художественного творчества, хотя и не исключает из своего организма и форм массовой культуры. Критик и журналист находятся в постоянном диалоге как с автором театрального произведения, так и со зрителем, его воспринимающим.

Встав на позицию определения, что «культура – это инобытие человеческого духа, представленное в знаках, интерпретатор обязан в совершенстве владеть совокупностью этих знаков и передавать ее в процессе общения.

У. К. Касько

ПЕРЫЯДЫЧНЫЯ ВЫДАННІ БЕЛАРУСІ (да пытання фарміравання структуры і тыпалогіі беларускага друку)

Змены, якія адбыліся за апошнія дзесяцігоддзе ў палітычным, эканамічным, сацыяльным жыцці не маглі не закрануць і журналістыку. На інфармацыйнай прасторы з'явіліся сотні новых газет, многія з іх набылі статус незяржаўных, незалежных, многія памянлі заснавальнікаў, а то і «заказалі доўга жыць», як здарылася гэта са старэйшай маладзёжнай газетай краіны «Чырвоная змена». Барацьба за выжыванне прымусіла асобныя калектывы скаціцца на рэйкі «жоўтай прэсы». Большасць зяржаўных газет страцілі значную колькасць былых чытачоў, іншыя ж, наадварот, знайшлі іх. Адбылося зусім нечаканае: асобныя мясцовыя газеты пацягнулі на сваіх тэрыторыях рэспубліканскую і абласную прэсу. Адным словам, настаў час больш пільна звярнуць увагу на падобныя феномены, прасачыць, якой стала беларуская газета, у чым яе моцныя і слабыя бакі. І пачаць, думаецца, трэба з вывятлення тыпалогіі, структурызацыі газет на сучасным этапе.

Апраўданаць такога падыходу тлумачыцца наступным. Нягледзячы на тое, што пра ўзнікненне, развіццё, функцыянаванне газет напісана нямала кніг, даследаванняў, не ўдалося пазбегнуць пэўных памылак, недакладнасцей, дапускаюцца скажэнні ў гадах іх выхаду, вызначэнні функцый і прынцыпаў. Нават само азначэнне паняцця газета патрабуе ўдакладнення, зыходзячы з патрабаванняў часу.

У навуковай літаратуры, якая выходзіла да 90-х гадоў мінулага стагоддзя, асабліва падкрэслівалася роля газеты як важнейшай зброі ў палітычнай барацьбе, прапагандзе, указвалася на яе класавы характар. На гэта засяроджвалі ўвагу «Советские энциклопедические словари» выданняў 1980 і 1990 гадоў, «Беларуская савецкая энцыклапедыя» і іншыя выданні. У апошнія гады цэнтральнае месца ў вызначэнні паняцця адводзіцца інфармацыйнаму зместу, каментарыю. «Газета – гэта ліставое перыядычнае выданне, якое ўтрымлівае падзейную або іншую інфармацыю аб прадметах і з'явах акаляючай рэчаіснасці, праблемы і каментарыі бягучага палітычнага, сацыяльнага, культурнага жыцця грамад-

ства, і якое адрозніваецца найбольшай аператыўнасцю сярод іншых друкаваных выданняў», сцвярджае вядомы рускі даследчык журналістыкі прафесар А. Акопаў (1).

Найбольш дакладнае азначэнне з папраўкай на час дае апошняе выданне «Беларускай энцыклапедыі». «Газета – друкаванае перыядычнае выданне, якое публікуе матэрыялы пра падзеі ў палітычным, эканамічным і духоўным жыцці грамадства, адзін з асноўных сродкаў масавай інфармацыі. Вызначаецца аператыўнасцю, фарматам, перыядычнасцю. Змяшчае афіцыйныя і палітычныя дакументы, карэспандэнцыі і каментарыі, хранікальныя паведамленні і мастацкія творы» (2). Таксама даўгавата, з паўторамі. Калі асвятляе падзеі палітычнага характару, то навошта пісаць, што «... змяшчае палітычныя дакументы»? Прычым тут хранікальныя паведамленні? У першай частцы азначэння пра гэта ўжо сказана. Але маслам кашу не сапсуеш. Павелічэнне функцый газеты сведчыць пра рост яе аўтарытэту.

Не існуе адзінага погляду ў вучоных і на з’яўленне першых газет. Адны з іх – В. В. Варашылаў (3), С. В. Дубовік, В. П. Вараб’ёў (4) аддаюць пальму першынства Германіі (1609 г.), А. І. Акопаў (5) – Бельгіі (1605). Існуюць і іншыя меркаванні. Розныя погляды на гісторыю можна патлумачыць стратай многіх выданняў, дакументаў і архіўных крыніц, а таксама рознымі поглядамі на від выданняў.

Тэрмін «газета» прынята звязваць з назвай сярэбранай манеты, якой разлічваліся ў саракавыя гады XVI стагоддзя ў Венецыі за экзэмпляр рукапісных зводак навін камерцыйнага характару, а таксама паслуг. Многія вучоныя прытрымліваюцца іншых поглядаў на паходжанне слова «газета», звязваюць яго з імем французскага медыка Тэафаста Рэнэа, які з 1631 года стаў выпускаць штотыднёвік «La gasette».

У Расіі тэрмін «газета» упершыню быў вынесены ў заглавак газеты «Северная почта», якая стала выходзіць з 1809 года. Першыя расійскія газеты былі рукапіснымі. Назва адной з іх – «Куранты» – пайшла ад галандскага слова «коурант» – бягучы. У большасці на старонках іх змяшчаліся міжнародныя весткі, якімі карысталіся цар і яго прыбліжаныя, паведамленні пра адкрыцці ў галіне астраноміі, фізікі, геалогіі, этнаграфіі.

Першай друкаванай газетай Расіі стала «Ведомости», якая пачала друкавацца са снежня 1702 года. Па характару інфармацыі (ваенныя, міжнародныя справы, геаграфічныя і геалагічныя адкрыцці, перадрукі з еўрапейскіх газет) яна набывае рысы грамадскага гучання, становіцца дзяржаўным органам інфармацыі. У штаце «Ведомостей» працавалі тры супрацоўнікі. Першыя нумары рэдагаваў Пётр I. Праўда, рэгулярны выпуск газеты ажыццявіць не ўдалося.

З 1728 года стала выходзіць газета «Санкт-Петербургские ведомости», якую рэгулярна два разы ў тыдзень выдавала Расійская акадэмія навук. У 1756 годзе ўбачыла свет газета «Московские новости» Маскоўскага ўніверсітэта. Гэтым самым быў пакладзены пачатак выпуску газет шырокага профілю – спецыялізаваныя, камерцыйныя, мясцовыя, адміністрацыйныя. Шпаркімі тэмпамі адбывалася дыферэнцыяцыя газет па чытацкіх, прафесіянальных, этнаграфічных інтарэсах.

Папярэднікамі беларускай газеты былі аднадзёнкі. Першая газета – «Новіны грозные, а жалостливые...» выйшла ў пачатку 1563 года ў Нясвіжскай друкарні. У 1760 годзе дэбютавала «Газета літэрацка Віленська». Выдавалася яна Віленскай іезуіцкай акадэміяй. У канцы 30-х гадоў убачыў свет «Виленский вестник», які з 1841 года выходзіў на польскай мове, а з 1865 – на рускай.

З 1838 года ў Беларусі сталі выдавацца афіцыйныя газеты губернскіх праўленняў – «Виленские губернские ведомости», «Витебские губернские ведомости», «Минские губернские ведомости», «Могилевские губернские ведомости».

У 1862–1863 гадах выходзіць на беларускай мове газета К. Каліноўскага «Мужыцкая праўда». У 1881 годзе ў Мінску друкуюцца чатыры нумары падпольнай газеты народніцкай арганізацыі «Черный передел» «Зерно». Важнай падзеяй стаў выпуск першай прыватнай грамадска-палітычнай і літаратурнай газеты «Минский листок» (з 1903 года – «Северо-Западный край»).

Сапраўдным прарывам на газетным фронце можна лічыць канец XIX – пачатак XX стагоддзя. У 1898 годзе толькі ў пяці Заходніх губернях Расіі выдавалася 14 газет. Крыху пазней сталі выходзіць «Белорусский вестник», «Северо-Западный голос», «Северо-Западное слово», «Бобруйская жизнь», «Витебский вестник», «Голос провинции», «Окраина», «Полоцкий листок», «Наша доля», «Труд», «Витебский голос», «Наша нива», «Минский голос», «Минская речь», «Минское слово» і іншыя.

Прыкметнай падзеяй у жыцці Беларусі стала ў 1917 годзе нараджэнне легальнай масавай газеты «Звязда».

У канцы 20-х – пачатку 30-х гадоў пачалі выходзіць раённыя газеты, з 1938 – абласныя, крыху пазней – шматтыражныя і насценныя. Беларуская прэса стала той паўнаводнай ракой, што сілкавала мора прэсы СССР. Мора гэтае было сапраўды велізарным. Згодна статыстыцы, у 1989 годзе ў Савецкім Саюзе выдавалася 8811 газет агульным гадавым тыражом 50,5 мільярда экзэмпляраў. Праўда, трэба зазначыць, што тыражы, як правіла, вызначаліся дырэктыва і таму не заўсёды адпавядалі запатрабаванням чытачоў. Паколькі ўсе газеты, як дарэчы ўсе СМІ ў той час, былі ў падна-

чаленні партыйных органаў, апошнія і дыктавалі накірунак, тэматыку, са-
дзеінічалі выпрацоўцы стройнай сістэмы структурызацыі друку. Самым
распаўсюджаным было ў тыя гады дзяленне на газеты па адміністрацый-
на-тэрытарыяльнаму прызнаку – усесаюзныя, абласныя, краявыя, гарад-
скія, раённыя, шматтыражныя, насценныя.

Нягледзячы на разнастайныя запытанні і густы чытачоў, ім прапаноў-
валася адна ідэалагічна-палітычная дыета, у меню якой уваходзіла бачанне
ў газеце калектыўнага прапагандыста, агітатара і арганізатара. Ад калекты-
ваў газет патрабавалася ў першую чаргу следаваць прынцыпам партый-
насці і камуністычнай ідэйнасці, а ўжо пасля – творчасці і ініцыятывы.

Перамены, што адбыліся ў грамадска-палітычным і эканамічным
жыцці пасля развалу СССР, прывялі да значных змен у структуры перыя-
дычнага друку як у Расіі, так і ў Беларусі. Выхад новых выданняў, разліча-
ных на задавальненне інтарэсаў рознай аўдыторыі, садзейнічаў станаў-
ленню інфармацыйнага рынку, які ўлічваў шматлікія крыніцы інфарма-
цыі і распаўсюджанне ў розных тыпах перыядычнага друку. Апошні па-
дзяліўся на:

- якасны, так называемую прэсу для інтэлектуальнай часткі грамад-
ства, і масавы, абслугоўваючы астатнюю частку грамадства;

- на дзяржаўны, датуемы ад казны, і камерцыйны, які самастойна
здабывае сродкі для свайго існавання;

- на афіцыйны, які выражае пункт гледжання ўрада, і незалежны, які
выказвае пункт гледжання свайго выдаўца, рэдакцыйнага калектыву;

- на правячы, які вядзе агітацыю і прапаганду палітычнай і эканаміч-
най лініі ўладных структур, і апазіцыйны, які крытыкуе правячы рэжым і
прапаноўвае ўласныя, альтэрнатыўныя шляхі развіцця грамадства;

- на палітызаваны, які адстаівае палітыку пэўных партый і рухаў, і
дэпалітазаваны, змест якога не закранае палітычных праблем;

- на дзелавы, эканамічны, абслугоўваючы новы клас бізнесменаў і
прадпрымальнікаў, і на рэкрэатыўны, разлічаны на змястоўны адпачынак
людзей;

- на легітымны, афіцыйна зарэгістраваны ў Міністэрстве інфарма-
цыі, і нелегітымны, які не прызнае ніякіх улад;

- на нацыянальны, які выдаецца ў межах рэспублікі, і транснацыя-
нальны, які выходзіць ў межах блізкага і далёкага замежжа.

З’явіліся новыя формы друкаваных выданняў – дайджэсты, часопісы-
рэзю, сямейныя часопісы, часопісы на дыскетах, электронныя версіі га-
зет і часопісаў.

Чытацкія інтарэсы, дэмаграфічныя, сацыяльныя фактары садзейні-
чалі фарміраванню новай структуры. У яе ўвайшла перыёдыка, прызна-

чаная шырокаму кругу чытачоў, розная па тэматыцы і адраснасці: грамадска-палітычныя выданні, выданні ўніверсальнага зместу, маладзёжныя, для дзяцей, жаночыя, рэкламна-інфармацыйныя. У структуры перыёдыкі трывала зацвердзіліся:

- грамадска-палітычныя і сацыяльна-эканамічныя выданні;
- выданні нацыянальных груп, зямляцтваў;
- адміністрацыйных рэгіёнаў;
- рэлігійныя выданні;
- выданні для сям’і, адпачынку;
- выданні для інтэлігенцыі;
- выданні палітычных партый і аб’яднанняў;
- выданні для беспрацоўных;
- прысвечаныя фантастыцы, містыцы, астралогіі;
- эратычныя выданні.

У канцы 80-х гадоў у Беларусі выдавалася 193 газеты, у тым ліку 11 рэспубліканскіх, 6 абласных, 120 раённых і гарадскіх, 56 шматтыражак. На 1 студзеня 2004 года тут зарэгістраваны 902 газеты. Сярод іх – 135 рэгіянальных дзяржаўных выданняў, заснавальнікамі якіх выступаюць абласныя, гарадскія і раённыя выканаўчыя камітэты. У рэспубліцы выдаецца 9 абласных, 118 раённых і аб’яднаных газет.

