Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь
Нацыянальная дзяржаўная тэлерадыёкампанія Рэспублікі Беларусь
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

# Сучасная беларуская аўдыяКУЛЬТУРА ва ўмовах цывілізацыйных выклікаў

***Матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 20-годдзю канала «Культура» Беларускага радыё (г. Мінск, 16-18 лютага 2022 г.)***

*Мінск*
*Выдавец А. М. Вараксін*
*2022*

УДК [070:654.191/.195](476)(082)
ББК 76.031(4Беи)я43
С56

Рэдкалегія: В.М. Самусевіч (гал.рэд.), А.М. Кунцэвіч, У.А. Трапянок, А.Ю. Кузьмінава (адк. рэд.), Л.П. Саянкова-Мяльніцкая (адк. рэд.), А.У. Баранава, Г.І. Басава, Т.М. Дасаева, Н.А. Зубчонак, В.І. Іўчанкаў, А.Г. Слука, Е.Р. Хмель, Н.Ц. Фральцова.

С56 **Сучасная** беларуская аўдыяКУЛЬТУРА ва ўмовах цывілізацыйных выклікаў : Матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 20-годдзю канала «Культура» Беларускага радыё (г. Мінск, 16-18 лютага 2022 г.) – Минск : А. М. Вараксін, 2022. – 188 с.

ISBN 978-985-7265-98-5.

Зборнік прысвечаны 20-годдзю канала «Культура» Беларускага радыё, асэнсаванню прафесійных праблем радыёжурналістыкі, асаблівасцям творчай лабараторыі сучаснага радыёжурналіста.

**УДК [070:654.191/.195](476)(082)**
**ББК 76.031(4Беи)я43**

**ISBN 978-985-7265-98-5**

© Факультэт журналістыкі БДУ, 2022
© Афармленне. Выдавец А.М. Вараксін, 2022

**Паважаныя ўдзельнікі святочнай канферэнцыі, прысвечанай юбілею радыёканала «Культура»!**

Ужо цэлых 20 гадоў беларускія слухачы вядучага культуралагічнага вяшчальніка поруч з журналістамі ідуць па шляху духоўнага развіцця і самаўдасканалення. За гэты час адбыліся значныя змены ва ўспрыняцці навакольнага свету аўдыторыяй і спосабах узаемадзеяння з ім, вырасла не адно пакаленне слухачоў, з'явіліся новыя ідэалы і дзяржаўныя арыенціры, якія вынікавалі сучасныя вектары інфармацыйнай палітыкі краіны. Аднак ключавыя каштоўнасці народа Беларусі – радзіма, родная зямля, сям'я, мова і традыцыі – засталіся ранейшымі ў многім дзякуючы і дзейнасці радыёканала, паколькі захоўваць культурную спадчыну і папулярызаваць новыя нацыянальныя здабыткі і дасягненні – яго найважнейшая місія.

Факультэт журналістыкі таксама спрабуе зрабіць свой унёсак – імкнецца рыхтаваць высокакваліфікаваныя кадры з улікам асноўных трэндаў сучаснасці, якія б адпавядалі высокім стандартам Беларускага радыё. Мы імкнемся даць сваім студэнтам не толькі прафесійныя кампетэнцыі, але і навучыць іх цаніць і любіць сваё – роднае – мову, культуру, людзей, быць патрыётамі, быць праўдзівымі ў жыцці і ў працы, быць надзейнымі і адказнымі.

Пастаяннае ўзаемадзеянне з найбуйнейшым аўдыявізуальным холдынгам краіны – Белтэлерадыёкампаніяй, эфектыўная праца філіяла кафедры тэлебачання і радыёвяшчання на яго базе садзейнічаюць развіццю не толькі беларускай медыяадукацыі, але і айчыннай журналісцкай навукі. Сумесныя праекты факультэта і Белтэлерадыёкампаніі, адным з яскравых прыкладаў якіх з'яўляецца сённяшняя канферэнцыя «Сучасная беларуская аўдыяКУЛЬТУРА ва ўмовах цывілізацыйных выклікаў», спрыяюць усебаковаму сумеснаму асэнсаванню даследчыкамі і практыкамі журналістыкі актуальных працэсаў у сусветнай і нацыянальнай медыяпрасторы, а таксама фарміраванню і развіццю сучаснай нацыянальна-культурнай прасторы. Удзел студэнтаў на роўных з тэарэтыкамі і практыкамі журналістыкі ў падобных мерапрыемствах закладае фундамент для далейшага дыялогу паміж пакаленнямі і рэалізацыі найважнейшых дзяржаўных ідэалагічных прыярытэтаў у Год гістарычнай памяці.

Выказваю шчырыя спадзяванні, што сфармуляваныя падчас канферэнцыі ідэі, прапановы і рэкамендацыі будуць спрыяць захаванню і прымнажэнню лепшых традыцый беларускай аўдыякультуры. Жадаю ўсім удзельнікам натхнення і плённай працы!

***Дэкан факультэта журналістыкі***
***Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта***
***В. М. Самусевіч***

**Паважаныя калегі, супрацоўнікі Беларускага радыё, выкладчыкі і студэнты факультэта журналістыкі БДУ!**

У складаны час інфармацыйных і гібрыдных войнаў, як ніколі раней, аўдыторыі патрэбны канструктыўныя арыенціры. Журналісты радыё «Культура» ўжо больш за 20 гадоў працуюць менавіта ў гэтым рэчышчы: канал падтрымлівае дыялог вакол значных падзей і выбітных асоб, дэманструе класічныя і сучасныя мастацкія творы, знаёміць з талентамі. Канал аб'ядноўвае неабыякавых грамадзян, сапраўдных патрыётаў Беларусі, якія імкнуцца духоўна развівацца, спрыяе ўсталяванню гістарычнай справядлівасці.

Усё тое, што складае штодзённую дзейнасць рэдакцыі радыёканала «Культура» – актуалізацыя вечных каштоўнасцей, выхаванне павагі да Радзімы, папулярызацыя нацыянальных традыцый – набывае найвялікшае значэнне для падтрымкі суверэнітэту краіны і кансалідацыі беларускага грамадства. Даволі сімвалічна, что рэдакцыя святкуе юбілей ў год, абвешчаны на рэспубліканскім узроўні Годам гістарычнай памяці, паколькі ўнёсак «Культуры» ў яе фарміраванне складана пераацаніць.

Сёння ў межах навукова-практычнай канферэнцыі практыкі Беларускага радыё разам з даследчыкамі факультэта журналістыкі падсумуюць вынікі 20-гадовай эвалюцыі радыёканала, а таксама абмяркуюць перспектывы нацыянальнай аўдыякультуры ў кантэксце цывілізацыйных выклікаў. Мяркую, што падобныя форумы дапамагаюць творчаму пошуку беларускіх журналістаў і медыяменеджараў, звяртаюць увагу на важныя творчыя здабыткі і магчымасці для пераўтварэнняў. Да таго ж, абмеркаванне спецыфікі медыйнай рэпрэзентацыі культурнай спадчыны дазваляе дадаткова зрабіць акцэнт на істотных дзяржаўных інфармацыйных прыярытэтах сучаснасці і падключыць да дыскусіі моладзь.

Варта адзначыць, што сумесныя ініцыятывы факультэта журналістыкі і Белтэлерадыёкампаніі з'яўляюцца пастаянна, чаму спрыяе актыўная праца філіяла кафедры тэлебачання і радыёвяшчання. Праводзіцца маніторынг эфіру, арганізуюцца творчыя сустрэчы і конкурсы для маладых аўтараў, сумесна праектуецца вучэбная дакументацыя і студэнцкі кантэнт.

Жадаю ўсім удзельнікам канферэнцыі цікавых суразмоўцаў, натхнення і новых дасягненняў.

***Старшыня Белтэлерадыёкампаніі***
***І.М. Эйсмант***

**Шаноўныя ўдзельнікі канферэнцыі!**

Тэхналагічныя пераўтварэнні ў інфармацыйна-камунікацыйных сістэмах, звязаныя з мабільнай сувяззю і доступам да інтэрнэту, у цяперашні час вызначаюць шляхі развіцця сучасных сродкаў масавай інфармацыі. Важнымі аспектамі пры гэтым з'яўляюцца лічбавізацыя традыцыйных СМІ, іх канвергенцыя і глабалізацыя. Дадзеныя працэсы, з аднаго боку, станоўча ўплываюць на развіццё СМІ ў рэчышчы актуальных сусветных тэхналагічных тэндэнцый, з другога боку, уяўляюць небяспеку для самаідэнтыфікацыі беларускага народа.

Перад медыяструктурамі Беларусі стаіць задача па ўмацаванні пазіцый у працэсе інфармацыйнага ўздзеяння на аўдыторыю. Асаблівае месца пры гэтым адводзіцца дзейнасці спецыялізаваных СМІ культуралагічнай скіраванасці, здольных захаваць і прымножыць культурна-гістарычную спадчыну беларускай дзяржавы. Менавіта такімі задачамі кіруецца ў сваёй творчай дзейнасці канал «Культура» Беларускага радыё.

Перадачы канала скіраваны на папулярызацыю традыцыйных нацыянальных каштоўнасцяў у кантэксце аўдыяльнай медыяпрасторы Беларусі. Для гэтага задзейнічаны шырокі патэнцыял сучасных сродкаў узаемадзеяння з аўдыторыяй, выкарыстоўваюцца найноўшыя сродкі камунікацыі са слухачамі.

Сёння кожны можа не проста праслухаць інтэрв'ю або нейкі мастацкі твор, гутарку журналіста з субяседнікам, але і пакінуць каментарый да пачутага або задаць пытанне, якое датычыцца да тэмы і, такім чынам, паўплываць на далейшы ход размовы. Звы-

чайны слухач з'яўляецца актыўным удзельнікам культурнага працэсу ў медыяпрасторы і нават мае магчымасць уплываць на яго развіццё. Гэта стварыла падмурак для з'яўлення новага віду культуры, які навукоўцы назвалі медыякультурай.

Менавіта медыякультура ўсё больш уплывае на грамадскую свядомасць, забяспечвае людзей культурнымі кантактамі, унікальнымі магчымасцямі для творчага развіцця, з'яўляецца важнай крыніцай распаўсюджвання культурна-гістарычнай спадчыны.

За два дзесяцігоддзі канал «Культура» ператварыўся ў самастойную культурную з'яву, стаў заўважным сродкам пашырэння нацыянальных духоўных сімвалаў сучаснай Беларусі. Канал паспяхова прысвойвае асаблівае аўдыяльнае значэнне культурным традыцыям беларусаў, распаўсюджвае іх у медыяландшафце не толькі нашай краіны, але і па ўсім свеце. Гэта асабліва важна ва ўмовах глабалізацыі, калі так неабходна клапаціцца пра сацыякультурную будучыню Беларусі і яе нацыянальную ідэнтычнасць.

Такім бачыцца глыбінны сэнс унікальнай стваральнай працы творчага калектыву адзінага ў нашай краіне спецыялізаванага радыё, назва якому лаканічная, аднак вельмі змястоўная – канал «Культура».

***Генеральны прадзюсар***
***Беларускага радыё***
***А. Б. Васюкевіч***

**Шаноўныя ўдзельнікі канферэнцыі, калегі!**

Сённяшні навуковы форум, прысвечаны 20-годдзю канала «Культура», можна назваць унікальным, паколькі дзякуючы матэрыялам, якія напісаны даследчыкамі, журналістамі-практыкамі, студэнтамі, робіцца ўнёсак у захаванне гісторыі, найменняў знакавых праектаў, а таксама імён супрацоўнікаў спецыялізаванай радыёхвалі Беларусі, якія ўклалі творчую энергію і прафесійныя навыкі ў развіццё айчыннай журналістыкі і нацыянальнага мастацтва.

За гады вяшчання канал «Культура» стаў не толькі рэтранслятарам існуючых узораў нематэрыяльнай спадчыны, але і месцам стварэння мастацтва, бо на спецыялізаваным радыё працуюць та-

ленавітыя, творчыя, апантаныя асобы – паэты, кампазітары, рэжысёры, акцёры. «Культура» прываблівае аматараў вечных каштоўнасцяў, якія спавядае канал, і сучасных падзей беларускай і сусветнай культуры. Менавіта такі кантэнт дорыць непадробныя эмоцыі, развівае чалавечую фантазію, узбагачае ўнутраны свет слухача, незалежна ад яго ўзросту.

Нягледзячы на шырокія магчымасці сучаснага інфармацыйнага ўздзеяння, вялікую колькасць тэлеканалаў і радыёстанцый, запатрабаванасць інтэрнэту, канал «Культура» застаецца сапраўднай крыніцай натхнення для творцаў і аматараў культурных здабыткаў. За два дзесяцігоддзі значна пашырыліся прэзентацыйныя магчымасці «Культуры» ў сучаснай медыяпрасторы краіны. Канал прысутнічае ў традыцыйным аўдыяльным рэчышчы, прапануе відэазапісы, а таксама ўзаемадзейнічае са сваімі прыхільнікамі праз друкаванае слова.

Спадзяюся, абмеркаванні напрацовак і здабыткаў спецыялізаванага радыё намецяць шляхі ўдасканалення яго далейшай работы, функцыянавання айчыннай і міжнароднай радыёжурналістыкі, пасадзейнічаюць абмену вопытам і прыцягненню новых творчых асоб, у тым ліку выпускнікоў журфака БДУ, да супрацы з «Культурай». Маю надзею, што гэта канферэнцыя набудзе пастаянную аснову, паслужыць больш дэталёваму даследаванню гісторыі і сучаснасці канала «Культура», усяго Беларускага радыё, а таксама аўдыяльных СМІ краіны і свету.

Жадаю арганізатарам і ўдзельнікам Рэспубліканскага круглага стала «Сучасная беларуская аўдыякультура ва ўмовах цывілізацыйных выклікаў» натхнення, удалай працы і творчых дасягненняў на карысць развіцця радыёвяшчання!

***Дырэктар радыёканала «Культура»***
***У. А. Трапянок***

# РАЗДЗЕЛ 1.
# РАДЫЁКАНАЛ «КУЛЬТУРА» – 20 ГАДОЎ: НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ ТРАДЫЦЫІ, ГІСТАРЫЧНАЯ ПАМЯЦЬ, АГУЛЬНАЧАЛАВЕЧЫЯ КАШТОЎНАСЦІ

# ДАПРАФЕСІЙНАЯ ПАДРЫХТОЎКА Ў СІСТЭМЕ МЕДЫЯАДУКАЦЫІ НА ПРЫКЛАДЗЕ СУМЕСНЫХ ПРАЕКТАЎ ФАКУЛЬТЭТА ЖУРНАЛІСТЫКІ БДУ І КАНАЛА «КУЛЬТУРА» БЕЛАРУСКАГА РАДЫЁ

**Г. І. Басава, К. А. Сітнік**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

На мяжы XX–XXI стагоддзяў назіраецца пераход да прэфігуратыўнай (дыялогавай) цывілізацыі [2, с. 360]. У якасці яе характэрных асаблівасцей вылучаецца прызнанне дзіцяці паўнапраўнай і значымай асобай у грамадстве. У рэалізацыі міжпакаленчага дыялогу дапамагаюць сродкі масавай інфармацыі, якія ствараюцца дзецьмі, падлеткамі сумесна з дарослымі [3, с. 4–5]. Уключэнне навучэнцаў у медыяпрастору ў пазіцыі яе стваральнікаў ці сустваральнікаў дае ім магчымасці для праяўлення творчай ініцыятывы, садзейнічае каштоўнасна-сэнсаваму самавызначэнню і самарэалізацыі. Сёння медыя – комплексны сродак засваення чалавекам акаляючага свету (у яго сацыяльных, маральных, псіхалагічных, мастацкіх, інтэлектуальных аспектах). Для таго, каб чалавек свабодна арыентаваўся ў інфармацыйным патоку, яму неабходна мець навыкі ўспрымання інфармацыі. Гэта можа забяспечыць медыяадукацыя – вядучы напрамак педагогікі XXI стагоддзя.

Факультэт журналістыкі БДУ праводзіць мэтанакіраваную падрыхтоўку навучэнцаў школ, гімназій, ліцэяў, шукае і знаходзіць новыя эфектыўныя метады работы з імі. Дзейнасць факультэта накіравана на выяўленне творчых якасцей асобы, прабуджэнне і замацаванне цікавасці да прафесіі журналіста. У апошні час уведзена практыка ўзаемадзеяння студэнтаў-цьютараў і навучэнцаў-абітурыентаў у Школе маладога журналіста, у сацыяльных сетках, дзе створаны чаты і старонкі для хуткага ўзаемадзеяння і дапамогі абітурыентам. Вопыт сумеснай працы студэнтаў і навучэнцаў дазваляе абітурыентам вызначыцца ў правільнасці выбару будучай прафесіі, далучыцца да жыцця факультэта. Пры гэтым задача цьютараў заключаецца не толькі ў тым, каб запрашаць паступаць менавіта да нас і з гэтай мэтай трымаць пастаянную сувязь з абітурыентамі, ар-

ганізоўваць розныя мерапрыемствы, але і прыцягваць ускосна, праз удзел школьнікаў у факультэцкім жыцці. Як паказвае практыка, менавіта слухачы Школы маладога журналіста ствараюць канкурэнцыю абітурыентам без спецыяльнай падрыхтоўкі і больш гатовыя да прафесійнай дзейнасці.

Неабходнасць запрашаць навучэнцаў школ, гімназій, ліцэяў да ўдзелу ў медыяасветніцкіх праектах выклікана не толькі тым, што гэта ўнікальная магчымасць для дапрафесійнай падрыхтоўкі будучых спецыялістаў у сферы медыя, але таксама і тым, што сама медыяадукацыя знаходзіцца на мяжы інфармацыйнай і адукацыйнай палітыкі. Таму, напрыклад, радыё «Культура» ў пытаннях медыяасветы не абмяжоўваецца працай толькі штатных супрацоўнікаў. У рамках Школы маладога журналіста абітурыенты факультэта журналістыкі БДУ супрацоўнічаюць з куратарамі ад радыё і студэнтамі-цьютарамі на базе праграмы «ДНК» і рыхтуюць уласныя праграмы для эфіраў. Адзін з напрамкаў праекта – «На хвалі з абітурыентам», які дае магчымасць праявіць сябе ў розных жанрах радыёжурналістыкі. Адным падабаецца самастойна пісаць увесь тэкст для рубрыкі, іншыя хочуць яшчэ да пачатку вучобы на журфаку вучыцца працаваць непасрэдна з аўдыторыяй і спрабуюць браць каментары, каб пасля зманціраваць усё разам у тэматычны выпуск, і такім чынам адразу выпрацоўваць і ўменне браць інтэрв'ю, і развіваць навык працы з прафесійнымі камп'ютарнымі праграмамі. Так, напрыклад, Лізавета Крылова першую сваю праграму прысвяціла навагоднім мелодыям з мультфільмаў: спецыяльна выбірала самыя знакамітыя і запамінальныя трэкі, да кожнага з якіх рыхтавала невялікі каментар, пасля агучыла свой жа тэкст у студыі і зманціравала яго з песнямі ў праграму. Валерыя Голубева абрала іншы шлях у раскрыцці святочнай тэмы: яна апытала сваіх знаёмых пра падрыхтоўку падарункаў сваім сябрам, а пасля аб'яднала ўсе водгукі ў адну перадачу.

Як бачым, падобныя праекты садзейнічаюць знаёмству моладзі з сучаснымі медыя, спрыяюць павышэнню ўзроўню яе медыяадукаванасці, рыхтуюць будучых студэнтаў факультэта журналістыкі да прафесійнай дзейнасці яшчэ да паступлення, развіваюць іх творчы патэнцыял і пашыраюць жанравую разнастайнасць праграм праекта «ДНК».

«На хвалі з абітурыентам» – не адзіны праект радыё «Культура», у межах якога праводзіцца актыўная медыяасветніцкая дзейнасць з падрастаючым пакаленнем. Сумесна з дзіцяча-падлеткавым інтэлектуальным часопісам «Бярозка» штомесяц ладзіцца праграма «Чытацкі клуб», у якой у фармаце жывога абмеркавання школьнікі абмяркоўваюць творы беларускай і сусветнай літаратуры. На такія сустрэчы таксама запрашаюцца аўтары ці перакладчыкі тых ці іншых выданняў, што спрыяе наладжванню кантакту паміж аўтарамі і чытачамі. Дзякуючы гэтай праграме ў навучэнцаў ёсць магчымасць выказаць сваё меркаванне па розных пытаннях, што ўзнікаюць падчас абмеркавання прачытанага, павысіць узровень чытацкай культуры. Праект спрыяе заахвочванню моладзі да чытання і разважання над добрай, якаснай літаратурай. Усё гэта садзейнічае развіццю падлеткаў як творчых асоб, якія ўмеюць разважаць над прачытаным, глыбока аналізаваць літаратурныя творы, але дзякуючы спецыфічнаму фармату пераход на новы, дарослы ўзровень успрыняцця не адштурхоўвае юных чытачоў ад кніг, бо абмеркаванне ідзе ў роўным па ўзросце і інтарэсах асяроддзі.

Дапрафесійная медыяадукацыя будучых спецыялістаў з'яўляецца важным напрамкам, паколькі асновы неабходна закладваць яшчэ да паступлення [1, с. 7]. Гэтаму садзейнічае развіццё і стварэнне нацыянальных медыяпраектаў для дзіцячай аўдыторыі, скіраваных на сістэмнае фарміраванне ў падрастаючага пакалення беларусаў традыцыйных каштоўнасцей, яго далучэнне да культурнай спадчыны Беларусі. У сувязі з гэтым узнікае неабходнасць павышэння нацыянальнага статусу сацыяльна значымага медыякантэнту для дзяцей, які задавальняе іх інфармацыйныя запыты, з аднаго боку, і які адказвае запатрабаванням беларускага грамадства і дзяржавы ў захаванні айчыннай сістэмы выхавання і асветы, пераемнасці ў духоўным развіцці асобы, культурнай цэласнасці нацыі – з другога.

## Бібліяграфічныя спасылкі

1. Бесова, Е. С., Минбалеев, А. В. Допрофессиональное медиаобразование и журналистика / Е. С. Бесова, А. В. Минбалеев // Медиаобразование. – 2008. – № 4. – С. 4–13.

2. Мид, Маргарет. Культура и мир детства: избранные произведения / М. Мид. – Москва: Наука, 1988. – 429 с.

3. Косолапова, Д. И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.01.10 / Д. И. Косолапова. – Екатеринбург, 2015. – 23 с.

## РАДИОКАНАЛ «КУЛЬТУРА» В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА БЕЛАРУСИ

**В. Г. Булацкий**
*Белорусский государственный университет*

Техника и рынок предопределили особенности функционирования культуры в современном обществе. Благодаря технике высокие ценности стали доступны для современного человека. Однако включение культуры в современные рыночные отношения, ориентация исключительно на коммерческий успех приводит к обесцениванию традиционных ценностей, накопленных человечеством.

В конце прошлого века децентрализация телерадиовещания в Беларуси привела к появлению в стране коммерческих телекомпаний и радиостанций. Оставаясь институтом формирования мировоззренческих взглядов, коммерческие аудиовизуальные СМИ отказались от своих просветительских функций в ущерб высшим интересам общества. И их дальнейшее развитие уже проходит без учета ценностных ориентиров, моральных и этических кодексов отечественной культуры.

Ориентация коммерческих СМИ исключительно на рейтинг и финансовый успех изменила цели и задачи этой модели радиовещания, сместив акценты в сторону развлекательности. Новые вещательные стратегии разрабатывались без учета такого важного фактора, как содержание передач. Упрощение стало общепринятым явлением. В эфире стали преобладать легкие для восприятия формы и жанры, которые не требуют ни интеллектуальных усилий, ни душевных затрат. Поэтому растет число радиослушателей жаждущих развлекательности. Молодежь, да и во многом люди среднего поколения попали в ситуацию разрыва с ценностями предшествующих

поколений. Ситуация духовного кризиса общества стала угрожать национальным интересам государства и требовала действий. Это хорошо понимали работники белорусского государственного радиовещания. Именно исходя из сложившейся ситуации в радийном эфире и обществе, остро ощущая надвигающуюся нравственную катастрофу, тогдашнее руководство Белтелерадиокомпании в начале 2000-х принимает решение о создании специализированного культурно-просветительского государственного радиоканала «Культура».

Первым директором и фактически организатором нового радио стала Екатерина Ивановна Агеева, дочь известного в БССР журналиста, многолетнего руководителя Главной редакции экономики сельского хозяйства Белорусского радио Ивана Миновича Агеева. Е. И. Агеева продолжила дело отца, работала на Белорусском радио. Именно ей принадлежит идея и инициатива создания специализированного культурно-просветительского радиоканала.

Надо сказать, что Белорусское радио имеет глубокие традиции в художественном вещании. Музыкальные, литературно-драматические, программы для детей, для молодежи составляли большой объем оригинального вещания. Они создавались на высоком профессиональном и художественном уровне, опираясь на традиции, заложенные мастерами радийщиками предшествующих поколений. Об этом свидетельствуют многочисленные победы в различных международных и всесоюзных профессиональных конкурсах. Имена радиорежиссеров Г. Лаптинского, И. Андреевой, В. Анисенко, Г. Ляшевича, С. Гурич и других, создавших многочисленные радиоспектакли, радиопостановки, радиокомпозиции хорошо известны слушателям старшего поколения. Для участия в таких программах привлекались ведущие артисты белорусских театров и кино. Оригинальную музыку к этим радиопроизведениям писали композиторы, имена которых составляют золотой фонд белорусской музыкальной культуры. Публицистические передачи, подготовленные работниками Главной редакции литературно-драматического вещания, в число которых входили известные журналисты, писатели, поэты (например, В. Мысливец, К. Камейша, автор государственного гимна Республики Беларусь В. Каризно и другие) имели неизменный успех у слушателей.

Именно эти традиции и опыт художественного вещания Белорусского радио легли в основу концепции вещания нового специализированного канала. Е. Агеевой удалось создать коллектив единомышленников: радиожурналистов, звукорежиссеров, звукооператоров, ведущих, разделявших ценности и взгляды руководителя. Кроме того, вокруг дирекции канала постепенно сформировался круг внештатных авторов, активно помогавший созданию современного контента.

С появлением радиоканала «Культура» в стране стало восстанавливаться и развиваться вещание, опирающееся на просветительство как ценностно-ориентированный механизм распространения духовного наследия и воспитания человека. Поэтому его отличительной особенностью является формирование и развитие духовно-нравственного мировоззрения аудитории и апелляция к нему в процессе радиокоммуникации.

Общественная значимость радиоканала ставит перед ним вполне определенные задачи – создание информационно-культурного пространства; формирование ценностных ориентиров в обществе; повышение общего уровня культуры людей; сохранение самобытности белорусской культуры в условиях глобализации СМИ.

Один из уроков нашей истории заключается в том, что успешная модернизация общества возможна только путем просвещения, основанного на глубоком понимании системы ценностей и специфики культурных традиций. И радиоканал «Культура» – одно из немногих средств массовой информации, которое оберегает достижения предшественников и пытается найти свое понимание духовного развития современного общества.

# РОЛЯ ЛІТАРАТУРНА-МАСТАЦКАГА СЕГМЕНТА РАДЫЁКАНАЛА «КУЛЬТУРА» Ў ВЫХАВАННІ КУЛЬТУРНАЙ АСОБЫ І РАЗВІЦЦІ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ КУЛЬТУРЫ

**Н. Я. Гальпяровіч,**
*канал «Культура» Беларускага радыё*

За ўсю сваю багатую гісторыю мастацкае роднае слова было заўсёды візітоўкай айчыннага радыё, на яго хвалях гучалі галасы класікаў Янкі Купалы і Якуба Коласа, слухачы знаёміліся з лепшымі творамі беларускіх аўтараў, гучалі радыёпастаноўкі і кампазіцыі па іх вершах і апавяданнях, ставіліся радыёспектаклі. Нашы дыктары і артысты заўсёды былі эталонам выканальніцкага майстэрства, правільнага гучання беларускага слова. Сваё майстэрства на радыё адточвалі многія выдатныя майстры сцэны. Але самае галоўнае – з эфіру слухачы атрымлівалі сапраўдныя ўрокі высокага патрыятызму, любові да сваёй Бацькаўшчыны, роднай культуры, мастацкага слова. Сёння таксама шмат цікавага, адметнага, карыснага можна пачуць на ўсіх каналах нашага радыё. Па-ранейшаму госці нашых студый – выдатныя аўтарытэтныя людзі краіны, шмат увагі ўдзяляецца адлюстраванню нашай духоўнай спадчыны.

Спецыялізаваны канал «Культура» з першых дзён свайго існавання адным са сваіх прыярытэтаў вызначыў літаратурна-мастацкае вяшчанне. У агульным аб'ёме яно на сённяшні дзень складае амаль чвэрць ад усяго эфірнага часу канала, спрыяе не толькі знаёмству нашых слухачоў са скарбамі айчыннай культуры, творчасцю нашых сучаснікаў, а, што галоўнае, выхоўвае пачуццё гонару і павагі да духоўных здабыткаў народа.

Літаратура сёння – гэта неад'емная частка жыцця чалавека, адлюстраванне ўсіх зрухаў грамадскага жыцця. Таму ў сваёй дзейнасці мы кіруемся не толькі магчымасцю знаёміць слухачоў з літаратурнымі творамі айчынных і замежных майстроў слова, а максімальна звязваць гэта з сённяшняй грамадска-палітычнай сітуацыяй, з праблемамі, якія стаяць у сцвярджэнні высокіх гуманістычных ідэалаў, выхаванні любові да сваёй Радзімы, да гісторыі свайго народа. Гэта-

му служаць радыёспектаклі, чытанні ў прамым эфіры літаратурных твораў, гутаркі і інтэрв'ю з пісьменнікамі, рэпартажы аб кніжных прэзентацыях і сустрэчах творцаў з чытачамі.

Прыхільную ўвагу ў слухачоў заваявалі праекты «Літаратурная анталогія», «Радыёбібліятэка», «Радыётэатр плюс». Яны мелі магчымасць пазнаёміцца з творамі Кузьмы Чорнага, Івана Мележа, Івана Шамякіна, Васіля Быкава, Уладзіміра Караткевіча ў выкананні вядомых беларускіх артыстаў. Не засталіся па-за ўвагай творы сучасных майстроў пяра Людмілы Рублеўскай, Георгія Марчука, Ганада Чарказяна і іншых.

У праеце «Прачулым радком» штотыдзень па выхадных днях гучалі падборкі вершаў як класікаў роднай літаратуры Янкі Купалы, Якуба Коласа, Максіма Багдановіча, Змітрака Бядулі, так і творы паэтаў пазнейшых пакаленняў – Уладзіміра Дубоўкі, Петруся Броўкі, Пятра Глебкі, Юлія Таўбіна, Сяргея Грахоўскага, Аляксея Пысіна, Пімена Панчанкі, Аркадзя Куляшова ды нашых сучаснікаў Алеся Разанава, Міколы Мятліцкага, Генадзя Пашкова, Леаніда Дранько-Майсюка. Усяго за мінулы вяшчальны сезон прагучала звыш пяцідзесяці такіх падборак.

Пра новыя кнігі, якія выходзяць у беларускіх выдавецтвах, расказвае праект «Кнігарня». У рамках гэтага праекта гучаць інтэрв'ю з выдаўцамі, аўтарамі, чытачамі.

Беларускія пісьменнікі нярэдкія госці праекта «Дыялогі пра культуру». Пра свае творчыя планы, пра ролю літаратуры ў грамадскім жыцці разважалі перад мікрафонам Алесь Бадак, Віктар Шніп, Міхась Пазнякоў, Алена Стэльмах, Уладзімір Сцяпан, Уладзімір Навумовіч, Анатоль Бутэвіч.

Па нядзелях і серадах штотыдзень на хвалях канала «Культура» гучыць радыёверсія тэлеперадачы «Суразмоўцы», героі якой у пераважнай большасці беларускія літаратары.

«Літаратура, як вядома, – важнейшая ўмова гуманітарнай адукацыі, эстэтычнага выхавання, развіцця творчага мастацкага мыслення», – заўважыў літаратурны крытык Міхась Тычына. Разумеючы гэта, супрацоўнікі канала «Культура» ў сваёй дзейнасці аддаюць перавагу літаратурным перадачам, якія нясуць дзяржаўна-патрыятычныя, нацыянальныя, агульна-чалавечыя, маральна-духоўныя ідэі. Закладзеныя ў нацыянальнай класічнай літаратуры і творчасці

нашых сучаснікаў, яны спрыяюць фарміраванню грамадзянска-патрыятычнага светапогляду нашых слухачоў, духоўна-маральнаму адзінству і кансалідацыі беларускага народа.

## СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ INSTAGRAM-АККАУНТОВ РАДИОСТАНЦИЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ РАДИОКАНАЛА «КУЛЬТУРА»)

**А. А. Градюшко**
*Белорусский государственный университет*

В современной цифровой среде уже не первый год отмечается глобальное снижение доверия к СМИ и рост потребления контента через социальные сети. В 2021 г. в ландшафте социальных медиа произошли значимые перемены. Если раньше лидирующие позиции занимала большая тройка: «ВКонтакте», Instagram и Facebook, то сейчас ситуация изменилась. Самыми популярными платформами стали Instagram, Telegram и TikTok. Значительный опыт в освоении интернет-пространства накопили и аудиовизуальные традиционные СМИ, для которых канал и сайт уже не являются основной площадкой.

В работах ученых, исследующих новые цифровые экосистемы, отмечается, что «редакции приходится собирать аудиторию «по крупицам» на всех возможных площадках социальных медиа. Журналистский контент в социальных медиа вынужден конкурировать не столько с публикациями других изданий, сколько с развлекательным контентом» [1, с. 98]. Разумеется, каждая площадка имеет свою специфику. Онлайн-опрос белорусской аудитории, в котором приняли участие 237 респондентов в возрасте от 14 до 30 лет, показал, что в 2021 г. молодежь чаще всего использует соцсеть Instagram (63,7 %). На втором месте по частоте обращения находится «ВКонтакте» (56,1 %), третье место занял TikTok (13,5 %) [2, с. 178].

Согласно полученным данным, самый большой рост в сегменте социальных медиа показывают платформы, ориентированные на визуальный контент. Пользователи «ВКонтакте» просто заходят почитать личные сообщения и затем переключаются на другие площадки,

обладающие более современным функционалом. Наибольшее вовлечение сегодня отмечается в TikTok. В 2021 г. сайт google.com был свергнут с пьедестала самого посещаемого интернет-ресурса в мире молодым «падаваном» TikTok [3]. Это говорит о фундаментальных переменах, которые приводят к тому, что в интернете информационная составляющая все больше уступает развлекательной.

Становится очевидным, что в борьбе за внимание аудитории все больше СМИ начали обращаться к визуальным платформам, среди которых одно из ведущих мест занимает Instagram. Первоначально этот сервис воспринимался исключительно как цифровой фотоальбом, а сегодня он представляет собой глобальную цифровую платформу для публикации фото, видео, историй (Stories), ведения прямых трансляций и др. с ежемесячной аудиторией более 1,3 млрд человек. С точки зрения функционала Instagram уже превосходит многие социальные сети.

Задача представленного исследования – ответ на вопрос, насколько эффективно канал «Культура» Белорусского радио ведет свой аккаунт в Instagram. Медиабренд представлен на нескольких платформах (радиоканал, сайт, аккаунты в Facebook, «ВКонтакте», Instagram, YouTube). Первый пост в Instagram-аккаунте @radiokultura появился 13 июня 2017 г. В нем редакция пообещала знакомить подписчиков с жизнью канала и закулисьем эфира. За все время работы аккаунта в нем было размещено 227 публикаций. В настоящее время на канал подписано 950 человек.

Рассмотрим контент-стратегии радиоканала «Культура». Посты в основной ленте публикуются 1–2 раза в неделю. В основном это одиночные фотографии, а также их серии. Видеоконтент публикуется редко. Радиоканал чаще всего использует Instagram как площадку для анонсирования своих эфирных программ, размещает фото студии прямого эфира, рассказывает о гостях программы «Дыялогі пра культуру», публикует фото журналистов и режиссеров на рабочих местах. Что касается такого популярного формата, как Stories, то он используется далеко не каждый день. Просмотр Stories – самый распространенный вид активности аудитории в Instagram, но историй в аккаунте радиоканала «Культура» откровенно мало.

В данном исследовании в качестве аналитического инструмента был использован сервис аналитики контента сообществ социальных

сетей Popsters, который предоставляет сведения не только о количестве подписчиков и записей, но и об активности аудитории (лайки, комментарии), а также позволяет выявить показатель ERday, или уровень вовлеченности (соотношение между числом подписчиков и общим количеством реакций в сутки). Временные рамки исследования: 01.01.2021 – 31.12.2021. Подробнее см. таблицу.

Таблица

Вовлеченность аудитории Instagram-аккаунта
«Радыё «Культура» @radiokultura
(период исследования: 01.01.2021–31.12.2021)

| **Количество подписчиков** | **Количество записей** | **Всего лайков** | **Всего комментариев** | **ERday, %** | **Лайков в среднем** | **Комментариев в среднем** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 951 | 78 | 2032 | 144 | 0,63 | 26 | 2 |

Исследование показало, что наибольшее число комментариев (44) набрал конкурс от 19.08.2021 г., в котором разыгрывались два билета на фестиваль водных фонариков. Для участия в нем надо было быть подписчиком канала и отметить в комментарии друга. Также много комментариев собрал пост, в котором разыгрывались два входных билета в Национальный художественный музей Республики Беларусь. Немаловажно, что редакция время от времени обращается к аудитории с вопросами «Какую музыку вы хотели бы чаще слышать на волнах нашего канала?», «Какую программу мы готовим на этом фото к эфиру?» и др., тем самым стимулируя ее к обратной реакции.

Наибольшее количество лайков (67) собрал пост от 15.09.2021 с фотографией Якуба Коласа и Янки Купалы на книжной полке и подписью «Давно не показывали вам закулисную жизнь канала «Культура». Исправляемся! Посмотрите, в какой компании работает наша служба информации. Классики следят за дисциплиной». Также много лайков получил пост с фото звукового архива, где на магнитных лентах хранятся голоса знаменитостей, концерты академической и эстрадной музыки, спектакли, литературная классика.

Нами установлено, что в 2021 г. в Instagram-аккаунте @radiokultura было размещено 78 записей, в среднем каждая из них собрала 26 лайков и 2 комментария. Суммарный среднесуточный уровень вовлеченности у всех опубликованных в аккаунте записей составил 0,63 %. В целом это не очень высокие показатели. В этом контексте мы согласны с мнением российских ученых, которые считают, что Instagram остается «наиболее сложной и непривычной средой для радио» [4, с. 58]. На этой платформе наиболее востребованы материалы, которые содержат развлекательный и авторский контент. В цифровой среде особенно заметно, что «представляемое сообщение направлено как на то, чтобы проинформировать, так и на то, чтобы выйти с предполагаемым читателем (потребителем, зрителем) на диалог» [5, с. 220]. В целом же вовлечение аудитории можно назвать одним их важных показателей эффективности аудиовизуальных СМИ в цифровой среде [6, с. 12].

В ситуации все более узкой сегментации аудитории работу радиоканала «Культура» в Instagram пока можно охарактеризовать как экспериментальную. Если говорить о стратегиях работы СМИ на данной площадке, то их можно выделить два типоформирующих признака. Наиболее успешна стратегия, предполагающая максимально возможное использование всех ресурсов Instagram и форматов Stories. В историях, которые «живут» 24 часа, можно размещать фото с титрами, задавать аудитории вопросы, размещать «ползунки» и др. Структура Stories обычно включает в себя картинку, яркую интригующую подпись и ссылку. Важно взаимодействовать с пользователями всеми возможными способами. Размещать Stories необходимо ежедневно.

Характерными примерами этой стратегии являются аккаунты «Радио «Комсомольская правда» @radio.kp и «Громадське радіо» @hromadske_radio. Посты как в основной ленте, так и Stories содержат фото с коротким наложенным на них текстом, который емко сообщает, какую новость иллюстрирует снимок. Такие посты хорошо выделяются в ленте. Популярен также формат карточек. Эти радиостанции создают контент специально для своих социальных площадок. Кроме того, редакции этих СМИ всячески стремятся наладить интерактивное взаимодействие с подписчиками. Становится очевидным, что вторая стратегия, когда радио рассматривает свой

аккаунт в Instagram исключительно как цифровой фотоальбом, является недостаточно эффективной.