Дзве з трох газет, якія сёння выходзяць у Беларусі, маюць недзяржаўную форму ўласнасці. Аднак дамінаруюць дзяржаўныя перыядычныя выданні, паколькі іх тыраж значна вышэйшы, у іх калектывах працуюць больш вопытныя, кваліфікаваныя кадры. Творчае спаборніцтва на інфармацыйнай прасторы дзяржаўнай і незалежнай прэсы прыносіць добры плён.

ЛІТАРАТУРА

1. Акопов А. И. Периодические издания. – Ростов-на-Дону, 1999. – С. 9.
2. Беларуская энцыклапедыя. – Мн., 1999. – Т. 4. – С. 431.
3. Ворошилов В. В. Журналистика. – СПб., 2001. – С. 13.
4. Вараб’ёў В. П., Дубовік С. В. Журналістыка: ад А да Я. – Мн.: Выдавецкі цэнтр БДУ, 2002. – С. 25.
5. Акопов А. И. Периодические издания. – Ростов-на-Дону, 1999. – С. 18.

ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Коренные изменения в системе белорусских средств массовой информации, которые произошли на рубеже веков, функционирование, в частности, национального радиовещания в новых социально-политических условиях, настоятельно требуют обратить более пристальное внимание на развитие белорусской радиожурналистики в прежние годы. В этом плане научный и практический интерес представляет период послевоенного развития белорусского радио, особенно времен «хрущевской оттепели».

Основные задачи радио в первые послевоенные годы были связаны с мобилизацией народа на быстрое поднятие и дальнейшее развитие разрушенного народного хозяйства: города и деревни республики представляли собой руины и пепелища. Возрождение белорусского радиовещания начиналось, по существу, на пустом месте, т. к. при отступлении немцы повредили или разобрали радиооборудование, вся аппаратура из Минского Дома радио была ими вывезена, все средства связи уничтожены.

После восстановления приемной и передающей радиосети (необходимое оборудование поступило из Москвы) возобновляется работа республиканского и местного вещания. В 1946 году его осуществляли 12 областных и 121 районная редакция. Областное вещание велось ежедневно, кроме воскресенья, и составляло 30–40 минут в сутки, районное – два-три раза в неделю по 15–20 минут. В дальнейшем, в связи с укрупнением областей и районов, количество редакций областного и районного вещания уменьшилось. В 1948 году проведение районных радиопередач было возложено на редакции районных газет, в связи с чем были упразднены почти все редакции районного вещания. Они остались только в 15 крупных районных центрах, которые располагали развитой ретрансляционной сетью. Редакции местного (районного) вещания были вновь созданы только в 1963 году.

В дальнейшем процесс радиофикации шел более быстрыми темпами, что позволило к середине 50-х годов не только ликвидировать последствия войны в этой области, но и превзойти довоенный уровень.

Объем вещания республиканского радио был сравнительно небольшим – 5 часов в сутки с перерывами, в которые велась трансляция программ Центрального радио. Передачи шли в эфир с 7 до 24 часов.

Обстановка в стране в целом была трудной: наступали времена различных пропагандистских кампаний против ученых (запрещены генетика, кибернетика), литераторов, кинематографистов, артистов, врачей. Еще больше ужесточается цензурная политика. В Белоруссии постепенно исчезают «прямые» передачи, все больше и больше передач идет в звукозаписи, но в целом послевоенные годы были временем дальнейшего развития белорусской радиожурналистики, усовершенствования форм и методов вещания.

Правда, в первые годы после войны уровень вещания снизился по сравнению с довоенным по вполне понятным причинам: недостаточная практическая подготовка многих журналистов, слабая материально-техническая база. Что касается форм и методов работы у микрофона, они мало чем отличались от предвоенных лет. Общественно-политическое вещание составляли, в основном, выпуски последних известий, обзоры республиканских газет, беседы и выступления на актуальные темы.

В первые послевоенные годы Белорусское радио готовило три выпуска в день: утренний, вечерний и ночной по окончании программ. Кроме этого, с 1949 года в эфир выходит еще и субботний радиожурнал «По Советской Белоруссии», в котором рассказывалось о важнейших событиях в жизни республики за неделю.

Большое внимание уделялось пропаганде передового опыта, опыта организации производственно-технической учебы. В эфир выходят передачи под знакомыми довоенными рубриками: «Трибуна стахановского опыта», «Коммунисты-новаторы», «Трибуна передовых хлеборобов», «Парторганизация и рационализаторы» и т. п. Радио отражало ход соцсоревнования, пропагандировало новые почины, передовой опыт в промышленности и сельском хозяйстве, информировало о борьбе за технический прогресс, за долгосрочное выполнение очередной пятилетки под лозунгом «Пятилетку в четыре года». Для того времени естественным было такое внимание радио к вопросам экономики. Главной задачей была задача преодоления тяжелых последствий войны, восстановление и дальнейшее развитие народного хозяйства. Но, рассказывая о передовиках, их самоотверженном труде, радио не рассказывало о трудной жизни народа. Журналистам негласно не рекомендовалось готовить более-менее острые материалы, критиковать те или иные явления действительности, что исключало самостоятельность и творческий поиск.

С другой стороны, обращаясь к примерам ударной работы предприятий, колхозов и совхозов, авторы в своих передачах злоупотребляли перечислением фамилий, коллективов, цифр, за которыми самих людей раз-

глядеть было трудно. Радио увлекалось пересказом газетных статей, к выступлением у микрофона редко привлекались «живые» люди.

Положение изменилось в лучшую сторону, когда в сентябре 1950 года были введены специальные промышленные передачи, которые шли в эфир четыре раза в месяц по 15 минут. Здесь отчетливо угадывалось желание сотрудников радио оживить эфир, не только рассказать о человеке, но и дать возможность аудитории услышать его живой голос, понять его внутренний мир. Достаточно сказать, что во второй половине 50-х годов прозвучало около ста выступлений передовых рабочих, мастеров и прорабов, директоров предприятий, инженеров и техников.

Была создана специальная редакция передач для работников сельского хозяйства, и передачи для них стали звучать в эфире почти ежедневно. Два раза в неделю готовились передачи для крестьян западных областей БССР. По радио устраивались «экскурсии» в передовые хозяйства, обмен радиописьмами между бригадами, звеньевыми колхозов восточных и западных областей республики (в целом для населения западных областей Белорусское радио передавало на протяжении длительного времени специальный цикл лекций).

Опыт военных лет, когда потребность в живом слове, в прямом обращении к людям проявилась с особой силой, нашел отголоски и в вещании послевоенном. Однако метод бестекстовых передач на Белорусском радио был активно использован только в середине 50-х годов. Впервые поворот от отчетных передач к конкретному показу конкретного человека намечается в период большого патриотического подъема молодежи, отправившейся по комсомольским путевкам на освоение казахских целинных и залежных земель в 1954 году.

В Казахстан в поселок Сукульский – сообщало Белорусское радио – прибыла комсомольско-молодежная бригада из Белоруссии. Все 30 механизаторов этой бригады – минчане. В эфире звучали документальные рассказы о работе белорусов-целинников на новом месте, передачи, построенные на материалах их писем, записей на магнитную ленту. Журналисты стремились к тому, чтобы их зарисовки и очерки, корреспонденции были написаны живым, разговорным языком.

2 июля 1956 года в эфире прозвучал репортаж о митинге молодежи в Минске в ответ на призыв ехать на новостройки Сибири. Документальная запись (и последовавшие за ней) свидетельствовала о наступлении нового периода в истории белорусской журналистики.

XX съезд партии 1956 года (и XXII 1961 года), осудившие культ личности Сталина, поставили перед радио задачу «обратиться к формам и мето-

дам работы, которые не противопоставляли бы его слушателям, а соответствовали реальным потребностям аудитории». Однако оно не могло сразу перестроиться. Но в процессе подготовки к Всебелорусскому и VI Всемирному фестивалю молодежи и студентов неожиданно ярко, по-новому проявило себя молодежное вещание. Это был каскад новых передач, новых форм общения со слушателем. Зазвучало много репортажей, интервью, бестекстовых выступлений. Появляется новая рубрика «Навстречу фестивалю», радиожурнал «Беларусь физкультурная». Представление о том, какая проводилась работа, может дать объявление: «Друзья! В связи с подготовкой к Всебелорусскому фестивалю Белорусское радио проводит ряд передач: каждую пятницу с 18 часов 30 минут разучиваются новые песни, в воскресенье с 18 часов 30 минут звучат передачи «Навстречу фестивалю», по понедельникам с 20 часов 30 минут передаются концерты и пьесы и другие материалы в помощь художественной самодеятельности». Всеобщий подъем оказал положительное влияние и на работу журналистов и на деятельность Радиокomiteта в целом, который выделил для освещения этих актуальных событий больше эфирного времени и привлек к подготовке передач большие журналистские силы.

50-е годы в целом для белорусского радиовещания были отмечены повышением качества документального и художественного вещания. В радиопередачах систематически освещаются вопросы работы промышленности, сельского хозяйства, культуры; часто идут внестудийные передачи. Большой интерес у радиослушателей вызывают радиожурнал «По Советской Белоруссии»; передачи «Театр у микрофона», музыкально-образовательные программы. Радиовещание становится наиболее массовым средством оперативной информации, художественно-эстетического воспитания. В частности, процесс возрождения всех видов художественного вещания шел в послевоенной Белоруссии довольно активно в первой половине 50-х годов, когда на республиканском радио была создана соответствующая редакция.

В первые же послевоенные годы было много трудностей: отсутствие кадров, материальной базы. Недостаток высококвалифицированных литературных работников снижал уровень вещания.

В основном читались произведения советских писателей – «Молодая гвардия» А. Фадеева, «Они сражались за родину» М. Шолохова, «Рыбакова хата» Я. Коласа и другие. Постепенно стали готовиться литературно-драматические композиции, делались монтажи театральных спектаклей. В 1949 году был подготовлен цикл передач «Напярэдадні другога з'езда

пісьменнікаў Беларусі». Подробно освещался и ход съезда, который начался 20 мая. В этом же году совместно с правлением Союза писателей БССР редакция начала выпускать ежемесячный радиоальманах «Беларусь літаратурная». В состав редколлегии вошли тогда еще молодые прозаик Янка Брыль, поэты Анатолий Велюгин и Михаил Калачинский.

Положение постепенно меняется в лучшую сторону с приходом новых кадров, укреплением связей работников радио с деятелями литературы и искусства. И в конце 40-х – начале 50-х годов большую популярность приобретает рубрика Белорусского радио «Театр у мікрофона», в передачах которого вырисовывается два направления: инсценировки национальной, советской и мировой классики и оригинальные пьесы, написанные специально для радио (такая же рубрика была и на Центральном радио). В радиопостановках этого периода авторы обращались к художественному осмыслению событий прошедшей войны: «Канстанцін Заслонаў» А. Мавзона, «Брэсцкая крэпасць» К. Губаревича, «Гэта было ў Мінску» А. Кучера. Были инсценированы прозаические произведения И. Шемякина «У добры час», П. Пестрака «Сустрэнемся на барыкадах», К. Крапивы «Поют жаворонки».

В марте 1952 года была создана Главная редакция художественного вещания. Под рубрикой «Театр у мікрофона» идут радиокомпозиции театральных спектаклей, постановки по романам, повестям и рассказам, театральные викторины, выступления народных театров. В 60-е годы все значительные произведения белорусских писателей этих лет были инсценированы и прозвучали в эфире. Были осуществлены радиопостановки по таким произведениям, как «Наталья» Я. Скрыгана, «Мужественное сердце» Вс. Кравченко, «Люди на болоте» и «Пока вы молоды» И. Мележа, «Когда сливаются реки» П. Бровки, «Сосна при дороге» И. Науменко, «Альпийская баллада» В. Быкова, «Грозная пуща» А. Кулешова, «Незамужняя вдова» Р. Соболенко и многие другие. Подготовлены десятки композиций из спектаклей, прошедших в театрах республики. Но, как и прежде, не очень активно идет работа над оригинальными радиопьесами. И все-таки они появлялись. В декабре 1965 года, например, в эфире прозвучала одна из таких постановок по радиопьесе «Гавайская легенда» – рассказ о белорусе Н. К. Судиловском, которого судьба забросила на долгие годы на Гавайи, где он вступил в борьбу с бесправным положением аборигенов.

Передачи «Театр у мікрофона» познакомили широкую общественность с виднейшими белорусскими актерами. Редакция готовила театральные радиовикторины и вечера, творческие портреты артистов Г. Гле-

бова, Л. Ржецкой, Б. Платонова, В. Владимирского, З. Стоммы, А. Климовой, Г. Макаровой, С. Станюты и многих других. В передачах радиоуниверситета культуры слушатели знакомились и с лучшими театральными коллективами республики, а также историей белорусского театра, литературы, музыки.

В передачах под рубриками «Вечера художественного слова», «Литературные чтения», «Литературные встречи» практикуется исполнение лучших произведений мастерами художественного слова.

«Творческая кухня» писателей раскрывалась в целой серии передач «За рабочим столом писателя», «Твоя завтрашняя книжка», «О книгах, которые еще в чернильнице», а программы «Наша радиобиблиотека» и радиожурнал «Книголюб» пропагандировали и рецензировали новые книги.

Начиная с 1960 года получает прописку в эфире еженедельная рубрика «10 минут поэзии». Содержание ее составили лучшие стихотворения современной и классической поэзии. В 1965 году на смену рубрике пришел специальный радиожурнал «Поэзия». Он привлек к себе довольно большую аудиторию слушателей. В этом же году вводится новый цикл передач «Тридцать минут поэзии». Программы журналов регулярно знакомили слушателей с новыми произведениями советских и зарубежных поэтов.