На основе проведенного нами исследования можно сделать вывод, что канал «Культура» Белорусского радио стремится адаптироваться к реалиям новой цифровой среды, а его Instagram-аккаунт @radiokultura может рассматриваться как экспериментальная площадка для дистрибуции контента, привлечения внимания к бренду, знакомства с выпусками передач. В то же время редакции важно сопоставлять данные об отклике аудитории и форме подачи сообщений, на основе которых делать выводы о востребованности разных форматов контента. Для продвижения аккаунта важен приток в редакцию молодых сил, необходимы финансовые, организационные и творческие ресурсы. В условиях глобального снижения доверия к СМИ и роста потребления информации через социальные сети приходится констатировать, что в Instagram информационная составляющая все больше уступает развлекательной, что безусловно, требует поиска новых подходов к привлечению аудитории.

**Библиографические ссылки**

1. Бейненсон, В. А. Соцсеть TikTok как экспериментальная площадка для дистрибуции контента российских медиабрендов / В. А. Бейненсон // Медиа в меняющемся мире: проблемы изучения и преподавания: сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф. кафедры журналистики ННГУ им. Н. И. Лобачевского. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2021. – С. 98–104.

2. Касперович-Рынкевич О. Н., Морозова А. А. Медиапотребление белорусской и российской молодежи в 2021 г.: сравнительный анализ / О. Н. Касперович-Рынкевич, А. А. Морозова // Журналістыка – 2021: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 23-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 100-годдзю Беларус. дзярж. ун-та, Мінск, 11 лістап. 2021 г. / Беларус. дзярж. унт ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2021. – С. 176–181.

3. Tomé J, Cardita S. In 2021, the Internet went for TikTok, space and beyond [Electronic resource]. – Mode of access: https://blog.cloudflare.com/popular-domains-year-in-review-2021/ – Date of access: 10.01.2022.

4. Круглова, Л. А., Болотова, Е. А. Контент радиостанций Business FM, «Вести FM» и «Коммерсантъ FM» в социальных медиа / Л. А. Круглова, Е. А. Болотова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2020. – № 3. – С. 56–78.

5. Саенкова-Мельницкая, Л. П. Белорусская кинокритика XX–XXI вв.: от первых анонсов в печати до гибридных жанров в интернете / Л. П. Саенкова-Мельницкая. – Минск: БГУ, 2020. – 239 с.

6. Кузьмінава, А. Ю. Тэхналогіі стварэння тэлевізійных шоу: дапаможнік+ / А. Ю. Кузьмінава. – Мінск: БДУ, 2021. – 111 с.

## ДЗІЦЯЧАЕ ВЯШЧАННЕ НА «КУЛЬТУРЫ»: ВУЧЫЦЬ, ВЫХОЎВАЦЬ, ЭСТЭТЫЧНА РАЗВІВАЦЬ

**Т. Б. Гулевіч,**
*канал «Культура» Беларускага радыё*

Некалькі пакаленняў беларусаў выраслі на перадачах рэдакцыі дзіцячых і юнацкіх праграм Беларускага радыё, якому ў 2020 годзе споўнілася 95 гадоў. Але зараз не адшукаць у інтэрнэце архівы «Піянерская зоркі», «Рамантыкаў», «Радыёкаруселі», «Цяжкага панядзелка». Падчас рэформы нулявых многае знікла і згубілася. У тым ліку і праграмы для дзяцей і падлеткаў.

Канал «Культура» Беларускага радыё пачаў сваё вяшчанне 1 студзеня 2002 года. У аснову яго канцэпцыі была пакладзена ідэя папулярызацыі нацыянальнай культуры і мастацтва ў кантэксце сусветнага культурнага працэсу. Каб заваяваць слухацкую аудыторыю, штогод, ад сезона да сезона нараджаліся новыя ідэі і праекты.

Аднойчы на адрас канала прыйшоў запыт ад радыёслухачоў: «Чаму ў вас нічога няма для дзяцей?». Ідэя тагачаснаму кіраўніцтву канала падалася слушнай. Так нарадзіўся праект для дзяцей і пра дзяцей *«Мэры Попінс»*. Першы выхад у эфір адбыўся сімвалічна ў Дзень ведаў 1-га верасня 2008 года. Мэтамі новай перадачы сталі: выхаванне ўласнага слухача, фарміраванне светапогляду ў дзяцей і моладзі, інфармаванне пра ўсё, што дапаможа ім раскрыцца як творцам і асобам, а таксама знаёмства з тымі, хто дасягнуў пэўных поспехаў у вучобе, мастацтве, спорце і г.д. Для іх рэалізацыі была

створана адпаведная творчая каманда, у склад якой першапачаткова ўвайшлі журналісткі-матулі. Многія метады і прыёмы тэсціраваліся на ўласных дзецях, асабісты вопыт дапамагаў шукаць агульную мову з юнай аўдыторыяй.

Праграма «Мэры Попінс» выходзіла ў прамым эфіры з панядзелка па пятніцу, з 16.05 да 17.00, і гучала ранкам наступнага дня ў паўторы 10.05–11.00. Выбар часу гучання перадачы быў невыпадковы. Першую і другую змену навучання ў школе ніхто не адмяняў, хацелася даць магчымасць паслухаць радыё пасля ўрокаў ці перад імі. Кожны эфір на працягу тыдня запаўняўся рознымі рубрыкамі. Амаль як расклад заняткаў у школе. Праграма «Мэры Попінс» праіснавала на канале «Культура» паўнацэнных восем гадоў. 1 мая 2017 года адбыўся рэбрэндынг, яна атрымала новую назву «Д.Н.К.» («Дасціпныя. Нястомныя. Кемлівыя»), пад якой выходзіць у эфір і зараз. Але працуе над ёй новы склад журналістаў.

У дадзеным артыкуле разгледзім самыя яркія, на думку аўтара, здабыткі дзіцячага вяшчання на канале «Культура» ў перыяд з 2008-га па 2016 гады і прааналізуем магчымасці выхавання і развіцця асобы сродкамі радыё.

Згодна з Кодэксам аб адукацыі Рэспублікі Беларусь, выхаванне – гэта мэтанакіраваны працэс фарміравання духоўна-маральнай і эмацыянальна каштоўнай сферы асобы. Мяркуецца, што ім у першую чаргу павінны займацца бацькі. Колькі канфліктаў і непаразуменняў паміж дзецьмі і дарослымі ўзнікае штодня на гэтай глебе? А таму кожны панядзелак у межах праграмы «Мэры Попінс» выходзіла ў эфір паўгадзінная інтэрактыўная рубрыка *«Бацьказнаўства»* (2008–2010). Пазбягаць складаных сітуацый і ўспрымаць жыццё ва ўсіх колерах вясёлкі слухачам дапамагала пазаштатны псіхолаг ***Нэлі Ксяневіч.*** Перадача карысталася папулярнасцю. Звяртацца па дапамогу да кваліфікаванага спецыяліста на той час было ўжо не сорамна, а нават модна. Магчыма таму пасля перапынку ў некалькі вяшчальных сезонаў творчая каманда звярнулася да псіхалагічнай тэматыкі зноў. У 2014 годзе гэтую эфірную нішу заняла рубрыка *«Дзецям пра дарослых»*. Рыхтавалася яна з дапамогай дзіцячага псіхолага і шматдзетнай маці ***Наталлі Таран***. Тэматыка сустрэч была шырокая: ад гіперапекі, крыўд, нявыкананых абяцанняў да асабістай прасторы, цацак і кішэнных грошай.

Выхаванне шматгранны працэс. Таму ў межах праграмы «Мэры Попінс» у розныя эфірныя гады выходзіла яшчэ шмат карысных рубрык. Асобна хочацца ўзгадаць «Легенды зямлі беларускай», рыхтавала яе пазаштатны аўтар, прафесійны экскурсавод ***Марына Пархімчык.*** Гістарычныя казкі, агучаныя ёй, можна было з лёгкасцю выкарыстоўваць як факультатыўны занятак да школьнай дысцыпліны «Гісторыя Беларусі».

Важная роля ў выхаваўчым працэсе надаецца эстэтычнаму развіццю асобы. У праграму «Мэры Попінс» далікатна, нязмушана і арганічна ўключаліся высокамастацкія рэчы. Цікавыя аповеды з жыцця мастакоў ад старажытнасці да сучаснасці, тлумачэнне ўсіх вядомых плыняў у выяўленчым мастацтве раз на тыдзень гучалі ў рубрыцы *«Падарожжа ў свет мастацтва».* А ў цыкле *«Музычны куфэрак»* размова ішла пра музычныя інструменты, іх майстроў і тых, хто выдатна імі авалодаў. *«Музычны куфэрак»* вяла настаўніца музыкі ***Карына Калачэўская***. Меў сваіх прыхільнікаў і штотыднёвы паўгадзінны праект *«Ад барока да хард-рока»,* які распавядаў пра кампазітараў, музыкантаў, выканальнікаў і гурты, музычныя плыні мінулага і сучаснага, а таксама народную вакальную і інструментальную музыку як у аўтэнтычным выглядзе, так і ва ўсіх магчымых сучасных апрацоўках.

Асобна хочацца спыніцца на літаратурным складніку праграмы «Мэры Попінс». У прыватнасці, на праекце *«Дзіцячы радыётэатр»,* які нязменна выходзіў у эфір кожную пятніцу. Першапачаткова ў яго межах гучалі радыёпастаноўкі з фондаў Беларускага радыё, якія беражліва захаваліся ў фанатэцы. Дзіцячыя спектаклі рыхтавала рэдакцыя дзіцячых і юнацкіх праграм. На шчасце, адзін з яе рэдактараў ***Таіса Маставая*** яшчэ працавала на радыё і з радасцю пагадзілася дапамагчы. Дарэчы, часам «Дзіцячы радыётэатр» ператвараўся ў сапраўдную хрэстаматыю, бо ў ім гучалі творы са школьнай праграмы. Аднак якімі ўнікальнымі ні былі б фонды, усё мае пачатак і заканчэнне. Праз некалькі гадоў тое, што магло прагучаць, прагучала. А пракручваць адно і тое ж па некалькі разоў не хацелася. Таму было прынята рашэнне ўключыць чытанні літаратурных твораў як класічных, так і сучасных у жывым эфіры ў выкананні артыста ***Аляксандра Аўчынікава.***

Палёгка ў навучанні прысутнічала не толькі па літаратуры. Колькі цяжкасцей і складанасцей выклікае гэты, бадай, асноўны абавя-

зак у дзяцей. Дапагчы і змяніць негатыўнае стаўленне – такую задачу ставіла перад сабой творчая каманда праграмы «Мэры Попінс». З першых дзён існавання ў эфіры гучала рубрыка *«Дзіцячая энды-клапедыя»*. Кожны дзень тыдня ў ёй прысвячаўся пэўнай тэме: мовазнаўству, навуцы і тэхніцы, краязнаўству, прыродазнаўству і г.д. Складаць яе дапамагалі прафесійныя лінгвісты, арнітолагі, батанікі, сіноптыкі, гісторыкі, музейныя супрацоўнікі і іншыя спецыялісты, якія заўсёды ішлі на кантакт, пагаджаліся на інтэрв'ю, асабліва калі ведалі, што робяць гэта для дзяцей. Форма падачы інфармацыі была простай, даступнай і займальнай.

Паказаць, што разумныя і кемлівыя дзеці-вундэркінды не заслугоўваюць мянушкі «батанікі», прадэманстраваць, што вучыцца добра – крута, а мець навуковыя цікавасці – модна, і заахвоціць пашыраць уласнае кола ведаў была заклікана рубрыка *«IQ-фактар»*. Яе героямі станавіліся ўдзельнікі розных вучэбных алімпіяд, інтэлектуальных конкурсаў, навукова-практычных канферэнцый, медалісты школ, гімназій і ліцэяў.

Вучоба вучобай, але не менш важна правільна і з карысцю арганізаваць свой вольны час. Пра гэта кожны тыдзень ішла размова з дзецьмі ў *«Гасцёўні Мэры Попінс»*. Дэфіцыту жадаючых патрапіць сюды ніколі не было. Нагодай станавіліся канцэрты, прэм'еры, выставы, літаратурныя вечарыны, дэбюты і дасягненні юных вакалістаў, танцораў, тэатралаў, мастакоў, спартсменаў, усіх, хто акрамя вучобы меў захапленне ў жыцці. Было наладжана плённае супрацоўніцтва з Цэнтрамі дадатковай адукацыі дзяцей і моладзі, прычым не толькі сталічнымі, але і з рэгіянальнымі. Калі ж магчымасці прыехаць у Мінск на эфір не было, у камандзіроўку адпраўляўся карэспандэнт, а па выніках гучала творчая справаздача пад назвай *«Дэсант на парасоне»*.

Працуючы з дзецьмі, журналісты атрымлівалі такі зарад энергіі, што ў 2010 годзе стала зразумелым, адных эфіраў недастаткова, трэба выходзіць за межы Дома радыё. Першай такой спробай стала дабрачынная акцыя да Міжнароднага дня абароны дзяцей ў Кобрынскім дзіцячым доме і стварэнне радыёфільма пра яе. Аказалася, рабіць добрыя справы зусім не цяжка, а юныя мінчане, што станавіліся героямі праграмы, легкія на пад'ём і гатовыя разам з табой праехаць трыста кіламетраў, каб сваёй творчасцю падарыць радасць тым, каму яна неабходна.

У 2012 годзе творчая каманда праекта арганізавала і правяла адкрыты радыёконкурс юных чытальнікаў «Паэтычны ветразь». Ён быў прысвечаны класікам беларускай літаратуры Якубу Коласу, Янку Купалу, Максіму Танку і аб'яўленаму тады Году кнігі. Вельмі прыемна было атрымліваць калектыўныя заяўкі не толькі ад школ і гімназій, але і ад дзіцячых бібліятэк. Геаграфія ўдзельнікаў не абмяжоўвалася толькі Мінскам, хаця праезд быў выключна за ўласны кошт.

У 2013 годзе праграма «Мэры Попінс» маштабна адзначыла сваё 5-годдзе ў Вялікай студыі Дома радыё. Павіншаваць творчую каманду прыйшлі не толькі героі перадач, але і радыёслухачы. Свята атрымалася і натхніла на новыя ідэі. Адразу стаў распрацоўвацца праект правядзення фестывалю дзіцячай творчасці «Усе дзеці таленавітыя». Яго задача была прадэманстраваць, што наш эфір адкрыты і даступны кожнаму юнаму жыхару краіны, нават такому, каго пакрыўдзіў лёс. Удзельнікамі першага фестывалю сталі дзеці-сіроты і дзеці, пазбаўленыя бацькоўскай апекі. Рэалізаваць яго дапамог «Беларускі фонд SOS – дзіцячая вёска».

2015-ты год запомніўся знакавай датай – 70-годдзе Вялікай Перамогі. На адрас рэдакцыі прышоў ліст ад ГА «Беларуская рэспубліканская піянерская арганізацыя» з просьбай аб дапамозе стварэння аўдыяверсіі кнігі «Ніколі не забудзем. Унукі пра вайну». Адгукнуліся і вырашылі: калі артыкулы кнігі пісалі дзеці, дык і агучваць іх павінны дзеці. Лепшым варыянтам сталі выхаванцы тэатральнага аддзялення ДУА «Дзіцячая школа мастацтваў №2 г. Мінска», з якімі мы былі ўжо знаёмыя, дзякуючы першаму конкурсу юных чытальнікаў. Вучні і педагогі з вялікай адказнасцю ўзяліся за справу. Напярэдадні свята ў Нацыянальнай бібліятэцы РБ адбылася прэзентацыя друкаванага выдання і яго аўдыяверсіі на дыску.

Сапраўды бывае знакавым выпадак для журналіста. Аднойчы кіраўніка праекта «Мэры Попінс» скіравалі на адукацыйны семінар, дзе і адбылося знаёмства з прадстаўнікамі ГА «Беларуская асацыяцыя дапамогі дзецям-інвалідам і маладым інвалідам». Менавіта яно падштурхнула да правядзення ў 2016 годзе другога фестывалю дзіцячай творчасці «Усе дзеці таленавітыя – 2». Зрабіўшы мерапрыемства для сірот, чаму б не зрабіць для дзетак з асаблівымі патрэбамі, тым больш, што яны гэтага без перабольшання заслугоўваюць. Яны таксама ствараюць дзівосныя рэчы ўласнымі рукамі, спяваюць, малююць і нават

танцуюць у калясках. Праўда, звычайна адбываецца гэта ўсё ў абмежаваным асяродку. Таму было вырашана зрабіць фестываль інклюзіўным. У адной канцэртнай праграме прысутнічалі творчыя нумары нашых пастаянных герояў і падапечных грамадскай арганізацыі.

2016-ты год быў Годам Культуры, канал «Культура» пачынаў рыхтавацца да свайго 15-годдзя, да таго ж адзначаліся юбілеі класікаў беларускай літаратуры Кандрата Крапівы і Максіма Багдановіча – гэта паспрыяла таму, каб аб'явіць другі адкрыты радыёконкурс юных чытальнікаў «Паэтычны ветразь – 2». Акрамя адпрацаванай схемы першага вопыту, было арганізавана слухацкае галасаванне на ўласным сайце канала. Так скарыстоўваліся новыя тэхнічныя магчымасці.

Эфіры і праекты «Мэры Попінс» варта згадаць і ў прафарыентацыйнай рабоце са школьнікамі. Гэта не толькі тэматычная штотыднёвая рубрыка «*Будзь профі»,* якая падказвала, дзе і як атрымаць тую ці іншую прафесію, як зрабіць правільны выбар, знаёміла з прафесіяналамі і студэнтамі, але і *«Дыскусійны клуб»* для старшакласнікаў. Праект выходзіў раз на месяц, рыхтавалі і вялі яго выхаванцы Дзіцяча-юнацкай тэлестудыі Мінскага дзяржаўнага палаца дзяцей і моладзі. Гэта была ўнікальная магчымасць адчуць прафесію журналіста на смак і зрабіць у ёй першыя крокі яшчэ да паступлення на факультэт журналістыкі БДУ. У эфіры часта гучалі рэпартажы і апытанні, падрыхтаваныя юнымі карэспандэнтамі.

Увогуле, праграма «Мэры Попінс» была той пляцоўкай, дзе можна было атрымаць новыя веды і навыкі, знайсці сяброў і аднадумцаў, творча самарэалізавацца.

## КОНЦЕПЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РАДИОКАНАЛА «КУЛЬТУРА»

**А. С. Давыдик, Е. С. Пушнегина**
*Белорусский государственный университет*

Современное общество насыщенно информационными потоками и разнообразными каналами коммуникации. Потому в современной рыночной экономике наиболее актуальной является сегментация рынка и определение концепции вещания для радиостанции.

***Концепция*** – ведущий замысел, конструктивный принцип, определяющий стратегию действий [2, с. 83]. Концепция станции проявляется на двух уровнях: рекламном (стратегия) и эфирном (тактическом). В нашей работе мы уделяем внимание второму уровню – эфирному вещанию, в котором проявляется программное позиционирование концепции станции.

В современных условиях рыночной экономики радио «Культура» занимает особое место в отечественном медиапространстве. Будучи специализированной (тематической) радиостанцией, редакция находится в более сложных условиях для продвижения на рынке. Однако будучи государственной станцией «Культура» имеет финансовую поддержку и может выстраивать программную сетку вещания без апелляции (обращения) к рекламодателю.

С другой стороны, узкая специализация и умеренный темпоритм вещания создают трудности в наращивании аудитории, особенно в конкуренции с развлекательными, молодежными и ретро радиостанциями, активизировавшимися на рынке в последние несколько лет. Это вынуждает исследователей и практиков обращать более пристальное внимание на специализированные медиа, для выявления их сильных и слабых сторон, как в продвижении, так и в программировании программной сетки вещания.

**Концепция вещания и позиционирования**. Наиболее актуальным и подходящим для радиоканала «Культура» является формат **«Классика» (Classical)**. Передача классической музыки восходит ко времени основания радио как средства массовой информации. В конце 30-х гг. WQXR-AM, в Нью-Йорке, в качестве первой радиостанции в США начала выпускать свою программу исключительно с классической музыкой и таким образом стала родоначальницей формата.