Традицией Белорусского радио стали выступления деятелей литературы и искусства в цикле передач «Трибуна писателя и журналиста».

Писатели и поэты активно участвовали и в проведении специальных радиодней вещания и радиовечеров. «Искусство принадлежит народу» — этой теме был посвящен радиодень 1 марта 1964 года. Новые стихи прочитал Максим Танк, Иван Мележ рассказал о работе над романом «Люди на болоте», а затем прозвучала радиопостановка по первой части этого произведения. 9 декабря 1965 года радио с Госкомитетом СМ БССР провело «Радиодень белорусской книги», во время которого велись репортажи из книжных магазинов, издательств, минского полиграфического комбината. В этот же день передавались литературно-музыкальные композиции по произведениям А. Острейко «Сердце настезь» и А. Русака «Звонкий источник», выступление И. Шамякина. В целом только за 1968 год в передачах литературной редакции прозвучало 250 писательских выступлений.

Развивались и совершенствовались музыкальные программы. В первые послевоенные годы Белорусское радио однообразно строило музыкальное вещание. Отсутствовала система в исполнении по радио оперной, симфонической и камерной музыки, что отрицательно сказывалось на пла-

номерной популяризации белорусской национальной, русской классической музыки, пропаганде лучших произведений советских композиторов.

Из значительных передач 50-х следует отметить организацию цикла нужных и полезных передач музыкального радиолектория. Начался он с популяризации элементарных сведений о музыке. Постепенно расширяя тематику, радио готовило слушателей к восприятию сложных произведений. Весьма удачными музыкально-образовательными передачами явились и «Вечера белорусской музыки», впервые прозвучавшие в эфире в октябре 1961 года, в которых рассказывалась вся история развития национального музыкального искусства.

Передачи шли в форме бесед «за круглым столом» с участием композиторов, искусствоведов, исполнителей и наиболее активных слушателей. Эти передачи неизменно пользовались большим успехом. Совместно с Белгосконсерваторией и Союзом композиторов республики в 1960–1961 годах были проведены трансляции открытых концертов из лучших театральных залов Минска.

В эфир регулярно выходит передача «Новости музыкальной жизни республики». Поиски новых форм и музыкального вещания вызвали к жизни и такие передачи, как «Неделя музыки» различных композиторов. Началась она в августе 1964 года «неделей» музыки П. И. Чайковского. «Музыкальная эстафета», «Будем знакомы» (музыка народов СССР и социалистических стран), «Композиторы перед микрофоном», которые знакомили слушателей с творческим путем популярных белорусских композиторов Н. Аладова, Д. Лукаса, Г. Пукста, Г. Ширмы, Д. Семеняки и др.

Перестройка общественно-политической жизни после XXI (1956 г.), и особенно после XXII (1961 г.) партийных съездов, которые вошли в историю под названием «хрущевской оттепели», благотворно сказались на интенсивном развитии и совершенствовании всех видов вещания. Для национального радио это было время зарождения новых передач и интересных рубрик. Отметим самое значительное.

В январе 1963 года в эфире прозвучал первый выпуск радиостанции «Беларуская маладзёжная». Решающую роль в создании сыграло создание на Всесоюзном радио в октябре 1962 года радиостанции «Юность».

Белорусское молодежное вещание уже имело опыт работы среди молодежи, на который было обращено внимание еще в 1960 году на Всесоюзном совещании-семинаре творческих работников редакций радиовещания и телевидения для молодежи в Москве. Было отмечено, что творческие поиски разнообразных форм общения с аудиторией белорусских журналистов заслуживают широкого распространения. Речь шла, в частности, об организации специальных молодежных радиодней, радиоклу-

бов, радиовечеров. В 1961 году в эфир вышел радиожурнал «Комсомольский огонек».

Создание «Беларуской маладзёжнай», которую возглавлял журналист Е. Г. Радкевич, впоследствии профессор кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Белгосуниверситета, явилось качественно новым этапом на этом пути. Главное место в программе занял молодой человек. Ему были посвящены в каждом выпуске очерки, зарисовки, репортажи, рубрики «На літаратурнай арбіце», «Канцэртная зала “Беларускай маладзёжнай”», «Гераічны летапіс камсамоліі» и др.

Тематика передач была широкой, но... прежней. Это беседы по вопросам теории марксизма-ленинизма, репортажи с так называемых «Ленинских уроков», передачи на темы комсомольской жизни, военно-патриотические передачи, спортивные, специальные для сельской и рабочей молодежи, для творческой. Наиболее популярные рубрики: «Звездная эстафета», «Твоя пятилетка», «Тебе, молодой солдат», «Твой зарубежный ровесник». Письма от молодежи звучат под рубриками «Шчырая размова», «Я вам пишу», «Письма из редакции», «Говорящее письмо», в дискуссионном клубе «Собеседник».

Дискуссия в эфире – это было новое явление. Творческая работа журналистов, среди которых были в эти и последующие годы два будущих заведующих кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики Белгосуниверситета профессор Е. Радкевич и доцент В. Булацкий, будущий доцент кафедры В. Шеин, а также Н. Касьянова, И. Прокопович, режиссер Г. Ляшевич и другие, свидетельствовала о стремлении к изменению стиля и методов работы с молодежью в соответствии с теми благоприятными переменами, которые происходили в общественной жизни страны. Но реализовать это на практике было трудно: по-прежнему все, в основном, подчинялось пропагандистским задачам «коммунистического воспитания молодежи». Однако не только идейный уровень передач «Белорусской молодежной» был высок, высок был и их художественный уровень. Заслуга «Белорусской молодежной» – в использовании и дальнейшем развитии всех жанров радиовещания, особенно радиокomпозиции, радиоочерка, многообразии форм и методов общения со своей аудиторией (впоследствии группа журналистов радиостанции была удостоена звания лауреата премии имени Ленинского комсомола Белоруссии за цикл передач «Пульс БАМа»).

В целом в 60-е годы поиски белорусских радиожурналистов в творческом отношении были плодотворными. Идет интенсивное развитие и совершенствование всех видов вещания, все более широкое применение находит метод бестекстовых передач. Появляются новые передачи и ра-

диостанции «Для верующих и неверующих» (1962 год), «Рабочая радиогазета» и «В обеденный перерыв» (1963 год), информационная программа «День нашей жизни» и «Сельское жыццё» (1964 год), программа для старшеклассников «Романтики» (1965 год). Передачи радиостанции «Сельское жыццё» в дальнейшем стали складываться из двух программ – сугубо «деловой» «Сельской раніцы» и «Вячэрніх зарніц». Она с самого начала утвердилась как программа музыкально-информационная.

Широкую популярность завоевала у слушателей информационно-музыкальная программа «В обеденный перерыв». Поскольку рабочие, заступавшие в первую смену, не имели возможности слушать утренние выпуски «Последних известий», работники радио включили в эту передачу обзор новостей, международный комментарий, короткие рассказы о передовиках производства, консультации, злободневные материалы, чередующиеся с музыкальными программами.

Все эти (и последующие) программы вели дикторы послевоенного времени Л. Я. Стасевич, М. Д. Антипов, И. Л. Курган, В. А. Шелихин, Л. И. Володин, Г. Ф. Сидельникова, Н. П. Овчинникова, Э. М. Данченко, С. В. Рутковская, М. М. Чирик, Г. И. Еременко, А. С. Коломинская, А. А. Корзунов, С. Р. Судник, Г. И. Сазанович, Л. Я. Деркач, Л. Пилькевич, В. Дягилев, И. З. Гвярский, Т. П. Бастун (впоследствии первый белорусский теледиктор) и др.

В эти годы улучшаются технические возможности радиовещания. В августе 1963 года Дом радио переместился с ул. Революционной в новое здание на Красной с современной по тем временам аппаратурой, большой студией, специальной концертной, литературно-драматическим блоком, центральной аппаратной на 10 каналов. Новый Дом радио имеет 7 речевых студий с аппаратными, 5 монтажных аппаратных, конференц-зал; было установлено 20 режиссерских пультов, свыше ста новейших стационарных установок.

В республике можно было принимать три московские программы (проводное вещание): это была первая программа, «Маяк» и комплекс разнообразных литературно-художественных, музыкальных и детских художественно-просветительских передач, спектаклей и т. п.

К началу 70-х была создана стройная система подготовки и переподготовки журналистских кадров, что также благотворно сказывалось на улучшении работы и радио, и телевидения. На факультете журналистики Белгосуниверситета в 1967 году была создана кафедра радиовещания и телевидения (переименована в 1974 году в кафедру телевидения и радиовещания), которая начала подготовку профессиональных кадров для аудиовизуальных СМИ республики. В 1969 году в Государственном комитете

СМ БССР по радиовещанию и телевидению создается Научно-методический отдел, который ведет отныне социологические исследования по изучению радио- и телеаудитории.

Т. А. Луйгас

ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ («Вясёлка», «Бярозка», «Качели»)

Белорусская журнальная периодика для детей и подростков третьего тысячелетия представляет интерес с точки зрения жанровой палитры. Обратимся к журналу для детей «Вясёлка», журналам для детей и подростков «Бярозка» и «Качели». Отличительной особенностью этих изданий является сложившееся сочетание жанров периодической печати (информационные, аналитические, художественно-публицистические), литературных жанров и жанров фольклора (сказки, легенды, предания, загадки, детский фольклор).

В современной журнальной периодике для детей и подростков преобладает проза как вид художественной литературы. Ее жанрами принято считать роман, повесть, рассказ, поэму (1, с. 32). На практике наиболее востребованным из них является рассказ. Литературоведы понимают под рассказом малую эпическую форму с различной жанровой проблематикой, которая влияет на организацию сюжета (2, с. 388). «Вясёлка» и «Качели» в основном печатают реалистические рассказы авторитетных мастеров слова и начинающих.

«Бярозка» интересна в плане разновидностей рассказов. Рассказ на страницах журнала представляет собой небольшое повествование с традиционной композицией: завязка-кульминация-развязка. В нем описывается, как правило, один случай, с помощью которого становится очевидной нравственная ориентация текста. Характеры героев определены изначально, а конфликтное столкновение зачастую служит поводом для выявления неблагоприятных черт одного из участников ситуации, последующего осознания, раскаивания и даже духовного исправления отрицательного персонажа. Неслучайно во многих рассказах опытные авторы заостряют внимание читателя именно на характеристике главного героя и кульминации, которая переворачивает его изначальные убеждения. Хронологические рамки рассказа дают возможность вместить фактографические «снимки» моральной перестройки. Типичными в этом отношении оказались рассказы Людмилы Дрожжа («Суцяшальная кампазіцыя». 2000. № 3. С. 20–21), Василя Ткачева («Прагноз надвор’я». 2000. № 5. С. 22–23).

Нередко главными героями рассказа становятся волевые, сильные духом дети. Не оставит равнодушным смелый поступок главного героя рассказа Петра Мергеса «Гімнасцёрка» (2004. № 1. С. 21), который выхватил из костра чемоданчик деда, где находилась военная реликвия – гимнастерка.

Довольно часто в разряд действующих персонажей зачисляются птицы и животные. Хотя они, в основном, не персонифицируются, но их влияние на людей всегда благотворное. Столкновение двух миров (природы и человека), как правило, порождает философские размышления, поиск воистину ценного, непреходящего. К такой категории следует отнести рассказы Антона Залешанца «Нечаканы спадарожнік» (2000. № 1. С. 28–29), Анатолия Крейдича «Сінічкі-міратворцы» (2000. № 6. С. 22–23), Май Батуриной «Любоў з кіпцюрамі» (2004. № 3, С. 8–9).

Отдельно можно выделить рассказы, в которых произошедший с главным героем (или на его глазах) случай служит мотивом для поучения со стороны взрослого действующего персонажа или для авторского наизидания. Так, уважение к человеческому труду – твердое наставление отца сыну в рассказе Алеся Якимовича «Цяпло суніц» (2000. № 7 С. 20–22). Иллюстрацией морального закона бумеранга о том, что все сказанное и сделанное тобою к тебе же и вернется, является рассказ Валерия Гапеева «Кантрольная па фізіцы» (2001. № 6. С. 8–9).

Кроме оригинальных, «Бязрозка» печатает переводы произведений зарубежных авторов – Рене Гостинный, Анна Сосиньска.

В журнале немного юмористических рассказов. Их авторами являются Геннадий Овласенко (2001. № 1. С. 30–31) и Петр Васюченко (2001. № 4. С. 10–15 и 2001. № 5. С. 8–13).

Фантастические истории на страницах журнала появляются чаще: «Дыверсія» (Юрий Нероток. 2000. № 9. С. 8–13), «Праект Альфа-2» (Ярослав Квасовец. 2000. № 12. С. 12–16), «Фантастычнае апавяданне» (Геннадий Анофриев. 2001. № 12. С. 8–9), «Бывай, Чэлсі!» (Валерий Кастрючин. 2003. № 7. С. 8–10), «Прывітанне, Поўня!» (Валерий Кастрючин. 2004. № 1. С. 8–9).

«Бязрозка» печатает и рассказ, и его жанровую разновидность новеллу, которая «характеризуется напряженным, драматическим действием, лаконичным показом не столько внешних событий, сколько переживаний и настроений персонажей, неожиданным финалом» (3, с. 36). Повествование главного героя о выбранном пути в жизни и средствах достижения цели (Борис Романовский «Каму пасміхаецца фартуна» (2002. № 2. С. 26–31 и 2002. № 3. С. 8–13) или яркие примеры психологической дуэли (Владимир Тишуров «Воўк» (2002. № 8–9. С. 8–9) акцентируют внимание читателя не столько на внешней, сколько на внутренней характеристике че-

ловека. Новелла – образец психологического углубления героя, которое становится возможным благодаря определенной повествовательной ситуации. Именно эта разновидность рассказа отражает невидимый внутренний мир переживаний, размышлений, борения с самим собой. Момент самосовершенствования через испытание в обычных рассказах, как правило, остается схематичным. Произошедший случай быстро меняет героя и подкрепляется авторским назиданием. Новелла в некоторой степени устраняет поверхностность и иллюстрирует способность человека мобилизовать свой внутренний потенциал. Описанная ситуация не является мотивом для моментальной нравственной перестройки героя, избавлением от порока, как в рассказе, она всего лишь заставляет его задуматься.

Повесть как повествовательное художественное произведение занимает промежуточное положение между рассказом и романом. В литературоведении ее относят к средней эпической форме. В журнальной периодике для детей и подростков она представлена схематично в виде журнального варианта повести или отрывка из повести. В «Бязрозке» в этом жанре работают Александр Новарич («Птушыны рай пана Бароўскага» 2001. №№ 9–10. С. 8–13), Михаил Заремба («Рыжая ластаўка» 2001. № 1. С. 8–13 и 2001. № 2. С. 8–13), Андрей Федоренко («Афганская шкатулка» 2001. № 7. С. 10–17), Василий Ткачев («Цар-дуб» 2003. № 2–3. С. 12–15), Юрий Нероток («Мутант» 2003. № 10. С. 8–11 и 2003. № 11. С. 8–10 и 2003. № 12. С. 8–10). Такие публикации с продолжением в нескольких номерах, на наш взгляд, не всегда способны уместить «более развернутый по сравнению с рассказом сюжет, более широкий охват событий, связанных с жизнью главного персонажа (персонажей), характер которого (которых) раскрывается многогранно, в эволюции (3, с. 39). В связи с тем, что повесть не является малоформатным журнальным жанром, знакомство с ней читателями остается условным.

В отношении видов художественной литературы – проза, поэзия, драматургия – первые два востребованы журналами для детей и подростков, все три – журналом для детей. Кроме прозаических и поэтических публикаций, «Вясёлка» дает общее представление о драматургии. Здесь нет образцов драмы, трагедии и комедии. В рубрике «Тэатр Васі Вясёлкіна» печатаются пьесы-сказки для батлейки и инсценировки. Авторами сценариев часто выступают Николай Захаренко, Нина Галиновская, Николай Сивец, Геннадий Овласенко, Василий Ткачев, реже – юные авторы.

Среди жанров периодической печати из группы художественно-публицистических наиболее часто в журналах используется очерк (сюжетный и описательный по форме, портретный и событийный по разновид-

ностям) (4, с. 285–286). В этом жанре работают известные белорусские писатели и историки. В каждом номере журнала «Бярозка» есть публикации, посвященные историческому прошлому Беларуси, военным сражениям, городам и городским поселкам (мястэчкам), именитым соотечественникам, памятникам архитектуры, археологии и этнографии.

«Бярозка» как литературно-художественное издание размещает на своих страницах не только исторические очерки, в которых сжато фиксируется цепь хроникальных событий, но и литературно-исторические, в которых ощутимо авторское присутствие и где, кроме исторических источников, успешно используются жанры устного народного творчества (легенды, предания). Как правило, серийной публикации исторических очерков предшествует редакционное сообщение, в котором изложены намерения регулярно рассказывать о вековой белорусской истории в фактах и художественных образах на плакатах-вклейках (рубрика «Беларусь-2000»), либо об исторических страницах городов (рубрика «Менск і яго браты»), о значимых военных битвах, в которых одержали победу предки белорусов (рубрика «Вайсковае поле»).

Востребованность очеркового жанра связана с обновлением гуманитарного знания в целом. Пересмотр дооктябрьской истории Беларуси в лицах и событиях, разрушение идеологических мифов послужили поводом к разработке нового видения ключевых этапов становления и развития государственности. Несмотря на то, что очеркисты используют исторические источники и результаты научных разысканий, авторский стиль у каждого свой. Так, оценивая очерки Витовта Чаропки, Анатолий Сидорович отметил, что их можно назвать и историческими и литературными. «Для исторического очерка важно все: и наполненность фактами, и исторические ассоциации, и композиция, и стиль» (5, с. 5). В очерковом жанре работают Олег Трусов, Александр Мартинович, Владимир Яговдик, Андрей Куваев, Анатолий Бензерук и другие.

Из группы художественно-публицистических жанров журнал «Качели» обратился к почти забытому фельетону, демонстрируя сквозь смех негативное общественное явление в подростковой среде (6, с. 17).

Группа аналитических жанров во всех трех журналах представлена комбинированными текстами. Реже они используются в «Вясёлке», чаще – в журналах для детей и подростков. В этом жанре работают исключительно профессиональные журналисты. Типичны исследовательские литературоведческие и проблемные публикации. «Качели» используют комбинированные тексты для рассказа о творческих коллективах: история создания, представление нескольких участников с элементами интервью, творческие успехи и планы на ближайшее будущее.

В «Бярозке», например, эта форма используется регулярно в рубрике «Ведай нашых», а также в текстовых блоках, посвященных юбилейным датам классиков и современников белорусской литературы, историкам драматургам, композиторам, артистам. Портрет героя традиционно написан в биобиблиографическом ключе, включаются воспоминания, материалы записных книжек, дневников, выступлений. «Бярозка» практикует неординарные тексты, психологически насыщенные, построенные в форме воспоминаний («Мая Адысея» Аркадий Нафроневич. 2001. № 4. С. 26–29), («На крылах песні» Владимир Яговдик. 2000. № 6. С. 8–14). Не оставит равнодушным читателя публикация в форме размышлений («Для вас, душою чужых...» Александр Новарич. 2002. № 9–10. С. 4). Оригинальна композиция публикации в форме набросков документального сценария («Зёлкі прафесара Лойкі» Владимир Мороз. 2001. № 6. С. 16–18).

Арсенал информационных жанров богаче в журналах для детей и подростков. Так же как и во взрослой публицистике здесь есть заметка (текстовка как разновидность), отчет, интервью, репортаж, зарисовка, аннотация. «Вясёлка» предпочитает заметки, зарисовки, аннотации. Сравнивая между собой журналы «Бярозка» и «Качели», становится очевидной жанровая модернизация информационных материалов в журнале «Качели». Отличительной чертой является использование *лида*, с которого начинается публикация. Журнал экспериментирует и на жанровом уровне. Кроме образцов «чистых» информационных жанров, профессиональные журналисты регулярно дают примеры синтезированных репортажей, отчетов, заметок, интервью. Синтезированные формы, вероятно, послужат материалом для новых теоретических номинаций. В этом отношении «Качели» – бесспорный лидер детской и подростковой журнальной периодики.

Кадровые изменения редакционного состава журнала «Бярозка» отразились на содержательном и оформительском уровнях. Издание стало в большей степени ориентироваться на подростков. Журнал позволил молодым корреспондентам осваивать репортажный жанр, в котором раньше работали исключительно профессиональные журналисты. Очевиден поиск нового стиля общения с читателем, жанровое разнообразие.

В журнальной периодике «прижилась» аннотация как форма библиографической осведомительной работы (7, с. 144–145). «Качели» анонсируют мультипликационные фильмы, в портретные зарисовки включаются сведения о кинофильме, в котором задействован герой материала. Успешной формой обмена информацией об интересных книгах являются отзывы, которые пишут читатели журнала «Качели». Кроме выходных данных, в них проставлены акценты, любопытные именно для подрост-

ков. «Вясёлка» регулярно знакомит маленьких читателей с книжными новинками. Аннотация используется в рубрике «Крышку пра кніжку». Главная задача авторов таких публикаций – объявить об издании книги и заинтересовать ею читателя. В связи с этим часто используется вопрос-ответная форма представления, за которой следует приглашение купить эту книгу. (Например, хотите побывать в волшебном мире сказок, шуток, потешек... Если вы, друзья, прочитаете новую книжку писателя, то узнаете ... Кому больше всего не везёт в лесу? Известно, волку. А почему? Потому что он очень злой, настоящий лесной разбойник). В аннотации обязательно присутствует элемент интриги, для наглядной иллюстрации часто приводится пример одной загадки, ответ на которую можно узнать в книге. В аннотации на детские книги традиционный набор сведений представляется в следующей последовательности: автор, название книги, жанры, нераскрытая интрига содержания, художник, издательство.

Журнальная периодика для детей и подростков использует и фольклорные жанры. Художественный вымысел в журнале для детей используется в жанре сказки. Все три журнала отказались от перепечаток белорусских народных сказок.

В количественном отношении «Вясёлка» печатает сказок больше, чем журналы для детей и подростков. Несмотря на то, что здесь в основном прозаические и стихотворные литературные произведения, их классификация вписывается в схему жанровых разновидностей, принятой в отношении устной народной прозы. Согласно теории современной фольклористики, журнал для детей дает пример всех трех жанровых разновидностей сказочного эпоса – волшебные сказки, сказки о животных, бытовые сказки (8, с. 82).

Сказки, представленные в журнале для детей, способствуют увлекательному освоению белорусского языка, развитию понятийного мышления. Детские поэты и писатели активно используют персонификацию как литературный приём. Персонажами в них выступают люди, живая и неживая природа. Важно и название сказки. Условно по номинации сказок в «Вясёлке» можно выделить шесть наиболее частотных групп. Сказки с интригующим названием-приложением: «Вятрак-вандроўнік» (Анатолий Жук. 2001. № 10. С. 10–11), «Зайчык-пагуляйчык» (Анатолий Бутевич. 2002. № 9. С. 10–11). Часто ключевой вопрос повествования выносится в название: «Чаму мядзведзь бярозавіку не любіць» (Иван Голубович. 2000. № 4. С. 13–14), «Чаму воўк не складае вершаў?» (Ростислав Бензерук. 2003. № 3. С. 12–13). В название включаются действующие персонажи: «Рак і грак» (Владимир Матвиенко. 2001. № 4. С. 14), «Канюшына і Лубін» (Евгений Хвалей. 2003. № 8. С. 13). Привлекательны образные названия: «Кветкавы

гадзіннік» (Зинаида Дудюк. 2002. № 7. С. 12–13), «Сонечны камень» (Александр Савицкий. 2004. № 1. С. 6). Несколько реже используются названия по стержневому действию: «Як Лянота з Гультаём дзяліліся» (Анатолий Бензерук. 2003. № 12. С. 12–13), «Свавольствы віруса Шкодзі» (Анатолий Бутевич. 2004. № 5. С. 10–11). Редки названия-небылицы: «Кот за кратамі» (Иван Бурсов. 2002. № 12. С. 11), «Квактуха з гарматаю» (Павел Мисько. 2001. № 3. С. 10–11). Нераспространенным типом названия является повествование, в котором само слово сказка вынесено в заголовок: «Казка пра лазерную ўказку» (Евгений Хвалей. 2000. № 11. С. 12–13).

Легенда как жанр устного народного творчества в журналах для детей и подростков используется редко. С одной стороны, наличие художественного вымысла сближает ее со сказкой, с другой, по характеру отображения она близка преданию (8, с. 430). При этом если взрослые авторы зачастую включают ее в канву очерка, расширенной заметки, то иные корреспонденты используют ее как самостоятельный жанр. Например, журнал «Бярозка» в тематическом выпуске рубрики «Верасок» представил легенды о названиях родного края, созданные членами клуба «Паходня» (2003. № 12. С. 7–8).

Развлекательные рубрики есть во всех трех журналах, однако жанровый состав их неодинаков. В журналах для детей и подростков часто используются анекдот как «небольшой одноэпизодический рассказ о необычном смешном событии, ситуации, черте характера человека или о поступке с комической развязкой» и шутка как одноэпизодический диалог, в котором обычно «незлотно высмеивается бытовое происшествие, отдельные малосущественные, поступки, разговоры» (9, с. 377).

Специфический жанровый набор рубрики «Хвілінкі-весьялінкі» отличает «Вясёлку» от журналов для детей и подростков. В термин «детский фольклор» исследователи включают все виды устной народной поэзии, созданной взрослыми для детей и творчество самих детей (9, с. 496). Г. А. Барташевич выделяет три группы детского фольклора: произведения взрослых для детей такого возраста, когда они способны только воспринимать творчество (колыбельные песни, забавлянки); произведения «взрослого» репертуара (частично) и детское творчество (основная масса), неприуроченные к определенному времени, независимые от игр, которые занимают детей своим поэтическим содержанием (песни, заклички, дразнилки); произведения, связанные с игровыми действиями (считалки, игровые песни и приговоры) (10, с. 31). В отношении составителей в «Вясёлке» преобладает детский фольклор взрослых авторов для детей. По организации текстов здесь представлены стихотворные, песенные и повествовательные произведения. Чаше «Вясёлка» печатает считалочки,

колыбельные песни, забавлянки. Как развивающий материал можно рассматривать загадки, загадки-задачи, ребусы, ребус-загадки, шарады, кроссворды, простоговорки, скороговорки. Рифмованные задания облегчают разгадывание, поэтому большая часть публикаций рубрики «Хвілінкі – веселінкі» – стихотворные произведения. Читатели «Вясёлкі» присылают в редакцию детские песни, сказки, загадки. В жанре детского фольклора плодотворно работают профессиональные мастера: Нина Галиновская, Константин Корнелюк, Владимир Мазго, Николай Чернявский, Николай Хоменков, Виктор Кудлачев, Иван Курбека, Геннадий Овласенко, Евгений Калашников, Владимир Коризна и др.