***Формат радиостанции*** – это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории [1, с. 60].

***Концепция позиционирования*** радиоканала «Культура» зародилась в 2001 году, когда открылась радиостанция. А 1 января 2002 года в эфире впервые прозвучали позывные канала «Культура». Идея канала «Культура», как отмечается на официальном сайте, –

обеспечить контентом образованного, любопытного, духовно богатого слушателя.

***Современная концепция***, можно сказать, не претерпела изменений. Редакция позиционирует радиостанцию как познавательную по оформлению и настроению, глубокую по оглавлению, современную по формам подачи материала.

***Портрет целевой аудитории*** – обширный, в концепции он обозначается как: «от полеводов и рабочих до академиков и мастеров искусств» [3]. Его важное отличие от классического построения заключается в отсутствии акцента на возрасте и социально-демографическом статусе слушателя. Это, по нашему мнению, обусловлено двумя факторами: 1) специализация радиоканала, 2) бюджетное финансирование. Аргументом выступает программное наполнение эфира: помимо программ на взрослого слушателя в эфире присутствуют детские программы, детские конкурсы, а также специальные проекты, рассчитанные на интерактив и привлечение детской аудитории.

Далее, радиоканал описывает своего слушателя как осведомленного в вопросах истории, литературы и искусства, а также нелюбящего скучные программы. Объединяет всех этих разных по возрасту, образованности и жизненному опыту людей интерес к истории и культуре родной страны и мира, любовь к высокому художественному слову и классической музыке, аналитический подход к явлениям и событиям в жизни, литературе и искусстве.

Однако заметим, что станция не является динамичной по темпоритму, потому вопрос удержания внимания слушателя актуален не для формы программ, а для их содержания.

**Структура программной сетки вещания.** В своей работе радиоканал «Культура» использует такой подход к программированию, который нельзя однозначно назвать активным или пассивным. Присутствуют признаки как первого, так и второго. Эфир дня содержит достаточно много выпусков музыкальных программ, также есть постоянные выпуски новостей культуры и зарубежья [4].

***Структура плей-листа*** имеет следующий принцип: с 06:00 до 10.00 утра – утренний прайм-тайм, с 10.00–11.00 утра до 15.00–16.00 дня – в эфир выходят различные по тематике передачи, с 15.00–17.00 до 23.00 – вечерний прайм-тайм. Начало каждого часа отме-

чено позывными и сигналом точного времени. В эфире радиоканала «Культура» доминирующее положение занимают музыкальные, информационно-развлекательные, аналитические и художественные программы. Классические информационные представлены лишь выпусками новостей.

***Выпуск новостей*** – основная форма информационного вещания. Обычно информационный выпуск занимает 5–15 минут. В каждом выпуске звучит значительное число сюжетов, содержательных сообщений и по форме, и по содержанию.

Традиционный для отечественных радиостанций блок новостей в эфире радиоканала «Культура» является специализированным (тематическим) выпуском. В программной сетке вещания периодичность выпусков в сутки составляет каждые 2 часа и является постоянным блоком, т.е. выпуски новостей выходят каждый день в одно и тоже время в начале часа, что, очевидно, является преимуществом. Такой метод размещения новостного блока – в начале часа – является классическим и за долгое время работы, в том числе других радиостанций, является привычным для слушателей.

Первый выпуск новостей в сетке значится в 6:05 утра и далее выходит каждые 2 часа, с единственной разницей: последующие выпуски стартуют ровно в начале часа. Это обусловлено концепцией государственной радиостанции – в начале утреннего вещания (сегмент эфира) первым идет государственный гимн, что, очевидно, сдвигает утренний выход.

***Верстка выпуска*** имеет уникальную концепцию по сравнению с другими радиостанциями: пирамидальный метод (метод пирамиды) акцентируется не на тематике новости (экономика, политика), а на географическом положении: первыми идут новости Минска, далее – региональные, последними, но необязательными (вариативными по наличию) могут быть анонсы мероприятий с комментарием организаторов.

Такая структура новостей, по нашему мнению, обусловлена двумя объективными факторами: 1) в Минске происходит гораздо больше масштабных культурных событий, которые по степени важности, в основном, перекрывают региональные; 2) редакция радиоканала размещается в Минске, что удобно для журналистов, корреспондентов для оперативного получения комментариев и интервью.

**Библиографические ссылки**

1. Герасименко, А. С. Радио в сети Internet и подкастинг: Создание собственного подкастинга и радиостанции в сети Internet / А. С. Герасименко. – М.: Триумф, 2007. – 176 с.
2. Кузнецов, Г. В. Ток-шоу: неизвестный жанр. Так работают журналисты телевидения. / Под ред. Г. В. Кузнецова. – Москва, 2004. – 145 с.
3. Радиоканал «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tvr.by/radio/kanal-kultura/. – Дата доступа: 01.06.2021.
4. Программы радиоканала «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://radiokultura.by/ru/program. – Дата доступа: 03.06.2021.

## АСАБЛІВАСЦІ ДЗІЦЯЧАГА ВЯШЧАННЯ НА КАНАЛЕ «КУЛЬТУРА»

**В. А. Зразікава**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Сёння дзіцячая радыёжурналістыка рэдка трапляе ў поле зроку беларускіх даследчыкаў, хаця і з'яўляецца неад'емнай часткай сучаснага культурнага жыцця краіны, важным аспектам айчыннай медыяадукацыі. У параўнанні з папярэднім (савецкім) перыядам значна скараціліся аб'ём і разнастайнасць такіх перадач. У час камерцыялізацыі і манетызацыі СМІ яны адышлі на другі план праз сваю некамерцыйную скіраванасць і ператварыліся ў незаслужана забыты канал камунікацыі.

Нягледзячы на гэта, дзіцячае радыёвяшчанне паступова развіваецца і ўдасканальваецца, што патрабуе падтрымкі з боку дзяржавы і грамадскасці. У адрозненне ад расійскіх СМІ, дзе існуюць розныя па тэматыцы і мэтавай аўдыторыі спецыялізаваныя радыёстанцыі для дзяцей і падлеткаў («Детское радио», «Радио KIDS FM», «KIDS HITS», «ANNA. FM», «ТМ-Радио», «Baby FM», «Радио Гамаюн», «MolodFM: Молодежное радио»), беларускае дзіцячае радыёвяшчанне выступае як дадатковы элемент да асноўнага эфірнага кантэнту асобных радыёстанцый.

Адметнае месца сярод іх займае сетка дзіцячага вяшчання канала «Культура». Дзякуючы працы творчага калектыву радыёстанцыі, у маладога пакалення беларусаў ёсць магчымасць далучыцца да найлепшых набыткаў літаратуры, музыкі, тэатра і стаць актыўнымі ўдзельнікамі (стваральнікамі) сучаснай інфармацыйнай прасторы. У значнай ступені гэта абумоўлена тым, што вядучыя канала падтрымліваюць высокую якасць камунікацыі з дзіцячай аўдыторыяй, хаця камунікатарамі з'яўляюцца дарослыя вопытныя журналісты (Вольга Груша, Наталля Сіротка, Святлана Чыжык).

Радыёвяшчанне, разлічанае на маленькіх слухачоў і падлеткаў, вызначаецца шэрагам асаблівасцяў: высокай ступенню эмацыянальнасці, шырокім выкарыстаннем у перадачах літаратуры і музыкі, вобразных і мастацкіх сродкаў выразнасці, дынамічнасцю, элементамі гульні, забаўляльнасці. Журналісту неабходна шукаць спецыяльныя прыёмы адлюстравання рэчаіснасці, новыя, як па змесце, так і па форме, радыёжанры, якія б адпавядалі інфармацыйным запытам і патрабаванням дзяцей новага пакалення, якое прызвычаілася здабываць інфармацыю з інтэрнэту і мабільных дадаткаў. Дзіцячыя радыёперадачы павінны быць інтэрактыўнымі, запамінальнымі, яскравымі.

На змену традыцыйным СМІ прыходзяць сеткавыя канвергентныя крыніцы, якія пашыраюць магчымасці дзіцячага радыёвяшчання, асабліва гэта датычыць электроннай пляцоўкі – сайта канала radiokultura.by. Дзякуючы яму, праграмы можна слухаць у прамым эфіры (анлайн-вяшчанне) ці ў запісах, а таксама далучацца да сацыяльных сетах (Facebook, ВКонтакте, Instagram, YouTube). Інтэрактыўнасць (лісты, званкі ў эфір, галасаванне па тэлефоне, каментаванне) і мультымедыйнасць дазваляюць аб'ядноўваць розныя віды інфармацыі: тэкст, выявы, графічныя, аўдыя- і відэаэлементы. Сучаснае інтэрнэт-радыё для дзяцей у структурна-змястоўным, жанрава-кампазіцыйным плане адрозніваецца ад савецкіх дзіцячых радыёперадач мінулага, што прызнаваліся аднымі з лепшых у свеце, а некаторые даследчыкі сцвярджаюць, што прайграе [1]. Аналіз дзіцячага вяшчання канала сведчыць пра наяўнасць асобнай традыцыі (культуры) стварэння такіх перадач, з улікам папярэдніх набыткаў і новых трансфармацый.

1 верасня 2008 года на канале выйшла адзіная на той час у Беларусі радыёпраграма «Мэры Попінс». Ідэю такога праекта падказалі радыёслухачы, якія тэлефанавалі і пыталіся, што ёсць цікавага для дзяцей: «Адказу на гэта пытанне не было нават у журналістаў-маці, якія працавалі на канале. Яны і аб'ядналіся ў каманду, каб стварыць праект, які быў бы цікавы дзецям розных узростаў. Так з'явілася ў эфіры радыёняня «Мэры Попінс». Гэты праект трымаецца на трох складніках: выхаванне, вучоба, вольны час. Ён фарміруе светапогляд, вучыць вечным чалавечым каштоўнасцям, знаёміць з усімі магчымасцямі, якія ёсць у нашай краіне, каб дзіця расло гарманіч-на развітай асобай, і самае галоўнае – дае магчымасць хлопчыкам і дзяўчынкам заявіць пра сябе» [2]. За гэты час у межах праграмы вырасла шмат таленавітых слухачоў (творцаў, журналістаў) і было рэалізавана мноства цікавых і карысных праектаў: дабрачынных акцый, радыёконкурсаў, запісаў аўдыяверсій кніг. Сярод іх вылучаецца ўнікальны інклюзіўны праект «Усе дзеці таленавітыя» (2014, 2016 гг.), аўтар і кіраўнік – Таццяна Гулевіч. У 2016 годзе праект арганізаваны сумесна з грамадскім аб'яднаннем «Беларуская асацыяцыя дапамогі дзецям-інвалідам і маладым інвалідам» і прысвечаны творчым дзецям з асаблівымі патрэбамі. На канале заўсёды адказна падыходзяць да выбару канцэпцыі праекта і яго рэалізацыі. Невыпадкова, што і фінал праекта «Усе дзеці таленавітыя» адбыўся 1 чэрвеня – у Міжнароды дзень абароны дзяцей.

З 1 мая 2017 года на канале стаў выходзіць абноўлены фармат дзіцячага вяшчання – праграма «Дасціпныя. Нястомныя. Кемлівыя» («ДНК»). Як адзначаюць самі стваральнікі, гэта праграма – творчы дзіцячы клуб, у якім юныя слухачы могуць самавыражацца і актыўна ўдзельнічаюць у стварэнні рубрык [2]. Кожны выпуск праграмы мае адметнае жанравае (навіны, замалёўкі, інтэрв'ю, размовы, рэпартажы, агляды) і кампазіцыйнае напаўненне. У эфіры можна пачуць розную музыку, анонсы, рубрыкі «Дражнілка», «Хіт-парада», «Профі карта», конкурсы, гульні, творчыя работы слухачоў, майстар-класы. Своеасаблівы брэнд праграмы – рубрыка «Чароўны куфэрак», дзе з панядзелка па пятніцу гучаць літаратурныя творы для дзяцей. Нічога лепшага па дзіцячым беларускім літаратуразнаўстве пакуль не зроблена. У плане зместу радыёпраграма «ДНК» выконвае шмат функцый: інфармацыйную, асветніцкую, выхаваль-

ніцкую, забаўляльную, эстэтычную, навукова-папулярную, мастацка-публіцыстычную. Па ахопе аўдыторыі перадача нагадвае ўзроставую піраміду: ад дашкольнікаў, малодшых школьнікаў і падлеткаў да старшакласнікаў. На дзіцячым радыё можна атрымаць шмат цікавай і карыснай інфармацыі і для дарослых (парады псіхолагаў, педагогаў, спецыялістаў з розных сфер па выхаванні і развіцці дзяцей). Ды і ў саміх дзяцей можна шмат чаму павучыцца.

Для маленькіх слухачоў на канале выходзіць штодзённы праект «Вячэрняя казка», што існуе на Беларускім радыё з 1963 года. Праграма гучыць а 9-й гадзіне вечара і працягваецца каля 8 хвілін. У кожным выпуску, акрамя самой казкі, ёсць музычная застаўка, прывітанне ад вядучых ці герояў (напрыклад, старэнькага грамафончыка), якія з вялікай пяшчотай і любоўю звяртаюцца да слухачоў: мой маленькі, мой маленькі дружа, мой маленькі слухач, маленькія, дружа, юны дружа. У канцы праграмы гучаць развітальныя словы са слухачамі і казкай, а таксама песня ці верш у музычным суправаджэнні.

Сярод найбольш папулярных і запатрабаваных відаў радыёперадач даследчыкі адзначаюць радыётэатр і яго разнавіднасці: інсцэніраваныя літаратурныя творы, радыёп'есы і серыйныя перадачы, напісаныя для радыё, музычныя радыёспектаклі, дзіцячая радыёдраматургія [3]. Праграма канала «Дзіцячы радыётэатр» працягвае традыцыі гэтага жанру. У ёй гучаць казкі, спектаклі і пастаноўкі з фондаў Беларускага радыё. Менавіта з пастаноўкі для дзяцей у 2018 годзе на канале пачалася гісторыя стварэння радыёспектакляў. Прэм'ерай стаў дзіцячы спектакль «Падарожжа ў краіну мурашоў» па п'есе драматурга Таццяны Мушынскай, які выйшаў у Міжнародны дзень лясоў.

Арганізацыя радыёвяшчання для дзяцей як асобнагу тыпу дзіцячых айчынных СМІ патрабуе ад рэдакцый значных творчых намаганняў. Аднак мае і вялікае значэнне ў выхаванні і адукацыі юных слухачоў, бо з'яўляецца адным з эфектыўных і дзейсных сродкаў іх сацыялізацыі. Канал «Культура» мае добрую творчую каманду і тэхнічнае абсталяванне, магчымасці адваротнай сувязі з аўдыторыяй, што сведчыць пра перспектывы якаснага функцыянавання дзіцячай радыёжурналістыкі ў Беларусі. На канале рэалізуюцца не толькі інфармацыйныя і забаўляльныя фарматы, але ў эфіры гучаць і мастацка-публіцыстычныя перадачы.

Адсутнасць у Беларусі сеткавых радыёстанцый для дзяцей і падлеткаў – гэта праблема, што патрабуе комплекснага вырашэння. Каб дасягнуць поспехаў у развіцці і папулярызацыі дзіцячага радыёвяшчання, выпуску канкурэнтназдольнай прадукцыі для дзяцей, неабходна пашыраць уласны вопыт стварэння дзіцячага кантэнту, а таксама вывучаць і асэнсоўваць лепшыя замежныя набыткі і навацыі.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Пинчук, О. В. Трансформация жанров детских радиопередач: от советского вещания к современному интернет-радио / О. В. Пинчук // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 262–267.

2. Канал «Культура» Беларускага радыё. [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: https://radiokultura.by/be/peredacha/dascipnyya-nyastomnyya-kemlivyya. – Дата доступу: 15.12.2021.

3. Марсавина, Е. А. Особенности развития современных детских радиостанций в интернете (на примере отечественных детских онлайн-радиостанций) / Е. А. Марсавина // Медиасреда. – 2017. – № 12. – С. 184–193.

## КАМУНІКАТЫЎНА-ПРАГМАТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ РАДЫЁКАНАЛА «КУЛЬТУРА» Ў РЭАЛІЗАЦЫІ ПРЫЯРЫТЭТАЎ ДЗЯРЖАЎНАЙ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПАЛІТЫКІ

**А. Ю. Кузьмінава**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Якасная медыйная дэманстрацыя культурнага жыцця краіны, традыцый і каштоўнасцей народа садзейнічае яго духоўнаму развіццю. Выхаванне патрыятызму і грамадзянскай адказнасці аўдыторыі, актуалізацыя чалавечага патэнцыялу, захаванне гісторыка-культурнай спадчыны – менавіта гэтыя найважнейшыя прыярытэты дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі абраў у якасці сваёй місіі радыёканал «Культура».

Эфір значнай часткі сучасных беларускіх радыёстанцый зарыентаваны на спалучэнне музычнага і забаўляльнага кантэнту з уключэннем інфармацыйных блокаў. У гэты час радыёканал «Культура» прапануе разнастайны набор асветніцкіх праектаў, якія ўсебакова асвятляюць эвалюцыю беларускага культурнага кода.

Ва ўмовах сённяшняй жорсткай канкурэнцыі з інтэрнет-медыя радыёстанцыям важна працаваць асэнсавана, мець дакладнае пазіцыяванне і вытрымліваць высокі ўзровень якасці. Камунікатыўна-прагматычныя рэсурсы вяшчання спрыяюць дасягненню камунікатыўнай мэты аўтараў праграм, забеспячэнню псіхалагічнага ўздзеяння і камфортнасці ўспрыняцця кантэнта [1]. Яны дапамагаюць прыўнесці ў медыятэкст патрэбны ідэйны змест і спрыяюць яго якаснаму асэнсаванню і замацаванню ў свядомасці аўдыторыі.

Адсутнасць візуальнасці ў класічным радыёэфіры вымагае ад аўтараў праграм вялікай адказнасці ў працы са словам. Камунікатыўна-прагматычны патэнцыял вяшчання радыё «Культура» вызначаецца багаццем вербальных сродкаў стварэння вобраза. На такім падыходзе будуецца прамы тып пераканання аўдыторыі [2], калі журналіст вымушаны выбіраць яскравыя і моцныя аргументы, каб дакладна данесці сваю думку, пераканаць у важнасці тых ці іншых канцэптаў, далучыць слухача да размовы. Заўважым, што на эфектыўнасць прамога пераканання ўплывае таксама спецыфіка камунікатыўнай сітуацыі: размова «на адной мове» з выкарыстаннем зразумелай для адрасата лексікі, дакладнасць словаўжывання, чысціня і культура маўлення і інш. Радыёканалу «Культура» ўласцівы акрэсленыя характарыстыкі якаснага эфіру.

Інфармацыйныя матэрыялы навінавых праграм радыё «Культура» прэзентуюць развіццё розных культурных напрамкаў, падкрэсліваюць дынаміку асобных галін мастацтва, рэлігіі і інш.

Праграмы-інтэрв'ю (напрыклад, «Дыялогі пра культуру», «ДНК» і інш.) дазваляюць радыёстанцыі ствараць вобраз беларускай сучаснай інтэлігенцыі праз раскрыццё цікавых асоб, якія прадстаўляюць розныя творчыя сферы, а таксама дэманстраваць маладыя таленты. Да таго ж, уплывае на слухача вобраз вядучых, іх своеасаблівая манера пабудовы матэрыялу – ствараецца атмасфера цёплай размовы, раскрываецца як асоба госця, так і спецыфіка яго дзейнасці. Дыялогі ў эфіры характарызуюцца ўмеранай эмацыйнасцю, слухачу даец-

ца магчымасць адчуць еднасць з героямі, персанажы выглядаюць не толькі прафесіяналамі, аднак і звычайнымі, «сваімі» людзьмі, зразумелымі для шырокай аўдыторыі.

Мастацкія творы, аўтарскія праграмы і якасная музыка з'яўляюцца важнай часткай эфіру радыёканала «Культура». Уздзеянне на эмоцыі праз вобразы ў мастацка-публіцыстычных праектах і ўласна мастацкім матэрыяле суадносіцца з ўскоснай стратэгіяй уплыву аўдыявізуальных медыя. Ускоснае перакананне дазваляе даносіць значныя канцэпты праз стварэнне настрою, трансляцыю гісторый і вобразаў-архетыпаў, пабудову эмацыянальнай сувязі з персанажамі твораў, выкарыстанне ролевай камунікацыі і інш. [1].