Таким образом, журнальная периодика для детей и подростков представляет собой сочетание жанров периодической печати, которые используются и во взрослой журналистике, литературных жанров и фольклорных жанров, в том числе и детского фольклора как специфической системы жанров. Учитывая психологию и особенности читательского восприятия, редакционные коллективы печатают материалы, доступные для освоения. Журналы для детей и подростков стремятся к выработке новых жанровых форм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стральцоў Б. В. Асновы літаратурна-мастацкай творчасці: Вучэб.-метады. дапаможнік: У 2-х ч. Ч. 1. – Мн.: БДУ, 1999. – 66 с.
2. Введение в литературоведение / Под ред. Г. Н. Поспелова. – М.: Высшая школа, 1976. – 422 с.
3. Рагойша В. Тэорыя літаратуры ў тэрмінах. – Мн.: Беларуская энцыклапедыя, 2001. – 384 с.
4. Богданов Н. Г., Вяземский Б. А. Справочник журналиста. – Л.: Лениздат, 1971. – 688 с.
5. Чаропка В. Імя ў летапісе / Прадмова А. М. Сідарэвіча. – Мн.: Полымя, 1994. – 559 с.
6. Емец Д. Знакомство // Качели. 2001. – № 8. – 22 с.
7. Стрельцов Б. В. Основы публицистики. Жанры: Учеб. пособие. – Мн.: Университетское, 1990. – 240 с.
8. Кабашнікаў К. П. Народная проза / К. П. Кабашнікаў, А. С. Фядосік, А. В. Цвірка; Навук. рэд. А. С. Ліс. – Мн.: Беларуская навука, 2002. – 517 с.
9. Беларуская вусна-паэтычная творчасць: Падруч. для студэнтаў філал. спец. ВНУ / К. П. Кабашнікаў, А. С. Ліс, А. С. Фядосік і інш. – Мн.: Лексіс, 2000. – 512 с.
10. Барташэвіч Г. А. Вершаваныя жанры беларускага дзіцячага фальклору / Рэд. К. П. Кабашнікаў. – Мн.: Навука і тэхніка, 1976. – 168 с.

БЕЛОРУССКАЯ ПРЕССА В ИНТЕРНЕТЕ: В ПОИСКАХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Появление Интернета радикально изменило многие аспекты работы белорусских журналистов. Во-первых, Интернет стал источником разнообразной информации, которая используется как для мониторинга новостей, так и для написания аналитических материалов и проведения журналистских расследований. Во-вторых, у журналистов появилась возможность легко осуществлять поиск необходимых сведений, начиная от справочной информации (статьи в словарях и энциклопедиях, статистические данные, сведения об учреждениях и организациях) и заканчивая мнениями людей по всевозможным поводам, высказываемыми в различных формах сетевого общения (телеконференции, форумы, гостевые книги). В-третьих, Интернет стал эффективным средством коммуникации, во многих отношениях превосходящим телефон, факс и другие привычные способы связи. Наконец, в белорусском сегменте глобальной компьютерной сети происходит становление сетевых СМИ.

Пять лет назад в Беларуси насчитывалось немногим более 750 сайтов и порядка 35–40 тыс. пользователей. Сегодня ситуация кардинально изменилась. Так, по итогам последней индексации белорусского Интернета, проведенного службой «Акавита» (<http://www.akavita.by>) весной 2004 г., в нашей стране насчитывается 10.221 сайт. Таким образом, объем белорусского Интернета сейчас измеряется пятизначными цифрами.

Еще одно исследование, проведенное в апреле 2004 г. агентством маркетинговых исследований «Masmi-BY», свидетельствует о том, что Интернетом сегодня пользуется 21 % городского населения РБ в возрасте 12–49 лет. Среди них 7 % используют его менее года, 8 % населения – пользователи Интернета с опытом 1–2 года и 6 % посещают Интернет-пространство не менее 3 лет. Почти каждый день, как минимум 5 дней в неделю, Интернет посещает 6 % населения. Таким образом, аудитория белорусских пользователей Интернета стремительно растет. Интернетом пользуется наиболее «продвинутая» часть населения с большим уровнем дохода, с уровнем образования выше среднего.

Проникновение белорусских средств массовой информации во всемирную паутину в этой связи следует считать делом чрезвычайной важности. Если мы, конечно, не собираемся оставаться на задворках информационного общества. Первой белорусской газетой, которая разместила свою электронную версию в Интернете, был «Вечерний Минск» (<http://www.newsvm.com>). Это произошло 24 июля 1996 г. На сайте находится

развитая сеть традиционных рубрик: «бизнес», «цены», «в мире»; «вопрос-ответ», «здоровье», «культура», «криминал», «образование», «политика», «экономика», «спорт» и др. Помимо традиционных газетных рубрик, тексты сортируются по актуальным темам. Количество ежедневных обращений к серверу измеряется многими сотнями. «Вечерку» читают не только в Беларуси, но и в России, США, Германии, Канаде, Швеции, Австралии, Нидерландах, и других странах. Сайт «ВМ» обновляется ежедневно, кроме субботы и воскресенья.

Сегодня в Интернете представлено немногим более 150 белорусских изданий, тогда как их общее количество достигает 1300. Так, сетевая версия «Советской Белоруссии» выходит с ноября 2000 г. На страницах газеты, как и в печатном варианте, отражается весь спектр общественно-политической жизни: интервью с политиками и деятелями культуры, анализ и прогноз экономической и политической ситуации, комментарии к происходящим событиям и др.

К сожалению, традиционным версиям печатных белорусских СМИ, размещенным в Интернете, присущ ряд недостатков. Поисковая система по архиву публикаций, размещенная на том либо ином сайте, зачастую не работает. Доступ к самому архиву публикаций также нередко затруднен. В ряде случаев онлайн-версия газеты обновляется с опозданием. Что касается региональных белорусских СМИ, то они нередко экономят на услугах веб-дизайнера и выкладывают газетные полосы в формате PDF, что делает затруднительным поиск необходимой информации в текущем номере газеты, а также в архиве.

Более высокий уровень демонстрируют сайты информационных агентств Беларуси. Агентство «БелТА» (<http://www.belta.by>), ежедневно размещает на своем сайте свыше 140 информационных сообщений. Новости появляются через каждые пять-шесть минут, поэтому информационный поток почти не останавливается, напоминает бегущую ленту новостей. Основное неудобство сайта – существование платной подписки. Те, кто на рассылку подписаться не в состоянии, не могут читать свежие новости, не могут узнавать о происшествиях в режиме on-line. Новости становятся доступными в бесплатном режиме лишь через несколько дней.

Информация на сайте агентства «БелаПАН» (<http://www.belapan.com>) также платная. БелаПАН не выкладывает новости на всеобщее обозрение даже после потери ими актуальности. Представляет интерес также сайт информационного агентства «АФН» (<http://www.afn.by>). Информация здесь бесплатная, доступна всем, обновляется часто и без задержек. Конечно, лента новостей у АФН не такая длинная, как у «БелТА» или «БелаПАН», только дело в данном случае не в количестве. Информация, пред-

ставленная на сайте, интересна в первую очередь экономистам и бизнесменам.

Нельзя не сказать пару слов о сайтах органов государственной власти. Белорусские журналисты все чаще обращаются к ним в поисках официальной информации. В практике журналиста эта информация может быть использована для мониторинга новостей, написания аналитических материалов, проведения журналистских расследований и работы со статистикой. Например, на сайте <http://www.president.gov.by> постоянно размещается оперативная информация о деятельности Главы государства. Есть здесь и биография, и документы, и выступления Президента. Каждый желающий может задать ему вопрос посредством электронной почты и получить исчерпывающий ответ.

Неплохие сайты сегодня имеют также Правительство Республики Беларусь, Совет Республики и Палата представителей Национального собрания, ряд министерств и ведомств. Что же касается сайта Министерства информации Беларуси <http://www.mininformt.gov.by>, то он, к сожалению, запущен. В разделе “Текущие новости” последняя новость датируется 30 октября 2003 г. Помимо «новостей», на сайте присутствует раздел, где достаточно подробно представлены различные нормативные документы, указы, законы и постановления. Этим сайт Министерства информации и интересен.

Возвращаясь к Интернет-изданиям, отметим, что чисто сетевых СМИ, не имеющих своей печатной версии, в Беларуси немного. К ним относятся интернет-газета Белорусские новости (<http://www.naviny.by/>), портал «Хартия-97» (<http://www.charter97.org/>), издания Belarus Today (<http://www.belarustoday.com>), BelarusMedia (<http://www.belarusmedia.com>), информационный сайт Open.by (<http://www.open.by/>).

Первым пытался позиционировать себя как Интернет-газету портал Open.by. Но эта идея не нашла полной реализации, поскольку Open.by является, скорее, дайджестом прессы. Самостоятельных журналистских материалов там не очень много. Гораздо большую популярность приобрело сетевое информационно-аналитическое издание «Белорусские новости» (<http://www.naviny.by>). Этой Интернет-газете недавно исполнилось два года. Она появилась в сети 1 июля 2002 года. Аудитория газеты сегодня составляет около трех тысяч человек ежедневно, что неплохо даже для традиционного «бумажного» издания. Любопытно, что на втором месте по количеству посещений сайта после Беларуси находятся пользователи из США, на третьем – из России, потом из Германии и Украины.

Проект «Белорусские новости» – первый в нашей стране опыт издания полнокровной интернет-газеты. Да, есть онлайн-версии ряда пе-

чатных изданий, есть узкоспециальные ресурсы, но в белорусской сети появилось издание, которое широко и оперативно, в режиме реального времени, охватывает весь спектр общественно-политической тематики материалами профессиональных журналистов. Если традиционная пресса сообщает о событиях в лучшем случае на следующий день, то материалы и комментарии на сайте «Белорусских новостей» появляются тут же, по горячим следам события.

Издание обновляется с 9 утра до 9 вечера семь дней в неделю, включая субботу и воскресенье. В газете существуют следующие постоянные рубрики: «Тема», «Политика», «Экономика», «Культура», «Спорт», «Туризм», специфические рубрики «Мобильник», «Штрих», «Кадр», а также колонки, посвященные актуальным сюжетам («ЧП», «Бомонд»). На сайте функционирует поиск, проводятся голосования, представлен прогноз погоды, обзор курсов валют, также можно просмотреть информацию о компании БелаПАН. На читателей из-за рубежа ориентирована рубрика «English», в которой важнейшие материалы белорусской тематики публикуются на английском языке. Актуальная информация обновляется по мере поступления.

Если говорить о серьезности и основательности подхода к делу, то тут «Белорусские новости» вне конкуренции. Приятный дизайн, новости, снабжаемые графикой, создают у читателя впечатление надежности, достоверности. Как сказано в кратком представлении этой газеты, «Белорусские новости» стремятся быть объективными. Здесь нет официоза. В основном – аналитика и квалифицированные комментарии.

Сайт <http://www.charter97.org> также весьма популярен среди белорусских пользователей Интернета. Он имеет явно политизированный характер. Информация, представленная на нем, отобрана и отсортирована в соответствии с политической точкой зрения создателей. Очень часто «Хартия-97» занимается политическими провокациями, выдает материалы, которые не проверены и не подтверждены фактами. Все это привело к тому, что индекс доверия к этой сетевой газете в последние годы значительно снизился.

Сетевые СМИ с каждым годом все больше теснят на рынке СМИ традиционные, нередко опережая последние как в плане оперативности, так и по качеству разработки информации. Их гипертекстовые и мультимедийные возможности привлекают как читателей, число которых стремительно растет, так и рекламодателей. В сети формируется новый класс журналистов; развивается онлайн-журналистика. Благодаря Интернету современный журналист также не теряет драгоценное для себя время и способен готовить материал в кратчайшие сроки, нежели если бы он работал по старинке.

В проект нового закона о СМИ впервые в истории Беларуси включено понятие «сетевое средство массовой информации». Согласно пункту 21 статьи 1 законопроекта, под сетевым СМИ понимается «средство массовой информации, регулярно занимающееся сбором, хранением, обработкой и распространением через глобальные информационные сети информационных материалов, редакция которого имеет статус изготовителя и распространителя». Согласно разрабатываемому законопроекту, интернет-СМИ признаются полноправными средствами массовой информации.

Правда, целиком сетевым СМИ посвящена фактически лишь одна статья нового закона – статья 30 «Выходные сведения сетевого средства массовой информации». Согласно этой статье, «каждый выпуск сетевого средства массовой информации должен содержать следующие сведения: название издания; учредитель (учредители); фамилия, имя и отчество главного редактора либо его заместителя; порядковый номер выпуска, дата и время его выхода в свет; полный адрес редакции; номер свидетельства о регистрации». Требования эти обязательны, но практически невыполнимы. Онлайн-издания на то и онлайн-издания, что работают постоянно, многие – 24 часа в сутки, и их работа не делится на выпуски. Сейчас проект закона отправлен на доработку, и вполне возможно, что в пункты документа, регулирующие деятельность сетевых СМИ, будут внесены уточнения.

Подводя итог, остановимся на противоречиях и достижениях белорусской прессы в Интернете. К безусловным достижениям можно отнести то, что Интернет-СМИ представлены довольно обширно и успешно конкурируют с традиционными изданиями. Появилось первое чисто сетевое информационно-аналитическое издание «Белорусские новости», которое стремится охватывать все области жизни страны. На протяжении двух лет существования эта Интернет-газета своей деятельностью доказала необходимость создания массовой, правдивой и оперативной Интернет-прессы в Беларуси.

По оперативности интернет-газеты намного опережают традиционную прессу, что повышает их престиж и конкурентоспособность. Во многих Интернет-изданиях актуальная информация обновляется по мере ее поступления. Ею могут воспользоваться не только рядовые читатели, но и журналисты. Большинство Интернет-изданий, кроме материалов на русском и белорусском языках, имеют англоязычные варианты, рассчитанные на иностранную аудиторию, интересующуюся событиями в Беларуси.

Почти все электронные газеты используют возможность обратной связи (интерактивность) и просят своих читателей высказаться по поводу

какого-либо материала или газеты целиком, вступить в дискуссию с одним из авторов, внести свои предложения или просто написать электронное письмо в редакцию. Интерактивность предлагается также в форме телеконференций, чатов, рассылок новостей, форумов, гостевых книг, участия в опросах и голосованиях.

Сеть Интернет позволила быть ближе к официальным источникам информации. На многих официальных сайтах органов государственной власти и управления можно ознакомиться с нормативными документами (указами, законами, постановлениями и др.). Несомненным «плюсом» интернет-изданий является доступ к архивам и внешним электронным ресурсам, что делает возможным «объемное» видение темы и проведение самостоятельных журналистских расследований.

Говоря более конкретно о противоречиях, уместных в Интернет-журналистике, можно отметить следующее. Некоторые читатели (пользователи) и журналисты не признают публикации в сети, ссылаясь на неподтвержденность авторства, непроверенность фактов, ставя, таким образом, под сомнение информацию даже с официальных сайтов. Широко распространены случаи нарушения авторских прав, когда информация перепечатывается без ссылки на оригинал. В большинстве таких случаев источник либо вообще не указывается, либо имеет место прямой плагиат – взятая из сети статья или иной материал подвергается минимальной правке и публикуется под чужим именем. Все это свидетельствует о непрофессионализме Интернет-журналистов, об их невежестве и несоблюдении профессиональных этических принципов.

Одним из факторов, сдерживающих развитие виртуальной журналистики, является стереотипность организационных подходов, слепое копирование технологических схем организации информационного пространства из «газетно-журнального» сектора. К сожалению, случается, что электронный вариант газеты – это плохой дубликат печатного оригинала, который не добавляет удобства читателям, и бумажная версия газеты или журнала все же остается первичной по отношению к электронной. Существенной проблемой пока является также высокая стоимость работы в Интернете и неразвитость информационной инфраструктуры в регионах.

Прогнозируется, что в ближайшем будущем можно ожидать более тесного взаимовлияния и взаимопроникновения сетевых и традиционных СМИ, т. е. они выполняют одну и ту же функцию, и их значимость в общественном сознании неуклонно сближается.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананич Л. С. Информационное пространство Беларуси: Газеты, журналы, бюллетени. Информационные агентства. Радиовещание. Телевещание. Полиграфия. Издательства. Реклама. Интернет. – Мн., 2003.
2. Вейлер Керстин, Роберт Инго Маурер. Сетевые СМИ: другая журналистика? / <http://www.mediasprut.ru>.
3. Горный Е. А. Интернет для журналиста / <http://www.russ.ru>.
4. Дубовік С. В. СМІ постсацыялістычнай Беларусі: Пошук новай рацыянальнасці. – Мн., 2004.
5. Кирсанов Д. С. Веб-дизайн. – СПб., 2001.
6. Скотт Э. Компьютерные технологии в журналистике. – М., 1998.
7. Сколько лет «новой журналистике»? // Вестник Московского университета. Сер. Журналистика. – М., 2000. – № 5.
8. Schiller D. Digital capitalism. Networking the Global Market System. The MIT Press // Cambridge. – London., 1999.

А. К. Свораб

НАПРАМКІ ГАЗЕТНАГА ДЫЗАЙНУ НА ПАЧАТКУ СТАГОДДЗЯ

На перспектыву развіцця друкаваных СМІ на бліжэйшае дзесяцігоддзе існуюць два палярных меркаванні. Адны лічаць, што яно працягне сваё існаванне і будзе развівацца паралельна з электроннымі сродкамі масавай інфармацыі; іншыя лічаць, што электронныя медыя поўнасю выцясняць друкаваныя выданні з інфармацыйнага рынку. На наш погляд, гэтыя спрэчкі будуць вырашацца ў сферах тэхналогіі і эканомікі і закончацца разумным кампрамісам. Новыя электронныя тэхналогіі ўзбагачаюць газету, пашыраючы інфармацыйны спектр. Яны павышаюць яе аператыўнасць і якасць, садзейнічаюць паляпшэнню дызайну. А гэта павялічвае канкурэнтаздольнасць выдання ў адносінах да электронных СМІ. З іншага боку, традыцыйны выдавецкі вопыт робіць газету адным з асноўных пастаўшчыкоў інфармацыі для сеткі электронных мультымедыя.

Электронныя сродкі, па меншай меры ў бліжэйшыя гады, не будуць канкураваць з друкаванымі, паколькі кожны з іх зойме сваю нішу ў агульным інфармацыйным працэсе. Напрыклад, па аб'ёму рэкламы друкаваныя выданні нават пераўзыходзяць электронныя. Можа адбыцца нязначнае пераразмеркаванне функцый, але гэта кране ў большай ступені інфармацыйныя выданні. Тым больш, што навейшыя паліграфічныя тэхналогіі імкнуцца пастаянна падтрымліваць высокія рэйтынгі друкаваных

сродкаў. Менавіта зрухі ў выдавецкай справе канца мінулага стагоддзя зрабілі непазнавальнымі нашы газеты і часопісы.

Якія ж тэндэнцыі ў газетным афармленні праглядаюцца на бліжэйшае дзесяцігоддзе?

Ёсць меркаванне, што асаблівых змен у знешнім выглядзе друкаваных СМІ не чакаецца.

Фармат. Аб'ём. З пераходам да друкарскага працэсу на камп'ютэрныя настольныя сістэмы, арыгінал-макет малафарматнага выдання зрабіць значна прасцей. Таму асновай раённых, гарадскіх, аб'яднаных, а таксама большасці спецыялізаваных выданняў застаецца фармат А3.

Няўхільна ўзрастае доля газет звышмалага фармату. Асноўная прычына такой з'явы – не толькі прабіўшыя сабе дарогу мінідрукарні, але і рэзка ўзросшыя запатрабаванні на спецыялізаваную інфармацыю.

Газеты будуць «таўсцёц». Павелічэнне аб'ёму газет і ў нас, і за мяжой непасрэдным чынам звязана з павелічэннем рэкламнай інфармацыі. З'яўляюцца розныя дадаткі – дзіцячыя, рэкламныя, забаўляльныя, устаўныя тэматычныя старонкі. Чатырохпалосным «раёнкам» і эканамічна, і функцыянальна больш выгадна выходзіць на 6–12 палосах. Гэта абумоўлівае прынцыпова новы падыход да афармлення першай паласы. Пры аб'ёме газеты звыш васьмі палос яна афармляецца ўжо па правілах часопіса: на ёй з'яўляюцца анонсы, павялічваецца назва-лагатып, пашыраецца плошча ілюстрацый. У далейшым вызначаць дызайн будзе не сума матэрыялаў, необходимая да апублікавання, а кампазіцыйна-графічная мадэль, якая рэгламентуе паводзіны любога элемента нумару – і змястоўнага, і афармленчага.

Шрыфты. Праглядаецца тэндэнцыя зніжэння гарнітурнага асартыменту. Адна-дзве гарнітуры для асноўнага тэксту, адна-дзве – для дадатковага, дзве-тры гарнітуры для загаловаў асноўных матэрыялаў, чатыры-пяць – для рэкламы.

Якія ж гарнітуры выкарыстоўваць? У выданнях для моладзі лепш карыстацца тэкставымі шрыфтамі без засечак, тут дарэчы будуць сціслыя, вузкія шрыфты. Для старэйшай аўдыторыі лепш выбіраць шрыфты з засечкамі і больш шырокія.

Кожны год на айчынным рынку з'яўляюцца дыскі з сотнямі «навейшых» шрыфтоў. Большая частка з іх перароблена са старых пад новымі назвамі. «Мадыфікацыя» часам грубая: у знаках не ўлічваецца міжлітарны прабел, што робіць набраны тэкст рыхлым або, наадварот, сціслым. Таму, перш чым замяняць шрыфты, трэба добра падумаць – а ці варта?

Структура і кампазіцыя. Статыстыка сведчыць аб істотным памяншэнні тэкставых матэрыялаў у большасці газет пры адначасовым узрас-

танні ілюстрацыі – і ў колькасных, і ў якасных паказчыках. Адбываецца адноснае памяншэнне тэкставых матэрыялаў. Інфармацыі аб’ядноўваюцца ў падборкі і блокі. Прыцягальнасць паласы дасягаецца афарміцельскім кантрастам вядучага матэрыялу паласы і інфармацыйнага блоку.

У канструяванні палос будзе ўзмацняцца модульны падыход. Ён ставіць у адзін рад газетнае і кніжна-часопіснае афармленне. Аслабее, на наш погляд, прамавугольная дамінанта вёрсткі.

Павялічваецца аб’ём і павышаецца якасць рэкламы. Наспела неабходнасць перагляду існуючых нормаў на яе публікацыю ў бок пашырэння. Газетная рэклама функцыянуе як адбітак нашага грамадства – які рынак, такая і рэклама.

Ілюстрацыя. Самастойная фатаграфія як творчы жанр паступова сыходзіць з газетнай паласы. Фотаэцюды, фотазамалёўкі, фотапейзажы застаюцца пакуль што толькі ў раённай прэсе ды ў некаторых рэспубліканскіх культурна-мастацкіх выданнях. Самастойная фотаілюстрацыя на паласе даволі часта парушае лагічныя сувязі паміж тэкставымі матэрыяламі, займае неадпаведна шмат месца і пры гэтым не нясе нікай канкрэтнай сэнсавай нагрукі. На новую ступень падняліся фотазаметка, фотарэпартаж, фотазамалёўка, фотапартрэт. Жанры злабадзённых, аператыўных, добра ўспрымаюцца чытачом. Больш марудна ў беларускім друку асвойваецца жанр фотакалажу. Сёння з’явіліся добрыя магчымасці спалучэння афармленчых элементаў з фатаграфіяй.

Фотаілюстрацыя ў будучым, магчыма, стане асноўным формаўтваральным элементам паласы. Гэта прывядзе да далейшага памяншэння тэкставых матэрыялаў і замены іх нейкім новым камбінаваным поліжанрам.

Больш актыўна заявіць пра сябе інфаграфіка, узрасце роля малюнка на паласе, хоць і знікнуць такія яго віды, як мастацкія накіды, эскізы, замалёўкі.

Аздабленчыя элементы. З развіццём паліграфічнай базы і іншых тэхнічных сродкаў (фотаапаратура, сканеры і інш.) яшчэ з канца мінулага стагоддзя пачалося ўсеагульнае захапленне колерам. І толькі пазней прыйшлі да цвярозага разумення, што да прыдатнага колеру ў газетах трэба яшчэ дарасці перш за ўсё тэхнічна. Цяпер жа мы бачым, што поўнакаляровы друк дайшоў і да раённай прэсы. Дзякуючы Clipart’у афарміцелі атрымалі магчымасць ствараць уласныя ўнікальныя растравыя элементы для фонаў і падложак. Яны камбінуюцца з тэкстам, загаловамі, ілюстрацыямі. Значэнне гэтага элементу ў будучым значна ўзрасце. А розныя ўпрыгожванні ў традыцыйным разуменні павінны знікнуць.

РЭПАРТАЖНАЯ РОЗНАГАЛОСІЦА

Навуковы пошук трымаецца на аўтарскіх версіях. Няма ў пэўнай галіне навукі новых версій – не будзе і адкрыццяў, належных здабыткаў.

Журналісцкая навука не выключэнне. Але ці не занадта ўжо шмат навукоўцы-журналісты выстаўляюць версій. Пры гэтым нярэдка на роўным месцы.

Гаворка пойдзе пра рэпартаж.

Здаецца, гэты жанр ва ўсіх відах літаратуры асветлены з усіх бакоў. І ў гістарычным плане, і ў сэнсе асаблівасцей жанравай мадэлі, і па стылёвых адметнасцях. У свой час Р. Я. Салганік выдаў нават асобнае даследаванне па рэпартажу – невялікую па аб’ёму, але надзвычай грунтоўную манаграфію «Стыль рэпартажу» (1970 г.).

Асноўныя параметры жанру былі вызначаны. Але агульная канцэпцыя, на жаль, не аб’яднала россып версій. Кожная з іх жыве сваім жыццём паасобку. Спынімся на некаторых.

«Кароль» рускага рэпартажу Уладзімір Гіляроўскі, апісваючы незвычайнай сілы смерч, які, зносячы дахі дамоў і купалы з цэркваў, вырываючы з карэннем стогадовыя дрэвы, абрушыўся на Сакольнікі, у сваім рэпартажы без усялякай рысоўкі адзначыў: «Мне пашчасціла быць у самым цэнтры ўрагана». Толькі так ён уяўляў магчымасць напісаць рэпартаж – пабываўшы ў самым цэнтры падзеі, няхай то будзе пажар ці ўраган, паводка ці кулачны бой, пабачыўшы ўсё на ўласныя вочы, а ў лепшым выпадку і прыняўшы непасрэдны ўдзел у падзеі.

А вось даследчык А. Навозаў не задаволіўся адзначанымі іпастасямі. У артыкуле «Пагаворым пра рэпартаж» («Советская печать», 1959, № 6) ён сцвярджаў, што «рэпартаж ... усё больш і больш набывае рысы газетнай публіцыстыкі; аўтары рэпартажаў не абмяжоўваюцца інфармацыйным бокам справы, апісаннем толькі тых фактаў, падзей, выдавочцамі якіх ім давялося быць, але робяць абагульненні на падставе аналізу і супастаўлення шэрагу папярэдніх фактаў і падзей. Рэпартаж нібы заглядае ўглыб з’явы, вывучае яе ад самага нараджэння». Ці не нагадвае нам такое азначэнне іншы жанр – аператыўную карэспандэнцыю? Гэта ж яна мае выразныя рысы газетнай публіцыстыкі, распрацоўвае тэму шляхам аналізу і супастаўлення шэрагу папярэдніх фактаў і падзей. І не толькі папярэдніх. Дык навошта апрацаць рэпартаж, жанр інфармацыйны, у вопратку аналітычнага жанру.