Дадатковы актуальны рэсурс усталявання эмацыйнай сувязі з аўдыторыяй – інтэрактыўнасць вяшчання, якая сёння найбольш актуалізуецца праз інтэрнэт-рэсурсы. Да таго ж, сучасныя пляцоўкі дазваляюць часткова задзейнічаць візуальныя сродкі: сайт радыёканала прапануе тэкставыя версіі некаторых эфірных матэрыялаў, відэаархіў на акаўнце ў міжнародным хостынгу «Youtube» ўключае ў дыялог новую аўдыторыю. Відэазапісы праграм даюць магчымасць заглянуць у студыі, пабачыць вядучых і гасцей, іх міміку і рэакцыі падчас эфіру, што прапануе гледачу больш актыўнае пагружэнне ў змест кантэнту. Таксама могуць спрыяць павелічэнню колькасці гледачоў анонсы некаторых праграм у акаўнтах канала ў папулярых сацыяльных сетках: Instagram, Facebook і інш.

Такім чынам, радыёканал «Культура» валодае значным камунікатыўна-прагматычным патэнцыялам. Наколькі эфектыўна ён будзе рэалізоўвацца надалей – залежыць ад эвалюцыі праграмных стратэгій, актуалізацыі пляцовак і форм распаўсюджвання праграм (стварэнне новых тыпаў падкастаў, напрыклад), падтрымкі інтэрактыўнасці вяшчання, а таксама рэгулярнага даследавання эфектыўнасці ўзаемадзеяння з аўдыторыяй. Значэнне ўнёску вяшчальніка ў рэалізацыю прыярытэтаў дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі, мяркуем, у Год гістарычнай памяці толькі ўзрасце.

## Бібліяграфічныя спасылкі

1. Кузьмінава, А. Ю. Маладзёжная тэлеаўдыторыя ў кантэксце дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі: дапаможнік / А. Ю. Кузьмінава. – Мінск: БДУ, 2018. – 334 с.

2. Майерс, Дэвид. Социальная психология / Дэвид Майерс; пер. З. Замчук. – 7-е изд. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2017. – 793 с.

## ЧТО СТОИТ ЗА БРЕНДОМ «КАНАЛ “КУЛЬТУРА”»?

**А. В. Курейчик**
*Белорусский государственный университет*

Сегодня мы вполне правомерно говорим не просто о медиа или средствах массовой информации, а о медиаиндустрии. Следовательно, в сферу СМИ давно вошли понятия и явления, характерные для бизнеса. В частности, понятие «бренд». Слово бренд (в пер. с английского – «клеймо») в обыденной речи часто используют как синоним торговой марки, однако опытные маркетологи разграничивают эти понятия. Бренд – это марка, пользующаяся устойчивым спросом, с высокой степенью узнаваемости, занимающая заметное место в своем сегменте рынка. Шансы торговой марки превратиться в бренд зависят от того, насколько верно ее создатели угадали интересы и желания потребителей.

Радио в современном медиамире не продукт и не совсем услуга, по крайней мере, для слушателей. Слушатели за него не платят и без потерь могут переключиться на другую радиостанцию. У них нет никаких обязательств. Только благодаря сильной индивидуальности аудитория признает станцию полноценным членом общества. Характер станции должен позволять целевой аудитории узнать его, чтобы слушатели стали «друзьями» радиостанции. Индивидуальность радиостанции обеспечивает грамотный брендинг. Грамотный брендинг – это когда люди воспринимают название интуитивно; он должен заставить радиослушателя почувствовать себя неотъемлемой частью данной станции. Основные составляющие, работающие на формирование бренда радиостанции, – это название, логотип, слоган, талисман.

Как же обстоят дела с этими составляющими бренда у радиоканала «Культура»?

Для начала ознакомимся с описанием целевой аудитории и концепцией вещания радиостанции. «Целевая аудитория канала –

это люди, которые интересуются национальными и мировыми культурными достижениями, а также хотят быть в курсе последних событий в мире искусства <...> Канал «Культура» постоянно развивается и совершенствуется, руководствуясь миссией – идентификация национальной культуры в контексте мировой» [1]. Как видим, нет стандартного ограничения по возрастным и социальным критериям, присущего форматным радиостанциям. Аудитория объединяется по принципу заинтересованности культурной жизнью Беларуси в контексте мировой культуры. Очевидно, что эстетические запросы подобной аудитории будут достаточно высокими, как в отношении контента, так и в отношении внешних атрибутов радиостанции как бренда.

С 1 января 2002 года канал получил название «Культура». Это в полной мере отображает направленность эфира, позволяет аудитории идентифицировать свои запросы с предполагаемым контентом. В то же время, название «Культура» не является уникальным. Такое название есть у ряда радиостанций, а также телеканалов Российской Федерации. Если набрать в поисковой системе словосочетание «канал “Культура”», то ссылка на сайт Белтелерадиокомпании (его соответствующий раздел) находится только на 5 строке поиска.

Вещание радиоканала всегда велось на белорусском языке, но для названия выбрано слово, которое одинаково звучит на русском и белорусском языках, не отражает самобытность белорусской культуры и языка. Таким образом, целесообразно рассмотреть в контексте возможного общего ребрендинга и изменение названия радиоканала.

Логотип радиостанции формировался в контексте общего брендбука для каналов и радиостанций Белорусского радио. Это изображение синего цвета, состоящее из частично размытого фона в виде расходящихся от центра волн (грампластинки?) и надписи «Канал “Культура” Беларускае радыё» (отметим, что текст «Беларускае радыё» есть только на логотипах канала «Культура» и «Первого Национального канала Белорусского радио» из 5 каналов и радиостанций). Надписи грамматически между собой не связаны, что усложняет идентификацию структурного взаимодействия («канал “Культура” Беларускага радыё» более точный вариант), выполнены разными шрифтами. Для непосвященной аудитории логотип является малоинформативным, не позволяющим идентифицировать свою принадлежность к аудитории радиостанции.

Обращает ли внимание на логотип радиостанции постоянная многолетняя аудитория? Скорее нет, чем да. Может ли использование такого логотипа для внешнего промоушена привлечь новую аудиторию, молодую аудиторию? Скорее нет, чем да. А ведь логотип призван работать на привлечение внимания аудитории, должен помогать ей в самоидентификации.

Обращая пристальное внимание на содержание эфира, корректируя и совершенствуя программную политику, руководство радиостанции мало уделяет внимания визуальным атрибутам бренда. А они также требуют обновления, усовершенствования, должны играть свою роль в позиционировании радиостанции.

Ещё один обязательный атрибут бренда и радиостанции – слоган. На канале «Культура» он есть с момента основания и не претерпел изменения со временем: «Мы выбіраем вечныя каштоўнасці». Этот слоган звучит в эфире, но, к сожалению, его нет даже на сайте радиоканала. Семантический объём слогана лишь частично совпадает с семантическим объёмом названия канала. Понятие «вечные ценности» шире понятия «культура», а в понятие «культура» входят не только вечные ценности. Также следует помнить, что аудитория канала неоднородна по социально-демографическим характеристикам, поэтому лучше иметь в арсенале целый ряд слоганов, которые бы отображали различные аспекты контента и были созвучны разным слоям аудитории.

Радиоканал «Культура» формирует уникальный контент, соответствующий заявленным целям вещания, но уделяет мало внимания таким атрибутам бренда «Канал «Культура»», как название, логотип, слоган. Грамотное формирование и использование элементов бренда, особенно визуальных, позволяет расширять реальную аудиторию радиостанции, проводить эффективные внешние промокампании, что важно для развития радиостанции.

**Библиографические ссылки**

1. Канал «Культура» Белорусского радио // Официальный сайт Белтелерадиокомпании [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://www.tvr.by/radio/kanal-kultura/. – Дата доступа: 10.12.2021.

# ФИЛОСОФСКО-ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА РАДИОПРОГРАММЫ «ДУХОВНОЕ НАСЛЕДИЕ» В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ

**Е. В. Локтевич**
*Белорусский государственный университет,*

Радиоканал «Культура» стал первой в Республике Беларусь специализированной площадкой для слушателей, которые интересуются самыми актуальными «событиями в мире искусства», стремятся к познанию уникальности национальной белорусской культуры в ее связи с «мировыми культурными достижениями» [1]. А. Б. Васюкевич отмечает, что современное радиовещание сегодня «совершенно не то, каким было всего десятилетие назад», ведь наряду с сохранением «традиционной эфирной формы» осваиваются «современные информационные платформы», что направлено на утверждение доверительных и долгосрочных отношений со слушателем [2]. «Культура» с 2002 г. круглосуточно функционирует не только в FM-диапазоне и на частотах УКВ, но и в интернете [1], что позволяет видеть коммуникативную реакцию реципиента, обозначить *горизонт ожиданий* аудитории радиостанции, совершенствовать формы подачи и подходы к интерпретации культурно-ориентированного материала. В современном мультиинформационном мире это представляется особенно значимым, ведь общение, как подчеркивает В. Б. Александров, является не только социально-психологическим, но и культурным феноменом – «в нем закодированы определенные смыслы и ценности, свойственные данной культуре» [3, с. 197]. Эти смысловые константы и ценностные ориентации формируют *фактологию культурной памяти*, оперирующую знаками и символами, указывающими на преемственность духовно-нравственных черт человечества, уникальность философско-эстетического облика нации.

Культура является памятью, писал Ю. М. Лотман, она есть запись пережитого обществом в прошлом и связана с воссозданием и осмыслением его исторического опыта [4, с. 488] (и в этом смысле она *фактологична* и *персонифицирована*). Таким образом, культура всегда «направлена против забывания», она его побеждает, транс-

формируя «в один из механизмов памяти» [4, с. 490]. Философско-эстетический ореол памяти культуры включает не только фактологию текста, но и реконструктивные возможности иных источников информации, осмысленные в диахроническом срезе эпохи. Парадоксальным в этом фокусе видится столкновение в бытии личности двух хронотопных фаз: с одной стороны, природная склонность все забывать, а с другой, – повышенный интерес именно к *воспоминанию*, к исследованию и обработке прошлого [5, с. 71]. Более того, как отмечает Я. Ассман, этот интерес связан с пристальным вниманием к эпохальной сущности «легитимации, оправдания, примирения, изменения» [Там же]. Очевидно, что человек всегда ищет самопознания, которое позволило бы ему увидеть и понять *Другого* (М. М. Бахтин), он стремится постичь окружающую действительность в ее культурно-диалогических связях, осмыслить *диалог эпохи* (М. М. Бахтин). Самопознание осуществляется в области пережитого духовного опыта, в миропостижении, которое призвано раскрыть эстетику религиозного и религиозно-художественного содержания. Современная медиасреда задействует разные механизмы обработки фактов культурной памяти, что, безусловно, сказывается и на формировании личности. Поэтому изучение воздействия средств массовой информации на духовно-нравственное развитие человека, по мнению Л. Н. Белоножко, «представляется необходимой задачей, требующей разрешения» [6, с. 244].

Канал «Культура» Белорусского радио можно отнести к типу радиостанций, которые «ставят перед собой преимущественно просветительские цели» [7], что в целом благотворно сказывается на закреплении в культурной памяти нации динамики духовности. В эпиграфе к художественно-познавательной программе «Духовное наследие» названы ключевые векторы ее содержания: история и духовная глубина христианской культуры, достижения в области искусства представителей разных эпох, изучение и популяризация христианских ценностей в современном мире [8]. Автор и ведущая проекта Людмила Сергеевна Митакович, удостоенная в 2012 г. ордена Евфросинии Полоцкой [9], указывает на значимость для нее ответной реакции слушателя и духовную специфику горизонта его ожиданий: «Знаете, меня больше всего волнует, интересна ли будет моя передача слушателю. И когда встречаешься с людьми,

а они тебя узнают по голосу, хотят обсудить программу, зацепившую их за живое, признаются, как через радиопередачи открыли для себя Православие, – понимаешь, что идешь по правильному пути» [10].

Программа отличается разнообразием музыкального сопровождения словесного материала: это и духовное пение (церковно-хоровое и индивидуально-авторское), фрагменты классической и современной музыки, которые в совокупности способствуют *кадрированию* в сознании слушателя идейного плана конкретного образа, развивают религиозно-эстетический вкус. «Звучащие» таким образом в программе тексты гармонично сплавляются с его музыкально-звуковым (пение, музыкальные композиции, колокольный звон + звуки живой природы и быта человека) оформлением, что способствует глубокому постижению сути Слова, его нравственной философии. Иногда вещание происходит в фокусе реального времени, когда можно услышать молитву, звучащую при крестном ходе в честь какого-либо православного праздника, реплики прихожан, звуки окропления святой водой – это создает эффект присутствия на мероприятии. Таким образом, аудиальный уровень программы довольно высокий, ориентирован на виртуализацию в сознании слушателя хронотопических условий описываемого духовного события, носит характер звуковой кинематографичности.

Семантика истин Православия подается в иерархическом ключе: трактовка понятий, явлений, символов осуществляется с учетом разной степени подготовленности реципиента (не только обсуждаются первоосновы, но и поднимаются сложные, дискуссионные темы). Вечные христианские ценности освещаются в современном контексте: например, в программе от 06.11.2021 г. ведущая отмечает, что тема для беседы подсказана историей, озвученной протоиереем Артемием Владимировым[1]. В связи с этой историей в программе осмысляется современное понимание таких добродетелей, как *любовь*, *смирение*, *кротость*, *милосердие*, *терпимость*, *терпение* и др., духовный посыл которых ретроспективно сравнивается с их

[1] Артемий Владимиров – духовник Алексеевского женского монастыря в Москве, профессор Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета, член Союза писателей России.

значением в новозаветном периоде христианства – на материале жития апостола Иакова. В течение программы звучат нравственные советы («удержись от раздражения», «побори леность», «будьте как солнышко[2]»и др.) и слова утешения («мы мало-помалу начнем забывать о своем плохом настроении», «мы станем проще и чище, спокойнее и радостнее»), выражается небезразличие к душевному настрою слушателя, очевидно стремление сделать его сопричастным православному повествованию, преображающей нравственной эстетике. Иногда «проводником» философско-эстетического постижения Православия становится деятель искусства. Так, в программе от 13.11.2021 г. поводом для диалога со слушателями становится творчество белорусского православного детского писателя Бориса Александровича Ганаго (1927–2018 гг.). Л. С. Митакович предлагает прослушать интервью с литератором, которое было записано еще в конце 1990-х гг. Беседа выстраивается на одной из важнейших истин православной веры – на мысли о том, что человек создан по образу и подобию Божию[3]. Рассмотрение сущности *образа* отталкивается от религиозного генезиса, а затем смещается в религиозно-художественную плоскость, соединяет религиозное и светское начала в диалоге о литературном творчестве. Сопоставление *божественного* и *человеческого* планов бытия переходит в важную для человека область – выбор жизненного пути, выбор как таковой, свободное волеизъявление. Бесспорно, такой факт – интервью с человеком духовно просвещенным – закрепляется в культурной памяти посредством *воспоминания*, актуализированного и интерпретируемого в современной культурной среде.

«Информационная политика, контент радиостанций, их способы взаимодействия с аудиторией, – по мнению Е. А. Шурыгиной, – претерпевают изменения во многом из-за того, что меняется медиасреда, в рамках которой радио функционирует» [11]. Тем примечательнее постоянство интереса к православному дискурсу, контекстно и внеконтексто представленному в программе «Духовное наследие». Целый ряд корреляций, вписанных в память культуры и

---

[2] Фраза «Будь как солнышко» принадлежит праведному Алексию Московскому (Мечёву), прославленному в 2000 г. Русской православной церковью в лике святых.

[3] Читаем в Бытии (1:27): «И сотворил Бог человека по образу Своему, по образу Божию сотворил его; мужчину и женщину сотворил их».

заполняющих пограничное пространство между историческим временем и вневременностью воспоминаний, предложен в программе от 04.12.2021 г., посвященной Горбацевичской иконе Божией Матери. Л. С. Митакович подробно освещает событийный ряд крестного хода, беседует с его участниками, передает слушателю эмоциональный тон мероприятия и его духовный строй, сопровождает свое повествование историческим и искусствоведческим экскурсами, что способствует сохранению духовного факта в культурной памяти белорусов. Культурно-исторические отсылки связываются в программе с рассказами современников, неоднократно дается эмотивно-христианская оценка чудесных событий (утешение, исцеление, спасение), связанных с иконой, что сближает несколько поколений православных людей.

Интернет-пространство способствует стремительному освоению радиостанциям актуальных форм и стратегий подачи информации, подсказывает методы привлечения аудитории, указывает на новые интерактивные возможности [12, с. 65]. Так, сведения о программе «Духовное наследие» содержатся в социальных сетях (например, ВКонтакте: https://vk.com/wall-148670175_6387; Facebook (Meta): https://www.facebook.com/radiokulturaby), что формирует резервное поле воспоминаний, участвующих в утверждении и закреплении культурной памяти, вовлекает в процесс обсуждения актуальных духовно-нравственных тем молодое поколение слушателей. Таким образом, философско-эстетическая парадигма радиопрограммы «Духовное наследие» всецело вписывается в ценностные приоритеты христианской культуры, ориентируется на духовные запросы разных поколений и продуцирует между ними диалогический повод для взаимодействия.

## Библиографические ссылки

1. Канал «Культура» // БТ. – Режим доступа: https://www.tvr.by/radio/kanal-kultura/ – Дата доступа: 15.12.2021.

2. Васюкевич, А. Б. Белорусское радио было и остается интересным собеседником для слушателей / интервью С. Сухарко // БЕЛТА. – Режим доступа: https://www.belta.by/interview/view/belorusskoe-radio-bylo-i-ostaetsja-interesnym-sobesednikom-dlja-slushatelej-vasjukevich-7544/. – Дата доступа: 15.12.2021.

3. Александров, В. Б. Формы существования и природа культуры / В. Б. Александров // Управленческое консультирование. – 2010. – № 2. – С. 191–221.

4. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.

5. Ассман, Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман; пер. с нем. М. М. Сокольской. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.

6. Белоножко, Л. Н. Роль средств массовой информации в процессе формирования нравственных и духовных основ личности / Л. Н. Белоножко // Вестник НГУЭУ. – 2017. № 1. – С. 242–250.

7. Раскатова, Е. Р. Типологические подходы к исследованию радиовещания [Электронный ресурс] / Е. Р. Раскатова // Научно-культурологический журнал. 2021. № 12 (390). – Режим доступа: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=664. – Дата доступа: 15.12.2021.

8. Духоўная спадчына // Канал «Культура». Беларускае радыё. – Рэжым доступу: https://radiokultura.by/be/peredacha/duhounaya-spadchyna. – Дата доступу: 15.12.2021.

9. Ведущая Белорусского радио получила орден Евфросинии Полоцкой // Белорусский союз журналистов. – Режим доступа: http://bsj.by/2012/06/vedushhaya-belorusskogo-radio-poluchila-orden-evfrosinii-polockoj/. – Дата доступа: 15.12.2021.

10. Соколович, Т. Свет ее души / Т. Соколович // Dei Verbo. Слово Божие. – Режим доступа: https://deiverbo.com/radioveducshaya-lyudmila-mitakovich-yarko-i-iskrenne-govorit-o-vere. – Дата доступа: 15.12.2021.

11. Шурыгина, Е. А. К вопросу об эволюции теоретических подходов к изучению радио: история и новые реалии [Электронный ресурс] / Е. А. Шурыгина // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-evolyutsii-teoreticheskih-podhodov-k-izucheniyu-radio-istoriya-i-novye-realii. – Дата доступа: 15.12.2021.

12. Болотова, Е. А., Круглова, Е. А. Радиовещание в эпоху новейших технологий / Е. А. Болотова, Е. А. Круглова // Вестник Московского университета: Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 57–65.