Не падабалася месца рэпартажу ў групе інфармацыйных жанраў і вядомаму рэпарцёру Яўгену Рабчыкаву. У прадмове да кнігі Л. Калодна-

га «Масква вачыма рэпарцёра» (1966 г.) ён пісаў: «Рэпартаж займае асаблівае месца сярод жанраў, якімі валодае савецкая літаратура і журналістыка. Ён увабраў у сябе многія каштоўныя рысы іншых жанраў – нарыса, інтэрв’ю, апавядання, справаздачы, хронікі, агляду і карэспандэнцыі, пераплавіў іх, і з’явіўся новы цудоўны сплаў – рэпартаж... Ведучы расказ пра любую падзею, рэпарцёр малое карціну гэтай падзеі, дае характарыстыкі дзеючым асобам, стварае іх партрэты, дазваляе чытачу нібы пачуць асаблівасці іх маўлення, адчуць атмасферу заводскага цэху, навуковай лабараторыі або канструктарскага бюро». Я. Рабчыкаў відавочна пераносіць тэкставыя структуры асобных рэпартажаў, дзе аб’ект даследавання патрабаваў стыльвых камбінацый, на ўвесь шматоблічны жанр рэпартажу.

Здавалася б, навошта нагадваць мінулае. Было ды сплыло. Як быццам дамовіліся ў ходзе шматгадовых дыскусій, што ў цэлым рэпартаж несумненна жанр інфармацыйны, мае свае выразныя параметры, што ў залежнасці ад характару падзеі, якая адлюстроўваецца, рэпарцёр можа ўключаць у тэкст элементы іншых жанраў, і ўрэшце рэпартаж мае два ўнутрыжаравыя віды – аператыўны і сінтэзаваны. Сінтэзаваны таксама мае трывалую інфармацыйную аснову, стварае эффект прысутнасці чытача на месцы падзеі. А ўскладнёнасць падзеі вымушае ў рэпартажную плынь уключаць элементы аналітычнага плана, нешта растлумачваць, нешта параўноўваць, а часам і аналізаваць.

Але сёння рэпартаж зноў трапіў у жанравыя лідэры, па якіх разгарнулася палеміка. Усплылі старыя канцэпцыі, якія збольшага мадэрнізуюцца. Зноў ставіцца пад сумненне прыярытэтная інфармацыйна-канстатуючая прырода рэпартажу. Такое сустрэнеш нават у стабільнай вучэбнай літаратуры па журналістыцы. Напрыклад, у падручніку «Основы творческой деятельности журналиста» (СПб., 2000). Аўтар раздзела па жанрах Л. Кройчык без усялякіх агаворак заяўляе: «Рэпартаж – адзін з самых актыўных жанраў публіцыстыкі». Рэпартаж, згодна з канцэпцыяй Л. Кройчыка, з’яўляецца «аператыўна-даследчыцкім тэкстам», у якім на першы план выступае растлумачэнне падзеі. Не адлюстраванне дынамічнай падзеі, а менавіта растлумачэнне. Дык што, тыя тэксты, якія мы дасюль называлі каментарыямі, цяпер будзем лічыць рэпартажамі? Растлумачэнне ж якраз і з’яўляецца асноўнай функцыяй каментарыя. Кожнаму сваё. А калі абставіны вымагаюць зрабіць у рэпартажы растлумачэнне, дык ніхто гэтага не забараняе. З умовай, што сумежны кампанент не будзе засланяць асноўны.

Аўтар вучэбнага дапаможніка «Жанры периодической печати» (М., 2000) А. А. Тэртычны ўвогуле лічыць, што рэпартаж схіляецца да мастацка-публіцыстычных жанраў, бо скарыстоўвае метады нагляднага адлюстра-

вання рэчаіснасці. Мастацка-публіцыстычныя жанры – нарыс, эсэ, фельетон, памфлет. Да якога ж з іх «схіляецца» рэпартаж? Да нарыса? Як тут устанавіць блізкую повязь? Рэпартаж у любым выпадку адлюстроўвае дынамічную падзею (разавую падзею!) праз непасрэднае візуальнае ўспрыманне аўтара, які абавязкова прысутнічае на месцы падзеі і тым самым стварае эффект прысутнасці для чытача. Нарыс жа праз мастацка-публіцыстычныя вобразы распрацоўвае пэўны аспект канцэпцыі чалавека ці грамадскага жыцця і як дапаможны тэкставы матэрыял убірае ў сябе элементы аператыўнага рэпартажу.

Каб знайсці выразнае падабенства паміж рэпартажам і эсэ, патрэбна незвычайная фантазія. Ужо адно тое, што класічнае эсэ называлі «кабінетнай» літаратурай, а рэпартаж байцом праяўляў лініі журналістыкі, які з адкрытым забралам прэпарыруе жывыя праявы рэчаіснасці, пазбаўляе нас ад памкненняў устанавіць блізкае сваяцтва гэтых жанраў.

Зусім з іншай літаратурнай сям’і, чым рэпартаж, – фельетон і памфлет. Іншая справа, што ўсе гэтыя жанры тым ці іншым чынам «супрацоўнічаюць» з рэпартажам. А сам рэпартаж б’е ўсе бар’еры і актыўна ўрываецца ва ўсе журналісцкія тэксты. Але ўрываецца тады, калі гэтага вымагаюць абставіны, і не заглушае іншы тэкст, а ўваходзіць у яго элементамі-дозамі, якія дапаўняюць тэкставыя структуры аналітычных, мастацка-публіцыстычных і некаторых інфармацыйных жанраў.

Не варта ўключаць рэпартаж у разрад публіцыстычных формаў і надаваць яму статус мастацка-публіцыстычнага жанру. У яго трывалая інфармацыйная аснова, свая адметная ніша паміж літаратурных твораў, якія абапіраюцца на метады канстатацыі.

В. Ул. Аўсянік

МАЛАДЗЁЖНАЯ АЎДЫТОРЫЯ І ЯЕ ЧАКАННІ. АСАБЛІВАСЦІ БЕЛАРУСКАЙ І ШВЕДСКАЙ МАЛАДЗЁЖНАЙ АЎДЫТОРЫІ

Беларускі даведнік «Журналістыка: ад А да Я» (гл. Журналістыка – 2002, 12) падзяляе аўдыторыю любога выдання на рэгулярную, нерэгулярную і агульную. Рэгулярная аўдыторыя – тая яе частка, якая чытае не менш за палову нумароў друкаванага выдання. Менавіта яна цікавіць рэдактараў перш за ўсё. Нерэгулярная – чытае хаця б адзін нумар пэўнага друкаванага выдання ў тыдзень. Яна выклікае ўвагу па той прычыне, што калісьці можа ператварыцца ў рэгулярную. Агульная – ахоплівае абедзве згаданыя катэгорыі чытачоў.

Адносна аўдыторыі, трэба памятаць пра дзве акалічнасці: змест інфармацыі, якую прапаноўваюць СМІ, улічвае запросы чытачоў; запросы гэтыя ў выніку фарміруюцца пад уздзеяннем на аўдыторыю саміх мас-медыя. Як уздейнічаць – асабісты выбар журналіста. Паводле меркаванняў псіхолагаў (гл. Кузін. 1998. 13), кожны аўтар валодае ўласным вопытам, заснаваным на пэўных псіхалагічных дадзеных, якія называюць «здоровым сэнсам», псіхалагічнай інтуіцыяй і талентам.

У Савецкім Саюзе чытацкая аўдыторыя Беларусі па традыцыі арыентавалася на цэнтральную прэсу: «Правда», «АиФ», «Известия» мелі вялізныя наклады. Рэспубліканская прэса фактычна абмяжоўвалася чатырма газетамі: «Звязда» з'яўлялася галоўным ідэалагічным органам краіны, «Советская Белоруссия» была разлічаная на горад, «Знамя Юности» – на гарадскую моладзь, а «Чырвоная Змена» – на вясковую. Пасля развалу Саюза былыя савецкія газеты зрабіліся недасягальнымі і страцілі сваю аўдыторыю, у тым ліку беларускую. Да ўвагі нашых чытачоў засталіся толькі мясцовыя выданні, якія атрымалі шанец шматкратна павялічыць аўдыторыю за кошт нечаканай манапалізацыі рынка. Аднак момант быў страчаны. Адбылося распыленне аўдыторыі паміж новымі, у тым ліку недзяржаўнымі выданнямі. Уся прэса Беларусі перажывае заняпад. Газета «Советская Белоруссия» – адзіная, якая можа прэтэндаваць на вызначэнне «паспяховая». Але і яе тыраж працягвае змяншацца. «Звязду» дагэтуль па традыцыі чытае аўдыторыя, якая склалася больш як 20 гадоў таму. Хаця колькасць чытачоў (па зразумелых прычынах) з кожным годам памяншаецца. Новую аўдыторыю прыдбаць не так проста. У маладых людзей звычка чытаць газеты не сфарміравана, як у старэйшага пакалення. Моладзь, якая дагэтуль не мае сваёй дастаткова папулярнай газеты, у залежнасці ад узроўню адукаванасці, аддае перавагу альбо жоўтым забаўляльным выданням, альбо сур'ёзным газетам «для дарослых», альбо – што больш верагодна – не чытае перыёдыкі. Апошняя катэгорыя рэалізуе патрэбу ў інфармацыі праз электронныя СМІ. Газеты не могуць прыцягнуць да сябе ўвагу і прапанаваць штосьці большае, чым прапаноўвае тэлебачанне ці вэб-рэсурсы. Маладзёжных газет тэндэнцыя заняпаду дагэтуль нават у большай ступені («Знамя Юности» мае тыраж у 16000 асобнікаў, а «Чырвоная Змена» ўжо страціла статус самастойнага выдання). Між тым, менавіта выданні для моладзі павінны фарміраваць густы чытачоў і выходзіць у іх трывалую звычку чытаць газеты.

Агульнае змяншэнне цікавасці да прэсы многія тлумачаць інтэлектуальным і культурным заняпадам, сацыяльнай стомленасцю, спасылаючыся на тое, што грамадства знаходзіцца ў апатыі і людзям нецікава нічога. Звязваюць скарачэнне чытацкай аўдыторыі таксама з эканамічнымі

прычынамі. Выдаткі на вытворчасць і распаўсюджванне газет павялічваюцца, а даходы ад рэкламы (калі яны ўвогуле былі) памяншаюцца. Адсюль – павелічэнне цэнаў. А ва ўмовах усеагульнага збыднення, не кожны дазволіць сабе выпісаць альбо купіць газету. Аднак тлумачыць усё фінансавымі праблемамі грамадства нельга. Спад цікавасці да прэсы назіраецца ва ўсім свеце, у тым ліку там, дзе людзі матэрыяльна больш забяспечаныя. Швецыя таксама сутыкнулася з аб'якавасцю патэнцыяльных чытачоў, асабліва маладых, да друкаваных СМІ.

Людзі чытаюць газеты ў асноўным па дзвюх прычынах:

1) каб адпачыць, зняць напружанне і даць выхад назапашанай за дзень адмоўнай энергіі (з мэтай адключыцца ад псіхатраўмуючай сітуацыі, зменшыць значнасць сваіх перажыванняў, выпрацаваць «ідэал паводзінаў» на будучыню і больш аптымістычныя погляды на жыццё, спакойна рэагаваць на непрыемнага для сябе чалавека);

2) каб атрымаць новыя веды, вопыт, які можна будзе ўжыць на практыцы (па меры таго, як чалавек сталее, ён усё больш імкнецца да атрымання новых навыкаў, каб павысіць сваю кампетэнтнасць і эфектыўна ўзаемадзейнічаць з навакольнымі).

Выбар чытачом пэўных жанраў, тэкстаў залежыць ад таго, якая мэта перад ім стаіць. Веданне псіхалогіі чытача дапамагае журналісту зрабіць свой матэрыял запатрабаваным. Калі дзейнічаць па спрошчанай формуле, дык дастаткова будзе разумець, якія веды маладзёжная аўдыторыя палічыць карыснымі альбо якія матэрыялы дапамогуць зняць людзям ва ўзросце ад 15 да 30 стрэс, палепшаць іх настрой. Далёка не ўсе матэрыялы адпавядаюць гэтай простае формуле. У нашых маладзёжных выданнях часцяком сустракаюцца незапатрабаваныя мэтавай аўдыторыяй матэрыялы, якія, відавочна, разлічаны на іншага адрасата – дзяржаву. І на тое, што нехта з чыноўнікаў прачытае згаданы матэрыял і адзначыць для сябе: «Малайцы, прытрымліваюцца належнага курса, трэба будзе іх дадаткова прафінансаваць...». Аднак гэтыя хітрыкі насамрэч не даюць прыбыткаў, толькі адварочваюць сапраўднага чытача і памяншаюць аўдыторыю. Гэта наводзіць на думку, што калі б усе выданні былі пазбаўлены дзяржаўнай фінансавай падтрымкі і пераведзены на самафінансаванне, з'яўленне падобных пустых тэкстаў было б проста немагчымае. У прафесійнай журналістыцы прыём з фальшывай аўдыторыяй мае іншае прызначэнне. Журналіст свядома праграмуе свой тэкст на «прыхаваную» аўдыторыю, каб пралабіраваць інтарэсы пэўнай сацыяльнай групы. Пры гэтым сапраўднай мэтавай аўдыторыяй таксама з'яўляецца дзяржава ў асобах чыноўнікаў. Напрыканцы такіх матэрыялаў звычайна дадаюць што-небудзь кшталту: «Спадзяемся, улады (сп. Іваноў ці сп. Пятроў) возьмуць пад ува-

гу ўсё сказанае вышэй і прымуць меры...». Такія тэксты, калі і не цікавяць мэтавую аўдыторыю выдання, прыносяць карысць грамадству, бо названыя ў тэксце асобы пачынаюць выконваць свае абавязкі належным чынам.