# СЛОВА ПРА «КУЛЬТУРУ», АБО НЕКАЛЬКІ ЗАЎВАГ ЗАМЕСТ ВІНШАВАННЯ

**Н. Б. Лысова**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Першага студзеня спаўняецца дваццаць год з таго часу, калі ўпершыню прагучалі пазыўныя беларускага канала «Культура». Згодна ідэі рэфарматараў радыёвяшчання пачатку стагоддзя ён павінен быў быць адной са спецыялізаваных станцый і забяспечыць пэўным «кантэнтам адукаванага, цікаўнага, духоўна багатага слухача» [1]. За гэты час канал набыў вопыт, які, на наш погляд, трэба аналізаваць, каб удакладніць наступныя крокі дзейнасці, творчасці.

Разам з каналам змяніліся прыярытэты, мода, густы аўдыторыі краіны. Напрыклад, развіццё культуры прывяло да страты музыкай сваіх першасных пазіцый у рэйтынгах спажыўцоў твораў мастацтва. Яна саступіла іх кінасерыяльнай прадукцыі. Гэта, канешне, колькасна панізіла слухачоў усіх радыёканалаў, бо яны звязаны, у першую чаргу, менавіта з гукавым мастацтвам.

Трансляцыя музычных твораў патрабуе асобнага падрабязнага аналізу, які б ўлічваў выбар твораў, якасць выканання, месца ў сетцы вяшчання. Да культуры музычнай трансляцыі адносяцца і застаўкі/перабіўкі, і каментар да музыкі. Да нотнага гуку тут далучаецца слова, або культура слова, рэлевантнасць каментара, інтэлектуальная культура. Як ладзіцца сёння трансляцыя музычных твораў на канале «Культура»?

Нам падаецца, што мяняюцца музычныя густы і на беларускай станцыі. Так, у апошні час перавага, напрыклад, аддаецца джазавай музыцы. Менавіта джаз, больш класічны, займае значную колькасць часу ў эфіры. Стала гучаць усходняя класічная музыка. Класічная інструментальная музыка шырока прадстаўлена ў сетцы канала «Культура» з добрымі каментарыямі. Яны, як правіла, вывераны музыказнаўцамі, да думкі якіх далучаюцца журналісты канала.

Менш шанцуе музыцы кіно, якая мае адпаведную рубрыку ў сетцы. Напрыклад, калі Яўген Талкачоў у сваім прадстаўленні музыкі Эдуарда Арцем'ева знайшоў кампетэнтнага каментатара твораў кампазітара ў выглядзе слоў кінарэжысёра Вадзіма Абдрашытава

(«Музыка кіно», 2.12.2021) – гэта выдатна, але ў большасці выпадкаў журналісты абмяжоўваюцца традыцыйным пералікам опусаў кінакампазітара або, яшчэ горш – пералікам узнагарод, такім чынам прапануючы слухачам паслуговыя бюракратычныя характарыстыкі. І зусім недарэчным выглядае выпадак з прадстаўленнем песень з фільмаў «Прыгоды Бураціна» і «Айбаліт 66» («Музыка кіно», 7.10.21), калі журналіст не ўзгадаў аўтараў песень, паэтаў Булата Акуджаву, Вадзіма Карастылёва і кампазітараў Аляксея Рыбнікава, Барыса Чайкоўскага, да і пра кінатворчасць галоўнага выканаўцы песень Ралана Быкава таксама нічога не гаварылася. У змесце тэксту да «музыкі кіно» чамусьці распавядаліся незвычайныя выпадкі з пачатковай дзейнасці Ралана Быкава ва ўніверсітэцкім тэатры? Дзіўна! Нелагічна. Неахайна. Некультурна. Бо асноўныя характарыстыкі культуры каментара – да месца або «дасціпна і кемліва». Нам здаецца, галоўная мэта каментара на канале культуры – не здзівіць цікавымі, інтрыгуючымі фактамі, а дапагмагчы даведацца ці лепей зразумець музыку мінулага.

Праўда самі журналісты канала сёння вырашаюць мэту вяшчання інакш: «Канал «Культура» натхніць і падтрымае вас выбранымі ўзорамі мастацтва» – гаварыў вядучы першага кастрычніка 2021 года, калі прадстаўляў праграму дня. Кожнае слова на радыё мае вялікую вагу. «Натхніць і падтрымаць»? Так і чуецца «нам песня будаваць і жыць дапамагае» з савецкага песеннага рэпертуару. Тут абвяшчаецца функцыя рэлаксацыі ці псіхалагічнай дапамогі? Але ж для гэтага існуе канал «Рэлакс». Здаецца гэта яго «логін» і задача. А канал культуры павінен прапагандаваць лепшае, тым самым здзяйсняць штодзённы дэвіз («мы выбіраем вечныя каштоўнасці») і рабіць аксіялагічны ці якасны адбор таго, што прапануе сучаснае жыццё. Па большай частцы, менавіта сучаснасць. Інакш ён пераўтворыцца ў «Рэтра-канал».

На самым пачатку сваёй дзейнасці журналісты абралі шлях рэтра-вяшчання, ці надавання новага жыцця фондам радыё. І сёння гэта адбіваецца вялікай колькасцю рэтрансляцый або ўключэннем кожнага дня па некалькі архіўных матэрыялаў з фондаў. Здаецца, сучасны радыёканал «Культура» можа адкінуць задачу рэтрансляцыі, таму што ёсць сайт канала і можна выстаўляць архіўныя перадачы там у пэўнай «павестцы дня» (да юбілейных дат ці ўгодкаў або ін-

шай актуальнасці), а ў сённяшнім эфіры фіксаваць шматлікія з'явы, што адбываюцца «тут і цяпер». Канешне, некаторыя запісы мінулага захавалі такую культурную значнасць і эстэтычную якасць, што маглі б заставацца на сайце вельмі працяглы час (дзеля прапаганды лепшых узораў нацыянальнай культуры). Напрыклад, перадача Зоі Каваленкі пра народную артыстку Беларусі Стэфанію Станюту з фрагментамі радыёпастановак розных часоў з яе ўдзелам (ранішні паўтор ад 3.12.21) магла б стаць такім прыкладам такога архіўнага сайта. Бо і выбарка фрагментаў, і майстэрства голасу актрысы, і пабудова нарыса, і дасціпны, інтэлектуальны стыль маўлення – усе складнікі перадачы прымушаюць яе слухаць, вяртацца як да прыкладу майстэрства.

Сёння пры зніжэнні папулярнасці радыёвяшчання больш як на 15 %, згодна з данымі Інфармацыйна-аналітычнага цэнтра пры Адміністрацыі Прэзідэнта [2], канкурэнцыя радыёканалаў расце, павялічваецца іх колькасць і адпаведна асартымент прапаноў музычных напрамкаў і стыляў. Пры гэтым традыцыйна вялікі попыт у слухачоў застаецца за радыйным словам (перш за ўсё – навінамі). Як чыстай паветры не хапае нашаму каналу сучасных мастацкіх навін і размоў пра іх.

Канал «Культура» звычайна арганізуе навасныя выпускі па прынцыпе анансавання выставак, фестываляў, паказаў. Навасныя праграмы будуюцца выключна на мясцовым матэрыяле, практычна адсутнічае рэпартаж як класічны навасны жанр. Пры гэтым існуе «адміністратыўны» падыход да абвяшчання навін: спачатку сталічныя, потым рэгіянальныя. Да прадстаўлення культурных падзей далучаецца каментар куратараў, будучых удзельнікаў (канешне, ацэнкі мерапрыемстаў публікай амаль адсутнічаюць). Тут зноў «не шанцуе» кінапрэм'ерам: журналісты канала часта зачытваюць у эфіры тэксты постэраў, што для масавага гледача выстаўляюцца каля кінатэатраў ці на кінапляцоўках у інтэрнэце, каб заінтрыгаваць або прымусіць набыць квіток, замест таго, каб распавесці пра эстэтычную якасць, стылістычныя ці жанравыя асаблівасці фільма або, нарэшце, нагадаць пра творчасць стваральнікаў, майстроў кіно.

Беларуская культура літаратурацэнтрычная, што звязана з моваю. Менавіта мастацтва беларускага слова стварае базіс нацыянальнага мастацкага светаадчування. І трэба азначыць, што ства-

ральнікі беларускага канала «Культура» аддаюць (у адрозненне ад аднайменнага друкаванага беларускага выдання – газеты «Культура») вялікую частку вяшчання літаратуры. Асабістыя перавагі выбару журналістаў, людзей ад літаратуры, дапаўняюцца першаснасцю значнасці мовы ў развіцці нацыянальнай культуры.

Розныя формы трансляцыі літаратуры залежаць, у першую чаргу, ад выканаўчых спосабаў падачы мастацкага слова: ад чытання аўтарскага, журналісцкага, акцёрскага да «радыётэатра». Да гэтага абавязкова трэба дадаць майстэрства публіцыстычнай размовы пра мастацтва слова: дыялогі аб літаратуры з аўтарамі і чытачамі, рэпартажы з кнігавыдавецтваў ці прэзентацый, канферэнцый і іншыя формы.

У перадачах канала «Культура» публіцыстычнага напрамку («На кніжнай паліцы», «Дыялогі пра культуру», «Гаспода», «Сюжэт да вечнасці») гавораць пра літаратурную творчасць асобных аўтараў, літаратурны працэс мінулага, новыя выстаўкі ці канферэнцыі. Сярод перадач ёсць удалыя знаходкі з ракурсу тэмы (эстэтычная значнасць перакладу – «Гаспода» ад 30.11.21), якія вылучаюцца высокім узроўнем ведаў субяседніка ці вядучага, яго маўленчым і інтэлектуальным вопытам («Сюжэт для вечнасці» – аўтарская праграма Навума Гальпяровіча).

Але літаратурным перадачам радыёканала «Культура» не хапае маштабу бачання літаратурнага працэсу, узроставага, шматнацыянальнага, сусветнага. Для прыкладу, у верасні мінулага года на канале «Культура» побач з творамі беларускамоўных аўтараў дарослыя слухачы пачулі творы толькі двух пісьменнікаў замежжа – Эміля Заля і Фёдара Абрамава. Больш пашанцавала слухачам дзіцячага ўзросту: ім прапаноўвалі рускія і кітайскія народныя казкі, творы Сяргея Міхалкова, Здзіслава Стомы, Якава Маліка, Івана Юркіна. Згадзіцеся, выбарка здзейснена не па прынцыпах актуальнасці ці сучаснай запатрабаванасці. Яна больш зарыентавана (дарэчы, як і выбар твораў беларускай літаратуры) на школьную праграму, на мінулы літаратурны канон. Здаецца, «Культура» не дзіцячы радыёканал, а ў ім амаль чвэрць праграм арыентавана на дзіцячую аўдыторыю ці школьную аўдыторыю (гэта тычацца і літаратурных праграм, і радыётэатра, і сацыяльных праектаў). Для таго ж самага галоўнага сегмента аўдыторыі, інтэлектуальнай публікі, не хапае праблемных, дыскусійных, актуальных праграм па сучаснаму мастацтву.

Такім чынам, прааналізаваўшы вяшчанне радыёканала, трэба павіншаваць «Культуру» з набыццём такого ўзросту, калі ўжо ёсць вопыт, веды, і можна зрабіць адкрыццё сябе свету, аўдыторыі, да якой варта прыслыхоўвацца. Таму адзначым тыя непасрэдныя рэкамендацыі, што вынікаюць з выказаных заўваг:

- павялічыць колькасць матэрыялаў пра сучаснае мастацтва, каб збіраўся фонд з лепшых нацыянальных культурных здабыткаў. Думайце пра будучыню!
- палепшыць культуру вяшчання: ні якіх памылак або «плётак» для масавай публікі. Трымайце ганарлівае імя «Культура»!
- паменшыць паўторы перадач, бо жывем у час інтэрнэту, калі трывалая зваротная сувязь з яе «вяртаннем у мінулае», напамінам і каментаром, перамясцілася на сайтавую пляцоўку. Стварайце актыўны камунікатыўны сайт!

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Гісторыя канала «Культура» / Пра «Культуру» // Канал «Культура». Беларускае радыё. – Рэжым доступу: https://www.radiokultura.by/be/content/gistoryya-kanala-kultura. – Дата доступу: 15.11.2021.
2. Малмыга, Т. Региональное радиовещание в условиях реагирования на вызовы в информационной сфере. – Рэжым доступу: http://mediana.by/rubriki/issledovaniya/1886-regionalnoe-radioveshchanie-v-usloviyakh-reagirovaniya-na-vyzovy-v-informatsionnoj-sfere.html. – Дата доступу: 16.11.2021.

## АСАБЛІВАСЦІ ПРАГРАМНАЙ ПАЛІТЫКІ І КАНТЭНТУ РАДЫЁКАНАЛА «КУЛЬТУРА»

**Т. У. Малмыга**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Ва ўмовах глабалізацыі, якая характарызуе працэс развіцця сучаснага грамадства, востра паўстаюць праблемы захавання культурнай ідэнтычнасці, парушэнні звыклых культурных сувязей, сціранні рэгіянальных адрозненняў. Шырокае распаўсюджванне атрымліваюць уніфікаваныя стандарты, якія ўспрымаюцца людзьмі як най-

болей эфектыўныя [1]. І менавіта СМІ здольныя садзейнічаць нацыянальна-культурнай самаідэнтыфікацыі. Якасная медыйная дэманстрацыя культурнага жыцця краіны, традыцый і каштоўнасцяў народа садзейнічае духоўнаму развіццю грамадства і далейшаму раскрыццю яго патэнцыялу.

Створаны ў 2002 г. радыёканал «Культура» Беларускага радыё якраз і ставіць сваёй галоўнай мэтай папулярызацыю спадчыны нацыянальнай і сусветнай культуры. Зыходзячы з гэтага, сфарміравана праграмная палітыка радыёстанцыі, якая накіравана як на захаванне залатога фонду радыёвяшчання, так і на вытворчасць перадач, якія могуць увайсці ў гэты фонд. Сетка вяшчання канала складаецца з улікам часу і мэты размяшчэння праграм у эфіры і арыентавана на змястоўны, пагадзінны, структурны і тэматычны прынцыпы праграміравання, а пры размяшчэнні праграм улічваецца іх папулярнасць.

Канал актыўна развівае аўдыяльныя віды мастацтва – драматургію, літаратуру, музыку, мастацкую публіцыстыку. Што да арганізацыі вяшчання, то тут пераважаюць традыцыйныя структура і формы: інфармацыйныя блокі чаргуюцца з музычнымі, літаратурнымі, публіцыстычнымі праграмамі і творамі радыёдраматургіі. Дарэчы, менавіта літаратурна-мастацкае вяшчанне з’яўляецца найбольш самабытным.

З першага дня сваей работы канал «Культура» рэгулярна транслюе радыёспектаклі з фондаў Беларускага радыё і апошнія пастаноўкі, створаныя на Першым нацыянальным канале. У сетцы вяшчання трывала прапісалася праграма «Радыётэатр плюс», якая знаёміць слухачоў з лепшымі радыёспектаклямі беларускіх і сусветных драматургаў. Яшчэ адна праграма «Дзіцячы радыётэатр» накіравана на выхаванне маладога пакалення на лепшых узорах сусветнай літаратуры, увасобленых у запісах з фондаў Беларускага радыё. Свет опернага мастацтва ззяе новымі фарбамі ў праграме «Музычны радыётэатр». Трэба адзначыць, што ёсць і ўласная вытворчасць літаратурна-мастацкіх праграм для фондаў Беларускага радыё. Гэта, найперш, праекты «Літаратурная анталогія» і «Бестселер», у якіх вядомыя беларускія артысты чытаюць творы беларускай и сусветнай літаратуры. У новым сезоне 2022 года «Бестселер» замяніў «Ранішні серыял» [2].

Асаблівую цікавасць сярод літаратурна-мастацкіх праграм уяўляе праект «Радыё савецкай эпохі» (аўтар і вядучы В. Трапянок), які знаёміць слухача з багатымі фондамі літаратурна-драматычнага вяшчання, створанага ў савецкі перыяд.

Празаічную спадчыну малых формаў сусветных і замежных аўтараў папулярызуе перадача «Літаратурныя гісторыі», пра паэтычную спадчыну класікаў і пачынаючых аўтараў размова ідзе ў перадачы «Прачулым радком». Яшчэ адна праграма «Радыёбібліятэка» прапануе чытанні твораў беларускіх і замежных аўтараў [2].

Аснову кантэнту канала «Культура» складае музычнае вяшчанне, на яго долю прыпадае да сарака працэнтаў эфірнага часу. Прычым гэта часцей за ўсё не проста трансляцыя таго ці іншага канцэрта, але і каментар музыказнаўцы да яго, інтэрв'ю з музыкамі, кампазітарамі, калі гэта канцэрт сучаснай музыкі. Галоўныя функцыі музычнага вяшчання: фармаванне мастацкага густу, знаёмства з лепшымі ўзорамі музычнай класікі і дасягненнямі сучасных кампазітараў і выканаўцаў, стварэнне добрага настрою.

Прэрагатывай канала «Культура» стала акадэмічная музыка, творы сімфанічнага, кантатна-аратарыяльнага, опернага, камернага жанраў. Самы папулярны музычны праект канала – «Канцэртная зала» знаёміць слухача з лепшымі здабыткамі беларускай класічнай музыкі. Ідэя праграмы належыць выпускніку Беларускай дзяржаўнай акадэміі музыкі Віктару Кісценю. Зараз яго аўтары і вядучыя – Таццяна Песнякевіч, Алесь Вольша.

Адзначым таксама, што праграма «Канцэртная зала» рыхтуецца сумесна з Еўрапейскім вяшчальным саюзам. Таму акрамя лепшых беларускіх выканаўцаў можна пачуць канцэрты еўрапейскіх артыстаў з розных канцэртных пляцовак свету.

Праграма «Класічны рэпертуар» прысвечана шчырым аматарам акадэмічнай музыкі. Аўтар Марына Пагоцкая робіць агляд рэпертуарных і рэдкіх на сцэне твораў, выбірае выдатны ўзор класічнай спадчыны, распавядае пра яго, самога стваральніка або выканаўцу. Класічнай музыцы прысвечаны таксама праекты «Натхнёныя музыкай», «Класіка раніцай», «Гадзіна з класікам» і іншыя [2].

Канал «Культура» актыўна прапагандуе лепшыя ўзоры народнай музычнай культуры. Гэтай тэме прысвечаны праект «Беларуская этнафонія». Яго госці – этнамузыколагі, фалькларысты, лідары фаль-

клорных калектываў і аматары народнай музыкі – расказваюць слухачам пра этнамузычныя традыцыі беларусаў ва ўсім шматабліччы іх праяў, носьбітаў аўтэнтычнай спадчыны. Вядучы – Яўген Талкачоў. Яшчэ адна праграма, звязаная з народнай музыкай – «Гасцінец» журналісткі Таццяны Песнякевіч. Яна прапануе пазнавальныя фальклорныя вандроўкі па Беларусі, знаёмствы з музыкай, песнямі, танцамі, якія суправаджалі традыцыйныя беларускія абрады.

У сетцы вяшчання канала ёсць месца і для іншых музычных напрамкаў. Так, праграма «Рэтра-хіт» прысвечана любімым мелодыям мінулых гадоў. Але акцэнт зроблены на эстрадную і танцавальную музыку. Адзначым, што перадача рыхтуецца выключна па заяўках слухачоў. Ёсць свае прыхільнікі і ў праграм «Музыка тэатра і кіно», «Час на джаз», «Рок назаўжды».

Да 95-годдзя айчыннага вяшчання дырэкцыя канала зладзіла маштабны праект «Радыё: на хвалі мастацтва». Падчас жывых сустрэч у дзяржаўным літаратурным музеі Янкі Купалы супрацоўнікі канала знаёмілі слухачоў з гісторыяй краіны і айчыннага мастацтва праз гісторыю радыё. Гучалі архіўныя запісы з фанатэкі Беларускага радыё: галасы Янкі Купалы, Якуба Коласа, Генадзя Цітовіча і іншых выдатных асоб беларускай культуры. Запісы сустрэч прагучалі ў радыёэфіры [2].