Што ж сапраўды цікавіць нашу моладзь і ці ёсць нейкія адрозненні паміж катэгорыяй людзей ад 15 да 30 на Беларусі і ў Швецыі? Адрозненні ёсць, але не настолькі вялікія, як можна было б падумаць. Урэшце рэшт, моладзь – ёсць моладзь. І калі рознасць падыходаў да газетнай вытворчасці абумоўлена гістарычнымі працэсамі ці нацыянальнай спецыфікай, падабенства ў падачы тэкстаў і выбары тэм тлумачыцца аднолькавымі для любой мясцовасці характарыстыкамі людзей згаданай узроставай групы. А менавіта:

1. Палаваспеласць – большасць вольнага часу аддаецца пошукам асобы супрацьлеглага полу, наладжванню альбо замацаванню адносінаў з ёй.

2. Перыяд найбольшай фізічнай і разумовай актыўнасці ў жыцці чалавека, калі ён павінен паспець атрымаць адукацыю, рэалізаваць сябе ў прафесійнай сферы (альбо пачаць гэта рабіць), цвёрдзіцца і па магчымасці стварыць матэрыяльную базу для будучай сям’і.

3. На гэтым часавым адрэзку большасць асоб заводзіць нашчадкаў, тым самым узвальваючы на сябе дадатковую адказнасць і працягваючы існаванне ў экстрэмальных умовах.

4. Нягледзячы на ўсё вышэйзгаданае, тым, каму ад 15 да 30, хочацца прыгод, рамантыкі, вясёлага, актыўнага адпачынку, дабрабыту і перамог. І дакладна не хочацца шэрай аднастайнасці (якраз таго, чым звычайна «радуюць» нас беларускія дзяржаўныя выданні).

Пералічаныя асаблівасці ўласцівыя моладзі любой краіны. Прычым узроставыя рамкі (15–30) тут умоўныя. У ідэале газета для моладзі павінна быць цікавай і для тых, каму далёка за... Маладая аўдыторыя – самая патрабавальная. На жаль, для беларускай журналістыкі характэрна меркаванне, што маладзёжнае – гэта нешта спрошчанае, прымітыўнае, выключна забаўляльнае, што дарослому, удумліваму чалавеку чытаць сорамна. Адсюль і праблемы з нешматлікай аўдыторыяй. Між тым расійская «Камсамолка» – яскравае сведчанне адваротнага. З аднаго боку, яна сапраўды не вельмі глыбокая і збольшага жоўтая (хаця і робіцца прафесійна). З другога – хто яе чытае? Вопыт паказвае, што разлічана яна не на пэўны ўзрост, а на пэўны склад чалавека. Пятнаццаць працэнтаў чытацкай аўдыторыі нашай краіны аддае перавагу пятнічнаму нумару «Комсомольской правды». Палова з іх – далёка не маладыя людзі, якім проста хочацца адпачыць. Аднак брэнд, які гістарычна фарміраваўся як маладзёжнае выданне (пра што сведчыць і назва) працягвае захоўваць складзены стэрэатып. Усе хо-

чуць быць маладымі. Нічога дрэннага ў гэтым няма. І хаця некаторыя спрабуюць атаясамліваць маладосць з нявыпытнасцю ці нават дурнотай, можна з упэўненасцю сцвярджаць: ніхто не захоча чытаць выданне, якое будзе пазіцыянаваць сябе, як газета для старых альбо хворых.

Такім чынам, звернемся да нацыянальнай спецыфікі характараў і да адрозненняў у жыцці маладых шведаў і такіх жа маладых беларусаў. Сёння на Беларусі распадаецца амаль тры чвэрці шлюбав. Колькасць жа няпоўных сем'яў з непаўналетнімі дзецьмі павялічылася да 22 %. У скандынаваў сітуацыя лепшая. Разыходзяцца яны «толькі» ў палове выпадкаў, бо радзей і пазней бяруць шлюб. Часам яны жывуць разам і нават выходзяць дзяцей, не ўступаючы ў шлюб. Так ці інакш, тут меншая колькасць дзяцей расце ў няпоўных сем'ях. Да таго ж шведскія дзеці і маці лепш сацыяльна абаронены. Іх палітыка па пытаннях сям'і і сямейнага права спрыяе стварэнню для абодвух бацькоў магчымасці спалучэння прафесійнай дзейнасці з агульнай адказнасцю за выхаванне дзяцей. І ў нас, і ў іх чытачы добра ўспрымуць рознабаковыя матэрыялы пра шлюб (традыцыйны і грамадзянскі) і пра ўсё, што датычыцца дзяцей (як іх рабіць, як выходзяць, а таксама чаго ад іх чакаць...).

Кожны восьмы жыхар Швецыі альбо імігрант, альбо бежанец. Паўночнае каралеўства, як і ўвесь свет, стаіць перад дэмаграфічным выклікам Афрыкі і Азіі. У пошуках лепшай долі жыхары гэтых краін асвойваюць еўрапейскую прастору. Прычым людзі гэтыя, з-за свайго маладога ўзросту – энергічныя і агрэсіўна настроеныя на барацьбу за месца пад сонцам. Характэрна, што амаль усе яны скардзяцца на сумнае, аднастайнае жыццё Швецыі. Журналісты – асабліва. Беларусь у гэтым сэнсе больш «прадукцыйная» краіна. Ёсць пра што пісаць: акрамя звычайных няшчасных і крымінальных выпадкаў, раз на год-два здараецца якая-небудзь трагедыя. Адсюль таксама багаты выбар тэмаў: правілы бяспечных паводзін у грамадскіх месцах, што рабіць у экстрэмальнай сітуацыі, калі, напрыклад, у памяшканні абваліўся дах... Шведам гэта менш цікава, таму іх лепш проста праінфармаваць аб тым, што такія рэчы здараюцца ў іншых краінах, каб не скардзіліся на аднастайнасць.

Моладзь і на Беларусі, і ў Швецыі імкнецца да лепшага жыцця, у гарады. Зараз сельскае насельніцтва нашай краіны складае 30 % ад агульнай колькасці жыхароў. Моладзі сярод іх зусім мала. Таму адносна маладой газетнай аўдыторыі можна адразу зазначыць: яна амаль уся складаецца з гараджан. І пакуль у краме можна спакойна набыць прадукты, праблемы нашай сельскай гаспадаркі маладых людзей цікавіць не будуць. Таму справаздачы з калгасных палёў і бясконцыя лічбы, якія сведчаць пра падзвігі нашых камбайнераў можна адразу лічыць халастым стрэлам.

Яшчэ адной істотнай асаблівасцю шведскага грамадства з'яўляецца пацыфісцкі настрой і адпаведная палітыка. Для шведскіх хлопчыкаў не з'яўляецца праблемай армія. Апошні раз шведы па-сапраўднаму ваявалі больш за 200 гадоў назад, таму войска ў іх фактычна няма. Для нашых хлопцаў галоўнай праблемай пасля заканчэння школы з'яўляецца пагроза трапіць у армію. І калі яны не ўваходзяць у катэгорыю непрыгодных па медыцынскіх паказчыках (а такіх прызыўнікоў – больш за палову), дык вайсковая служба застаецца іх асноўным клопатам да 27 гадоў – узроста, калі, паводле закона, мужчына ўжо не падлягае прызыву. Лагічна, што і СМІ Беларусі, асабліва для моладзі больш мілітарызаваныя. Вось толькі кантэкст асвятлення праблемы можа выклікаць супярэчнасці паміж прыватным інтарэсам і дзяржаўным. Чытача напэўна прыцягнуць артыкулы, кшталту: «Як вярнуцца дадому жывым і здаровым», «Некалькі парад, як не трапіць у нарад», ці яшчэ лепш «Як адкасіць ад арміі» – відавочна, што такія рэчы будуць цікавыя яшчэ і бацькам, і сяброўкам прызыўніка. Аднак ваеннаму ведамству такая варожая прапаганда наўрад ці спадабаецца. Хтосьці павінен абараняць Радзіму. Вось і друкуюць штогод у нашых «Чырвонках» і «Знаменках» пра тое, як блішчаць слёзы радасці на вачах бацькоў падчас развітання з сынамі-вайскоўцамі. Хаця цалкам праігнараваць армейскія праблемы проста немагчыма, таму разам з відавочнай прапагандай бестурботнага вайсковага жыцця, на старонках газет з'яўляюцца і праблемныя матэрыялы, дзе журналісты распаўядаюць пра няспынную барацьбу з наркаманіяй, дзедаўшчынай і крадзяжамі ў беларускай арміі.

Паміж Швецыяй і Беларуссю існуюць адрозненні і ў рэлігійным плане. Абсалютная большасць з тых беларусаў, хто лічыцца веруючым – атаясамліваюць сябе з пэўнай рэлігіяй. У тым ліку з праваслаўем – каля 70 %, каталіцызмам – 15–20 %, пратэстантызмам – каля 2 %. Даследчыкі сучаснай канфесійнай сітуацыі на Беларусі адзначаюць характэрную для традыцыйных веравызнанняў залежнасць узроўня рэлігійнасці ад сацыяльна-дэмаграфічнай характарыстыкі – з павелічэннем адукацыйнага ўзроўню змяншаецца ступень рэлігійнасці. Нетрадыцыйныя формы рэлігіі атрымалі распаўсюджанне сярод асоб маладых і адукаваных. Прычым рэлігійнасць у розных дэмаграфічных групах значна павялічылася (у моладзі – да 25,3 %). Найбольш высокі ўзровень адукаванасці і колькасць маладых веруючых сярод пратэстантаў (30 %). Што да шведаў, дык Паўночнае каралеўства адышло ад каталіцкай царквы яшчэ ў 16 стагоддзі, пасля чаго ў краіне на працягу больш як 400 год дзейнічала евангельская «дзяржаўная царква». 1 студзеня 2000 года шведская царква атрымала незалежнае становішча і была прыраўнаная да іншых канфесій. На дадзены момант 85 %

насельніцтва Швецыі адносіць сябе да шведскай царквы. Хаця маладыя і адукаваныя людзі зноў такі менш схільны да рэлігіі. Таму наконт асвятлення рэлігійнай праблематыкі можна сказаць толькі адно. Напэўна камусьці цікава будзе пачытаць, як жывуць манахіні і што ядуць на постны абед святыя айцы. Аднак паколькі тэма казытлівая, любая крытыка можа быць успрынята як блюзнерства, а лёгкі аналіз – пакараны паводле закона (артыкул 5 «Закона аб друку і іншых сродках масавай інфармацыі»). Таму ад асвятлення рэлігійных праблем лепей устрымацца. А замест таго – звярнуць увагу на адукацыю (дзе, як, якую прасцей атрымаць і да г. п.) альбо праблемы з працай для маладых спецыялістаў – гэта вечныя клопаты ў любым грамадстве.

Згаданыя адрозненні паміж беларусамі і шведамі на тэматыку маладзёжных газет ніяк не ўздзейнічаюць. Асаблівасці могуць быць толькі ў падыходзе, тэндэнцыйнасці і графічным афармленні тэкста. Шведы, як і беларусы, імкнуцца раней стаць незалежнымі ад бацькоў, атрымаць адукацыю і працу, у іх таксама маленькія (для іх рэаліяў) стыпендыі і вялікія чаканні ад жыцця. Яны таксама любяць чытаць якасныя, цікавыя, інфармацыйна насычаныя і карысныя артыкулы, якіх не хапае на старонках сучасных газет для моладзі.

ЛІТАРАТУРА

1. В. Кузин. Психологическая культура журналиста: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУ, 1998. – 130 с.
2. Журналістыка: ад А да Я: Даведнік / В. П. Вараб'ёў, С. В. Дубовік. – Мн.: Выдавецкі цэнтр БДУ, 2002. – 216 с.

З М Е С Т

Б. В. Стральцоў Інтэрпрэтацыя аб'екта журналістам-аналітыкам	3
Л. П. Саенкова Человек как «новостная ценность» в журналистике	9
Т. Д. Орлова Кризис классических ценностей театральной критики	13
У. К. Касько Перыядычныя выданні Беларусі (да пытання фарміравання структуры і тыпалогіі беларускага друку)	22
А. А. Плавник Эволюция развития национального радиовещания в условиях современной политической ситуации	27
Т. А. Луйгас Жанровое своеобразие журнальной периодики для детей и подростков («Вясёлка», «Бярозка», «Качели»)	36
А. А. Градюшко Белорусская пресса в Интернете: в поисках новой реальности	44
А. К. Свораб Напрамкі газетнага дызайну на пачатку стагоддзя	50
І. В. Лапікава Рэпартажная рознагалосіца	53
В. Ул. Аўсянік Маладзёжная аўдыторыя і яе чаканні. Асаблівасці беларускай і шведскай маладзёжнай аўдыторыі	55

Навуковае выданне

СУЧАСНЫЯ АСПЕКТЫ РАЗВІЦЦЯ БЕЛАРУСКАЙ ЖУРНАЛІСТЫКІ

Выпуск 8

Навуковы рэдактар *Б. В. Стральцоў*

Адказны за выпуск *А. К. Свораб*

Падпісана да друку 22.09.2004 г. Фармат 60х80/16.
Папера афсетная. Гарнітура Таймс.
Ум.-друк. арк. 3,11. Ул.-выд. арк. 3,16. Тыраж 100 экз.

Звярстана ў вучэбна-выдавецкай лабараторыі
і надрукавана на капіравальна-размнажальнай тэхніцы
факультэта журналістыкі Белдзяржуніверсітэта
220007, г. Мінск, вул. Маскоўская, 15, тэл.: 222-80-10.