Аднак, нягледзячы на разнастайнасць праграм, некаторым відам мастацтва ў эфіры надаецца недастатковая ўвага. Напрыклад, кіно, выяўленчае мастацтва. Гэты недахоп у пэўнай ступені папаўняецца ў публіцыстычных праектах. Абмеркаванне культуралагічных працэсаў у краіне і свеце займае значнае месца ў праграмах радыёстанцыі. Рыхтуюць такія праграмы, як правіла, прафесійныя музыказнаўцы, мастацтвазнаўцы, літаратуразнаўцы. Кампазітары, мастакі, пісьменнікі, паэты, публіцысты як прафесіяналы заўсёды будуць наперадзе, у авангардзе адкрыцця новых шляхоў чалавечых зносін і мастацкага адлюстравання жыцця. Слухачы ўспрымаюць новыя творы мастацтва, але не заўсёды разумеюць усе тонкасці, не заўсёды могуць «прачытаць паміж радкоў». У гэтых умовах мастацкая публіцыстыка, у прыватнасці, у рамках мастацкага радыёканала, дапамагае зразумець і асвоіць новыя формы, сімвалы і канструкцыі прафесійнага мастацтва [3]. У якасці прыкладу можна прывесці праграму «Дыялогі пра культуру». У гэтым сезоне да размовы пра

культурныя падзеі запрашаюць паэт, публіцыст, журналіст, заслужаны дзеяч культуры Рэспублікі Беларусь Навум Гальпяровіч; журналіст Галіна Шаблінская; мастацтвазнаўца, даследчык сучаснага беларускага мастацтва Мікалай Пагграноўскі; журналіст Наталля Сіротка; кандыдат мастацтвазнаўства Уладзімір Трапянок [2].

З 1 верасня 2019 г. у эфіры канала «Культура» – аўдыяверсія праграмы «Суразмоўцы» Навума Гальпяровіча, якая выходзіць на тэлеканале «Беларусь 3». Гэта гутаркі з вядомымі паэтамі, пісьменнікамі, літаратуразнаўцамі пра творчасць, сучасныя тэндэнцыі развіцця беларускай паэзіі і прозы, уздзеянне літаратуры на фарміраванне асобы. Падобная канцэпцыя і ў праграмы Яны Хадоскі «Арт-гасцёўня», толькі яе «суразмоўцы» – мастакі, дырыжоры, рэжысёры. Пра мастацтва, традыцыі і сучаснае жыццё розных народаў свету, пра культурныя падзеі, што адбываюцца ў розных краінах свету, пра вернісажы і канцэрты замежных майстроў мастацтва ў Беларусі і пра жыццё беларускай дыяспары далёка ад роднага дома распавядае праграма журналісткі Ліліі Бялецкай [2]. Адзначым, што асаблівасцю гэтых перадач з'яўляецца іх дыялагічны характар: як правіла, гэта інтэрв'ю, гутаркі, дыскусіі. Шэраг яркіх, на наш погляд, публіцыстычных праектаў «Залатое сячэнне», «Артэфакт», «Маладзёжны ракурс» і іншыя, на жаль, у архіве. А тым часам у эфіры вельмі не хапае праектаў для пэўных груп слухачоў, перш за ўсё для моладзі. Дзіцячае вяшчанне – праграма «ДНК» гэтую нішу не закрывае.

Зыходзячы з сеткі вяшчання канала «Культура», можна канстатаваць, што большая частка перадач стылістычна разлічана на інтэлігентную аудыторыю. Гэта пацвярджае і першы дырэктар канала К. Агеева: «Культура» – гэта радыё для інтэлектуалаў, інтэлігенцыі, найперш творчай, для людзей дапытлівых» [4]. Аднак арыентацыя на «інтэлектуалаў і інтэлігенцыю» патрабуе высокага інтэлекту, прафесійнага ўзроўню, глыбокіх ведаў працэсаў, якія адбываюцца ў сферы культуры і мастацтва. Менавіта таму напачатку сваёй гісторыі канал рабіў стаўку на пазаштатных аўтараў з ліку знакавых асоб беларускай культуры. З «Культурай» супрацоўнічалі музыказнаўцы Вольга Дадзіёмава, Ірына Мільто, Марына Пагоцкая, мастак Сяргей Крыштаповіч, мастацтвазнаўцы Алег Ойстрах, Юрый Іваноў і Мікалай Пагграноўскі, літаратуразнаўцы Пятро Васючэнка і Аляксандр Гарбачоў, кінакрытык Людміла Саянкова-Мяльніцкая, музы-

кант і шоумэн Сяргей Пукст і многія іншыя. Ахапіць усе аспекты вельмі шматграннага паняцця «культура» імкнуцца і журналісты радыёканала. Ключ да поспеху ў культурнай журналістыцы – нестандартнае мысленне, уменне аналізаваць і тлумачыць складаныя з'явы зразумелай для аўдыторыі мовай. Менавіта гэтымі якасцямі валодаюць Галіна Шаблінская, Уладзімір Трапянок, Таццяна Песнякевіч, Алесь Вольша, Лілія Бялецкая, Яна Хадоска, Навум Гальпяровіч, Святлана Колмак.

На думку расійскага даследчыка Ю. Салодкамедавай, радыёжурналістыка, якая асвятляе праблемы культуры, як ніякая іншая прафесійная дзейнасць, мае магчымасці садзейнічаць удасканаленню ўзаемаадносін чалавека і соцыуму, развіваць творчую, самастойную асобу. Але для гэтага трэба выкарыстоўваць усе велізарныя магчымасці, якімі валодае сучаснае радыё. І ў першую чаргу такую яго адметную рысу, як інтэрактыўнасць [5]. На жаль, на радыёканале «Культура», нямнога праграм выходзіць у прамым эфіры, а новыя праекты, як правіла, не разлічаны на зносіны са слухачамі. Ды і форма падачы інфармацыі, якая зацвердзілася ў некаторых перадачах, робіць іх сумнымі для людзей 20–40 гадоў, а гэта значыць, што каштоўнасць культурнага паслання не можа быць успрынята адэкватна.

Тым не менш, азіраючыся на 20-гадовую гісторыю канала «Культура», трэба адзначыць, што ён стаў прыкметнай з'явай на медыйным полі краіны, стварыў шэраг значных праектаў аб развіцці нацыянальных культурных працэсаў, спрыяў выхаванню эстэтычных поглядаў і густаў. Але самае галоўнае, набыў верных сяброў і ўдзячных слухачоў.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Ясавеев, И. Г. Культурологическая проблематика в СМИ / И. Г. Ясавеев. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studfiles.net/preview/6187147/page:28/ – Дата доступа: 29.12.2021.

2. Официальный сайт канала «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://radiokultura.by/be/peredachi. – Дата доступа: 31.12.2021.

3. Яканюк Д. Л. Сучасныя публіцыстычныя жанры і формы электроннай журналістыкі: Вучэбна-метадычны комплекс / Д. Л. Яканюк. – Мн.: БДУ, 2002. – 41 с.

4. Агеева, Е. И. Канал «Культура» – радио для интеллектуалов / Е. И. Агеева. – [Электронный ресурс] Электрон. дан. (54 КБ). – Минск, 2013. – Электрон. опт. диски (CD-ROM

5. Сладкомедова, Ю. Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности / Ю. Ю. Сладкомедова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cheloveknauka.com/kulturno-prosvetitelskie-programmy-na-gosudarstvennom-radio-strukturno-funktsionalnye-i-zhanrovo-tematicheskie-osobennost#ixzz4rLn0MyVe– Дата доступа: 31.12.2021.

## СПЕЦЫФІКА РАБОТЫ РАДЫЁЖУРНАЛІСТА Ў ПРАМЫМ ЭФІРЫ (НА МАТЭРЫЯЛЕ РАДЫЁКАНАЛА «КУЛЬТУРА»)

**П. А. Нядзвецкая,**
навуковы кіраўнік – Сцяжко Н. Р.
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Выхад у прамы эфір – задача няпростая. Зрабіць гэта якасна можа толькі той журналіст, які мае досыць вопыту і ўпэўненасці ва ўласных сілах. «Прамы эфір – загадзя спланаванае і рэалізаванае распаўсюджванне (паказ, трансляцыя) для перадачы аўдыторыі сацыяльна-значнай інфармацыі ў выглядзе карцінкі, а таксама гукавога суправаджэння, што ажыццяўляецца адначасова з рэальнай падзеяй або дзеяннем, якое ўключае спецыяльна арганізаваную структуру (перадача, праграма) і камунікатыўную дзейнасць вядучага» [1, с. 180].

Што тычыцца прамога эфіру на радыё, то тут справа ўскладняецца адсутнасцю візуальнага складніка. І ў абавязкі журналіста, які выходзіць у прамы эфір, уваходзіць кампенсацыя адсутнасці візуала рознымі гукавымі сродкамі (шумамі, гукавымі эфектамі, джынглямі і т.д.). Улічваючы сучасныя тэндэнцыі, можна назіраць узаемасувязь творчых элементаў радыё-праекта і тэхналагічных магчымасцей, з дапамогай якіх іх можна рэалізаваць. Таксама можна адзначыць, што сёння да прамых эфіраў на радыё ставяцца інакш: яны сталі

больш жывымі, людзі ў прамым эфіры размаўляюць паміж сабой, падобна добрым сябрам за кубачкам кавы. Усё часцей радыёвядучыя адыходзяць ад шаблона прамовы і клішэ ў пабудове тэкстаў. Нармальнай з'явай ужо сталі ўкрапванні слэнгавага маўлення ў эфір, можна пачуць невялікія замінкі і агаворкі – ўсё тое, што ўласціва гутарковаму стылю зносін. Такім чынам, можна назіраць адыход ад публіцыстыкі і набліжэнне да гутарковага стылю ў прамых эфірах. Менавіта такія прыёмы робяць падачу больш даступнай, ажыўляюць эфір і робяць яго больш простым для ўспрымання, што несумненна прыцягвае цікавасць слухача.

Прымаючы пад увагу сучасныя тэндэнцыі, якія назіраюцца ў розных радыёстанцыях, можна вылучыць некалькі галоўных аспектаў, у якіх адлюстроўваецца спецыфіка працы журналіста ў прамых эфірах:

1. Цікавасць аўдыторыі да інтэрв'ю ў рэжыме life. Павелічэнне колькасці інтэрв'ю з гасцямі перадачы на пэўныя тэмы.
2. Набліжэнне радыйнай мовы да гутарковай.
3. Выкарыстанне сучасных тэхнічных сродкаў для стварэння эфекту прысутнасці і ўздзеяння на свядомасць і настрой слухача.

Каб пацвердзіць вышэйадзначаныя сцвярджэнні, прааналізуем выпуск праграмы «Дыялогі пра культуру» ад 15.11.2021, які быў у прамым эфіры радыёканала «Культура». Перадачу вядзе паэт, публіцыст, журналіст, заслужаны дзеяч культуры Рэспублікі Беларусь Навум Гальпяровіч. Госцем выпуска стаў Валерый Бяляеў, гукарэжысёр Беларускага радыё. Праграма ўяўляе сабой інтэрв'ю-размову ў фармаце пытанне-адказ на зададзеную тэму. «Дыялогі пра культуру» – адна з першых праграм на канале «Культура». Гэта віртуальная пляцоўка для абмеркавання самых значных падзей у сферы мастацтва, літаратуры, кіно, тэатра. Праграма выходзіць у эфір у 12:30 і 18:30 па буднях. Праграма ствараецца для тых, хто цікавіцца культурай і жадае спазнаваць канву беларускага культурнага жыцця.

Варта адзначыць, што выпуск, які мы аналізуем, выйшаў у дзень 96-годдзя Беларускага Радыё. Гэта паслужыла інфанагодай і абумовіла выбар тэмы інтэрв'ю і госця праграмы. Важна тое, што тыя вядучыя, якія з'яўляюцца аўтарамі праграм, самі выбіраюць тэму і падбіраюць госця. У гэтым таксама выяўляецца спецыфіка працы – журналіст павінен таксама валодаць навыкамі рэжысёра і прадзю-

сара. Пасля джынглаў гледачоў адразу вітае вядучы. Праграма, як і пераважная большасць кантэнту, ствараемага радыёканалам, ідзе на беларускай мове. Першым, што перашкаджае ўспрыманню аўдыторыі, якая валодае беларускай мовай, з'яўляюцца разыходжанні ў вымаўленні на беларускай і рускай мовах. Такая з'ява назіраецца ў выніку білінгвізму. Напрыклад, у рэпліках госця часта можна пачуць формы дзеясловаў, неўласцівыя беларускай мове: «Я павінен был быць на месцы Іны Цецянок, якая там знаходзіцца. Ну, але, калі так ужо атрымалась, буду сёння спрабаваць нешта гаварыць».

Сярод адзначаных намі вышэй асаблівасцей, мы вылучылі набліжэнне маўлення, якое гучыць у прамым эфіры, да гутарковага стылю. У прааналізаванай намі праграме гэта таксама назіраецца. Вядучы, як і госць, не адзін раз дапускае ў прамове так званыя словы-паразіты, накшталт «э», «о», «эм», «ну». Напрыклад, цытаты вядучага: «А вось тое што, ну, што я лічу…», «Па радыё гучаць ш-ш-шумы самыя розныя, і птушкі спяваюць, і крокі, крокі ёсць…». Тут мы назіраем нематываваныя паўторы, агаворкі і замінкі ў вымаўленні – усё гэта ўласціва гутарковаму стылю.

Той самы рэжым life ў інтэрв'ю, пра які мы пісалі вышэй, назіраецца ў адзначанай праграме. Напрыклад, эпізод у якім вядучы анансуе запіс радыёспектакля. Валерый Бяляеў папраўляе вядучага, кажучы аб тым, што пра яго працы лепш казаць «створаных», а не «аформленых»:

Вядучы: «Валерый Мікалаевіч, вазьміце навушнікі, і мы паслухаем, ну, урывак з радыёспектакля, які, вось, афармлялі, ну, стваралі, дакладней кажучы, вы…»

Госць: «Лепей стваралі, таму што…»

Вядучы: «Стваралі!»

Госць: «Канешне!»

Вядучы: «Стваралі!»

Госць: «Канешне! Канешне!»

Па гэтай жа тэме наступная цытата вядучага: «Слухач наўрад ці пачуў гэтыя недахопы, адчуў гэтыя недахопы…»

Калі б гэта быў запіс, то такія моманты, несумненна, выразалі б. Па-першае, гэтыя фрагменты не нясуць у сабе сэнсавай нагрузкі. Па-другое, яны ўяўляюць сабой нематываваны паўтор лексічных адзінак. Па-трэцяе, гэта займае эфірны час. Але так як гэта інтэрв'ю

ў прамым эфіры, і, як мы ўжо высветлілі, адной з самых галоўных задач журналіста сёння з'яўляецца правесці праграму ў рэжыме life, каб наблізіцца да слухача і сцерці граніцу, якая ствараецца паміж журналістам і аўдыторыяй, то гэтыя элементы апраўдваюцца гэтай задачай.

Аб укараненні сучасных тэхнічных сродкаў сведчаць эпізоды перадачы, у якіх гукарэжысёр Іна Цецянок уключала ў эфір запісы радыёспектакляў, створаных Валерыем Бяляевым. А таксама ўключэнне адбівак падчас трансляцыі праграмы.

Аналіз радыёпраграмы, які мы правялі, дазваляе зрабіць выснову аб тым, што метад работы ў прамым эфіры радыёвяшчання мае свае складанасці і нюансы. Таму журналіст, які выходзіць у прамы эфір, павінен быць гатовы да любых форсмажораў, пачынаючы ад перапынення вяшчання да непаразуменняў з гасцямі праграмы. Прамы эфір дае журналісту магчымасць пагрузіць слухача ў атмасферу тых падзей, пра якія распавядаюць у эфіры, гэта забяспечвае эфект прысутнасці.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Кузнецов, Г. В. Телевизионная журналистика: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное / Г. В. Кузнецов // Редколлегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик. А. Я. Юровский. – Москва: Издательство МГУ, Высшая школа, 2002. – С. 304.

## КАНАЛ «КУЛЬТУРА» Ў ФАРМІРАВАННІ НАЦЫЯНАЛЬНА-КУЛЬТУРНАЙ ПРАСТОРЫ

**В. М. Самусевіч**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Феномен нацыянальна-культурнай прасторы Рэспублікі Беларусь, у адрозненне ад паняцця культурная прастора, пакуль не так глыбока вывучаны, таму мы ў дэфініраванні гэтага тэрміна будзем зыходзіць з пазіцыі непадзельнасці і ўзаемаабумоўленасці паняццяў нацыянальнай культуры і культурнай прасторы Беларусі. Гэту думку падтрымлівае і прафесар А. Г. Слука, адзначаючы, што «су-

часная культурная прастора і нацыянальная культура знаходзяцца ў дыялектычным адзінстве і ў пастаянным працэсе ўзаемнага ўзбагачэння і развіцця. У культурнай прасторы здзяйсняецца дынамічнае самаразвіццё чалавека, і ад гэтага непасрэдна залежыць рашэнне тактычных праблем грамадства і дзяржавы» [3].

Адну з такіх праблем вынікавала глабалізацыя інфармацыйнай прасторы, стварыўшы небяспечныя для нацыянальнай культуры ўмовы для ўзнікнення міжкультурных і, адпаведна, міжнацыянальных супярэчнасцяў і канфліктаў. Апошнія звязаны з навязваннем, а часам з агрэсіўнай прапагандай іншых культурных каштоўнасцяў, адпаведна чужой культуры, а часам і гвалтоўнай асіміляцыі сваёй. У гэтым рэчышчы захаванне і развіццё нацыянальнай культурнай прасторы ўзаемазвязана з захаваннем цэласнасці краіны і супрацьдзеяннем дэструктыўным працэсам, якія назіраюцца апошнім часам – спробай змены/замены/нівеліравання традыцыйных каштоўнасцяў беларусаў, іх фальсіфікацыяй, а часам і прысваеннем.

Відавочна, што сёння культурнае ўзаемадзеянне набывае глабальныя маштабы і выразную геапалітычную скіраванасць, а таму патрабуе новага разумення, новага асвятлення і кантэксту. Паднімаецца праблема захавання бяспекі прасторы беларускай культуры і духоўнага развіцця нацыі, адной з найважнейшых умоў якой з'яўляецца бяспека нацыянальнай інфармацыйнай прасторы.

Пытанні забеспячэння бяспекі нацыянальнай культурнай прасторы сёння не толькі востраактуальныя, але і ўскладненыя шэрагам фактараў сацыяльна-палітычнага характару. Гістарычна склалася, што ў СМІ паняцце культура абавязкова ўтрымлівае ідэалагічны сэнс, паколькі трансляцыя, асэнсаванне і пераасэнсаванне каштоўнасцяў нацыянальнай культуры прыводзіць да кардынальнай перабудовы мадэлі свету, у прыватнасці сацыякультурнай карціны свету.

2020-я гг. – час звароту да традыцыйных культурных каштоўнасцяў, якія зараз не столькі патрабуюць пераасэнсавання, колькі захавання і змястоўна-канцэптуальнай актуалізацыі ў сучасных ўмовах. Культура сёння стала важным сацыяльным феноменам, які сумяшчае ўсе характарыстыкі ментальнасці пэўнага грамадства і яго духоўна-практычнай дзейнасці. Вучоныя бачаць менавіта ў культуры тыя сілы, якія фарміруюць мысленне. Так, Э. Сепір пісаў аб тым, што культуру можна вызначыць як тое, што пэўнае грамадства робі-

ць і думае. На базе маральных імператываў новага часу і функцыянуючай ў грамадстве сацыяльна-гістарычнай сістэмы культурных каштоўнасцяў у нацыянальнай асобы фарміруецца спецыфічная сукупнасць прыкмет разумення рэчаіснасці і свайго месца ў ёй. Асобасныя веды фарміруюцца ў тым сацыякультурным і этнічным кантэксце, у якім развіваецца асоба. Менавіта культурны ўзровень чалавека ў сваіх розных праяўленнях вызначае і сацыяльную ідэнтыфікацыю. Таму сёння гэта як ніколі раней важна.

У гэтых ўмовах узрастае роля журналістыкі, адной з асноўных функцый якой з'яўляецца культурафарміруючая. У нацыянальнай інфармацыйнай прасторы ключавую ролю адыгрывае канал Беларускага радыё «Культура».

Канал «Культура» стаў першай у Беларусі спецыялізаванай беларускамоўнай радыёстанцыяй, арыентаванай на інтэлектуальных людзей, якія цікавяцца нацыянальнымі і сусветнымі культурнымі дасягненнямі і адметнымі падзеямі ў свеце мастацтва. Сваю місію канал вызначае як «ідэнтыфікацыя нацыянальнай культуры ў кантэксце сусветнай». Звернемся падрабязней да функцый, што выконвае канал «Культура» з мэтай фарміравання, развіцця і захавання нацыянальна-культурнай прасторы з яе адметнасцямі і дасягненнямі.

***Гуманістычная*** функцыя канала непарыўна звязана з ***культурафарміруючай*** і скіравана на фарміраванне ў слухачоў гуманістычнага светаўспрымання. Так, агульнавядома, што галоўнае прызначэнне культуры – быць сродкам духоўнага ўзбагачэння асобы. У сувязі з гэтым вялікае значэнне набывае працэс інкультурацыі пры дапамозе журналістыкі, якая абавязана забяспечваць культурнай інфармацыяй грамадства, культывіраваць неабходныя для існавання і духоўнага развіцця нацыі каштоўнасці, фарміруючы ў беларускага соцыуму пэўныя культурныя арыенціры і мадэлюючы сучасную нацыянальную карціну свету, захоўваючы тым самым багацце нацыянальнай культуры. Сапраўдныя адрозненні культуры нацыі ў асаблівым, толькі ёй уласцівым наборы агульначалавечых рысаў, у непаўторнасці іх злучэння і ў самабытнай іх рэалізацыі. Валодаючы культурнай кампетэнцыяй, змацнеўшы ў нацыянальнай культуры і духоўнасці, чалавек дастаткова падрыхтаваны да азнаямлення з іншай культурай. Тады і вынікам інтэрферэнцыі культур

стане ўзбагачэннё сваёй, нацыянальнай, культуры лепшымі традыцыямі сусветнай, і наадварот. Усё гэта робіць канал «Культура» разам са сваімі партнёрамі (Белдзяржфілармонія, Вялікі тэатр Беларусі і інш.). Напрыклад, запіс канцэртаў, якія яны арганізоўваюць, перадаецца ў сусветны канцэртны фонд, арганізаваны Еўрапеўскім вяшчальным саюзам, што дазваляе папулярызаваць нацыянальныя музычныя здабыткі шырокай аўдыторыі больш з 73 краін свету.

Адметным з'яўляецца і праект «Планета "Культура"», што ўяўляе своеасаблівую аўдыяльную вандроўку, пад час якой слухачы даведваюцца пра мастацтва, традыцыі і сучаснае жыццё розных народаў свету, пра культурныя падзеі, што адбываюцца ў розных краінах свету, пра вернісажы і канцэрты замежных майстроў мастацтва ў Беларусі, а таксама пра жыццё беларускай дыяспары далёка ад радзімы.

Місію канала дазваляе рэалізаваць і штотыднёвы пазнавальны праект «Кругасвет» з удзелам прадстаўнікоў розных краін, якія прыязджаюць у Беларусь. Праект накіраваны на знаёмства з духоўнай спадчынай замежных краін, на выяўленні агульных і адметных з беларускай культурай рыс.

Наступная функцыя канала «Культура» – *адаптыўная*, якая прадстаўлена трыма ўзаемазалежнымі задачамі: *адаптацыі, сацыялізацыі і гарманізацыі*. Адаптыўная функцыя арыентавана на дапамогу ў засваенні сістэмы ведаў, норм, каштоўнасцяў, прывучэнне да сацыяльных роляў, нарматыўных паводзін, падтрымку імкнення да самаўдасканалення. Напрыклад, створаны публіцыстычны праект аб эмацыянальным інтэлекце людзей «Алгарытм гармоніі» з удзелам псіхолагаў, псіхатэрапеўтаў, арт-тэрапеўтаў, нейрапсіхолагаў. Праграма прадугледжвае абмеркаванне актуальных тэм, звязаных з чалавечай псіхікай, эмоцыямі і паводзінамі ў розных сітуацыях. Шэраг праектаў для дзяцей і падлеткаў таксама дазваляе рэалізаваць гэтую функцыю.

*Пазнавальная* функцыя ўключае *гнасеалагічны, камунікатыўны* і *трансляцыйны* накірункі дзейнасці.

*Гнасеалагічная* (пазнавальная) функцыя арыентавана на канцэнтрацыю і асэнсаванне вопыту папярэдніх пакаленняў, каб праз гэту прызму даць цэласнае уяўленне беларусам пра іх саміх. Напрыклад, рэалізуецца пазнавальны мастацтвазнаўчы праект «Лекторый», які

распавядае пра асаблівасці развіцця мастацтва XX–XXI стст., разнастайныя напрамкі, стылі і жанры, яркіх прадстаўнікоў сусветнай мастацкай культуры, ролю беларускіх творцаў ў гэтых працэсах. Праграма «Радыётэатр плюс» знаёміць з адметнымі ўзорамі радыёдраматургіі і радыёверсіямі спектакляў, увасобленымі ў розныя гады, а праект «На паліцах фанатэкі» – з унікальнымі дакументальнымі і мастацкімі фондамі Беларускага радыё.

Літаратурна-мастацкі праект «Прачулым радком» прадстаўляе найперш падборкі паэтычных твораў класікаў айчыннай літаратуры. Так, з пачатку новага вяшчальнага сезона на хвалях «Культуры» ўжо прагучалі вершы Янкі Купалы, Максіма Багдановіча, Максіма Танка, Уладзіміра Дубоўкі, слухачы пазнаёмяцца з паэтычнымі радкамі Петруся Броўкі, Сяргея Грахоўскага, Аркадзя Куляшова, Язэпа Пушчы і іншых творцаў.

Шэраг твораў знайшлі аўдыяльную рэалізацыю на канале. Спецыялізаваная радыёхваля папулярызуе лепшыя мастацкія творы краіны і свету. Напрыклад, кніга Яна Баршчэўскага «Шляхціц Завальня, або Беларусь у фантастычных апавяданнях». Ці ў рамках праекта «Літаратурная анталогія» канал праводзіць літаратурныя чытанні старонак з рамана «Людзі на балоце» ў выкананні артысткі Лікі Пташук.

*Камунікатыўная* функцыя дазваляе людзям узаемадзейнічаць, камуніцыраваць паміж сабой. І, адзначым, што камунікацыі канала ўласцівы дыялагічны характар, які садзейнічае стварэнню гарманічнай абстаноўкі зносін гасцей і вядучых і арыентуе на актыўны удзел слухачоў. Пазітыўная камунікацыя, што наладжана каналам «Культура», дазваляе дасягнуць высокага ўзроўню ўзаемаразумення ўсіх удзельнікаў камунікацыі. Напрыклад, прафарыентацыйная рубрыка «Знаёмства з БДУ».

Функцыю *трансляцыі*, перадачы пэўнага вопыту ад пакалення пакаленню, вызначаюць часам як функцыю гістарычнай пераемнасці. Тут адразу ўзгадваецца праект «Гасцінец», які ўяўляе пазнавальныя фальклорныя вандроўкі па Беларусі: песні, танцы, аўтарскія творы з выкарыстаннем фальклору, гутарка з запрошаным госцем-выканаўцам ці кіраўніком музычнага калектыву, знаёмства з музыкай, якая суправаджала традыцыйныя беларускія абрады. Ці праект «Беларуская этнафонія», які цалкам прысвечаны народнай

музычнай культуры. Аўтар перадачы і яго госці – этнамузыколагі, фалькларысты, лідары фальклорных калектываў і аматары народнай музыкі – знаёмяць слухачоў з этнамузычнай традыцыяй беларусаў ва ўсім шматабліччы яе праяў, з носьбітамі аўтэнтычнай спадчыны і мастацкімі ўзорамі.

Як мы бачым, апошнія дзве функцыі – камунікатыўная і трансляцыі – цесна ўзаемазвязаны, паколькі арыентаваны на захаванне, тыражыраванне і перадачу культурных каштоўнасцяў.

Напрыклад, праграма «Рэтра-хіт» запрашае узгадаць любімыя песні мінулых гадоў і складацца выключна па заяўках слухачоў. Выконваюцца вядомыя, паўзабытыя і малавядомыя песні айчыннай і замежнай эстрады, танцавальныя рэтра-рытмы ў выкананні папулярных калектываў XX стагоддзя. Аўтары праекта вызначаюць яго як «своеасаблівую вандроўку ў свет музыкі мінулых гадоў».

*Інтэгратыўная* функцыя прадугледжвае, што канал забяспечвае ўзаемадзенне паміж рознымі групамі і сегментамі грамадства, чым іх аб'ядноўвае, ствараючы адзіную інфармацыйную прастору і фарміруючы грамадскую думку як кансалідаваную, узгодненую пазіцыю. Так, адна з першых праграм на канале «Культура» – «Дыялогі пра культуру». За гады існавання яна стала віртуальнай пляцоўкай для абмеркавання самых значных падзей у сферы мастацтва, літаратуры, кіно, тэатра. Вядучымі праграмы былі мастацтвазнаўцы, культуролагі, журналісты. У эфіры канала «Культура» таксама можна паслухаць аўдыяверсію праграмы «Суразмоўцы» Навума Гальпяровіча, якая выходзіць на тэлеканале «Беларусь – 3».

Трэба адзначыць шматфункцыянальнасць – характэрная адметнасць радыёканала: канцэптуальная скіраванасць той ці іншай праграмы/праекта, як правіла, выразна вызначае вядучую функцыю, пры гэтым заўважны і выконваюцца і іншыя. Напрыклад, пры правядзенні тэматычных вечароў з цыкла «Радыё на хвалі мастацтва» ў Дзяржаўным музеі Янкі Купалы, прысвечаных прафесійнай і культурна-асветніцкай дзейнасці радыё ў розныя часы. Таксама канал праводзіць і шмат конкурсаў. Напрыклад, інтэрактыўны конкурс «Быў. Ёсць. Буду», прысвечаны дню нараджэння Уладзіміра Караткевіча і 95-годдзю Беларускага радыё.

*Кампенсаторная* (рэкрэатыўная) і *гульнявая* функцыі арыентаваны на зняцце напружання, на адпачынак і псіхалагічную разрадку

пасля паўсядзённай дзейнасці, садзейнічаюць праяўленню непасрэднай чалавечай прыроды. Напрыклад, праект «Вячэрняя казка» – штодзённая праграма для маленькіх слухачоў, падчас якой выкарыстоўваюцца народныя і аўтарскія казкі, а таксама творы з фондаў.

Варта адзначыць, што ў сусветнай прасторы сёння актыўна тыражуецца інфармацыя высокай мадальнасці, аднак з нулявым культурным патэнцыялам, што зводзіцца, як правіла і ў лепшым выпадку, да суб'ектыўнай ацэнкі культурнай падзеі. Гэта звязана найперш з тым, што «парадыгма развіцця культуры змянілася радыкальна: ад асветніцкай да забаўляльнай» [1, с. 170]. Усё ж, нягледзячы на тое, што сусветная журналістыка мае маскультавы характар, нельга забываць старыя традыцыі айчыннай журналістыкі. Адной з якіх, на думку Л. Саянковай-Мяльніцкай, была традыцыя, звязаная з культурай інфармацыі, культурай дыялогу з чытачом, культурай мыслення [2, с. 225]. І канал «Культура» ў гэтым плане, на нашу думку, узорны.

Канал шмат увагі надзяляе пытанням выхавання дзяцей і падлеткаў, выконваючы важную ***выхаваўчую*** функцыю. Напрыклад, мастацкі праект «Дзіцячы радыётэатр», накіраваны на выхаванне маладога пакалення на лепшых узорах сусветнай літаратуры, увасобленых у запісах з фондаў Беларускага радыё.

Да гэтага часу «выхаваннем» дзяцей на канале «Культура» займалася «Мэры Попінс». Сучаснаму пакаленню радыёканалам прапанаваны новы фармат – праграма «ДНК» – «Дасціпныя. Нястомныя. Кемлівыя». Канал вызначае задачу гэтага праекта: «ДНК – гэта тое, што робіць кожнага з нас унікальным. Адначасова ДНК – гэта тое, што адлюстроўвае нашу ідэнтычнасць. Усе мы носьбіты беларускага ДНК». Змест рубрык ахоплівае ўсе бакі жыцця: прафарыентацыя, камунікацыя, шчырыя размовы з дактарамі і псіхолагамі і знаёмства з таленавітымі юнымі беларусамі. Гэта аўдыяльная пляцоўка становіцца рэальным дыскусійным клубам, які дазваляе самавыражацца юным слухачам і адкрыта выказваць падлеткам сваю думку і меркаванне. Аднак і самым маленькім праект будзе цікавы: ім прапаноўваюцца, напрыклад, аповеды пра жывёльны і раслінны свет.

Сучаснае грамадства скіроўваецца на новую сістэму культурных каштоўнасцяў, вынікаваных новым мысленнем, новымі рэаліямі. Аднак у пагоні за новым варта не згубіць тое, на чым базуецца наша

нацыяльна-культурная прастора. Новыя каштоўнасці, якія шырока прапагандуюцца ў свеце, не заўсёды з'яўляюцца каштоўнасцямі для нашай культуры. І таму радыёканал «Культура» дапамагае аддзяліць «зёрна от плевел». Сучаснай аўдыторыі неабходна аб'ектыўная інтэрпрэтацыя фактаў і з'яў, прафесійны аналіз і кампетэнтныя сцвярджэнні і ацэнкі, дакладная інфармацыя пра розныя аспекты і падзеі культурнага жыцця краіны. І дзеля таго, каб не разбурыць асновы нацыянальнай культуры, зберагчы культурныя традыцыі і каштоўнасці беларускага народа, захаваць духоўнасць нацыі, развіваць адметную ў свеце нацыянальна-культурную прастору канал «Культура» на роднай беларускай мове праз выхаванне культуры і ў культуры фарміруе ў кожнага свайго слухача пачуццё адказнасці за тое, якую культуру ён пасля перадасць сваім дзецям, што ён навучыць іх любіць і якімі каштоўнасцямі кіравацца ў жыцці.

## Бібліяграфічныя спасылкі


1. Медведева, О. А. Медиакультура: между раритетом и архетипом / О. А. Медведева // Жыццём і словам прысягаючы…: да 85-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага: зб. навук. прац. / пад агул. рэд. д-ра філал. навук, праф. В.І. Іўчанкава. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2007. – С. 170.
2. Саенкова, Л. П. О культуре публикаций по вопросам искусства / Л. П. Саенкова // Жыццём і словам прысягаючы…: да 85-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага: зб. навук. прац / пад агул. рэд. д-ра філал. навук, праф. В.І. Іўчанкава. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2007. – С. 219–226.
3. Слука, О. Г. Современное культурное пространство в идеологии белорусского государства / О. Г. Слука [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elib.institutemvd.by/bitstream/MVD_NAM/229/3/23477091722560302114780092109850517442.pdf. – Дата доступа: 31.12.2021.

# РАДЫЁКАНАЛ «КУЛЬТУРА»: ПЕРАДУМОВЫ СТВАРЭННЯ

**А. А. Смірнова**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Першы эфір радыёканала «Культура» адбыўся 1 студзеня 2002 года. З'яўленне спецыялізаванай радыёстанцыі стала вынікам складаных грамадска-палітычных і эканамічных працэсаў таго часу. Звернемся да падзей, якія папярэднічалі стварэнню радыёстанцыі.

Мяжа XX–XXI стагоддзяў – час пераасэнсавання рэчаіснасці, фарміравання новага мыслення не толькі ў дачыненні да гістарычнага шляху краіны, але і лакальных працэсаў, а дакладней, развіцця радыёвяшчання, яго ролі ў жыцці грамадства. 1990–2001 гг. – бурныя, супярэчлівыя падзеі гэтага часу сталі заканамерным вынікам папярэдняга дзесяцігоддзя. За гэтыя гады адбыліся кардынальныя змены ўсіх бакоў жыцця, у першую чаргу, палітычнага. Драматычныя падзеі путча 1991 года, развал СССР, спроба пераварота 1993 і вынікі гэтых падзей сталі буйнымі вехамі, якія акрэслілі шлях развіцця пастасавецкіх краін, іх найноўшую гісторыю і будучыню.

Гэтыя складаныя працэсы патрабавалі глыбокага асэнсавання, аналізу ў сродках масавай інфармацыі. Дыскусіі на старонках газет, на тэлеэкране, у радыёэфіры былі бескампраміснымі. Дэмакратызацыя ўсіх бакоў жыцця, якая ішла праз сродкі масавай інфармацыі, таксама была неадназначнай. Нашэсце масавай культуры ў яе самым нізкапробным варыянце, амерыканізацыя цэнтральных каналаў тэлебачання сталі дэструктыўна ўплываць на аўдыторыю. Тэлебачанне стала іграць больш значную ролю ў жыцці грамадства, чым гэта было ў папярэднія дзесяцігоддзі.

Найбольш важныя прыкметы, характарыстыкі і тэндэнцыі радыёвяшчання гэтага перыяду: дэманапалізацыя вяшчання, з'яўленне камерцыйных радыёстанцый, якія стварылі канкурэнтную сітуацыю ў радыёэфіры; значнае павелічэнне інфармацыйнага вяшчання і з'яўленне праграм навін новага тыпу; узмацненне аналітычнага пачатку радыёжурналістыкі; павелічэнне праграм, якія выходзяць у прамым эфіры; значнае памяншэнне праграм часопіснага тыпу і павелічэнне аўтарскіх праграм; дыялагізацыя эфіра; памяншэнне

аб’ёма дакументальна-мастацкага вяшчання, а ў ім – выкарыстання акустычных выразных сродкаў; пашырэнне розных форм інтэрактыўнага вяшчання; узмацненне ролі вядучага; змяненне танальнасці зносін з аўдыторыяй; мадыфікацыя жанраў; змяненне ўнутраных узаемасувязей у сістэме жанраў; рост значэння мясцовага вяшчання і інш. [1, с. 89].

Многія з гэтых працэсаў узаемазвязаны. Змяненне ўмоў працы, відазмяненне набора функцый, новыя адносіны з аўдыторыяй актыўна паўплывалі на прынцыпы праграмавання вяшчальнай сеткі. Яе аснову на радыёстанцыях універсальнага тыпу, якія ўключаюць у сябе ўвесь спектр вяшчання, склалі праграмы навін, інфармацыйна-аналітычныя праграмы. Паскорыўся рытм і дынаміка гучання навін. З’явіліся элементы гульні ў праграмах. Найбольш шчыльнай стала інфармацыйнасць тэкстаў за кошт скарачэння іх у аб’еме. Павялічыўся аб’ём рэкламных праграм.

Істотны ўплыў на метады працы радыёжурналіста аказала вяшчанне ў прамым эфіры. Прамы эфір стаў якасна новай ступенню прасторава-часавага адлюстравання рэчаіснасці сродкамі гука. Прамы эфір наблізіў вяшчанне да звычайных маўленчых зносін. Гэта быў своеасаблівы зварот да пачатковага перыяду вяшчання, калі перадачы ішлі ў эфір без запісу, але зварот на новым функцыянальным, жанравым, структурным узроўні.

Адна з асноўных тэндэнцый вяшчання на мяжы стагоддзяў – адмаўленне ў значнай ступені ад пісьмовых тэкстаў. Новыя задачы вяшчання і новыя ўмовы, у якіх яно стала працаваць, прывялі да адмаўлення ад многіх ранейшых форм зносін з аўдыторыяй, якія запатрабавалі ў эфіры жывое непадрыхтаванае маўленне. Формы дыялагізацыі становяцца ўсё больш разнастайнымі.

Адной з прыкмет тагачаснага эфіру стала скарачэнне тэкставых фрагментаў ва ўсіх відах перадач, у тым ліку і ў сінтэтычных жанрах: радыёрэпартажы, радыёнарысе. Скарачаецца таксама аб’ем чытацкіх матэыялаў (маналагічных бясед, лекцый, выступленняў ля мікрафона).

Такім чынам, радыё, расхіліўшы палітычныя рамкі вяшчання, вярнулася да сваіх прыродных вытокаў. Вяшчанне ў многіх сваіх праграмах наблізілася да звычайных маўленчых зносін, у якіх прысутнічаюць невялікія інфармацыйныя паведамленні, элементы

каментарыя, агляда, рэцэнзіі, бяседы, замалёўкі, інтэрв'ю… Безумоўна, гэта распаўсюджвалася не на ўвесь масіў вяшчання, у эфіры працягвалі гучаць пісьмовыя, літаратурныя жанры, аднак тэндэнцыя дыялагізацыі эфіру становіцца дамінуючай.

Функцыянальныя змены ў радыёжурналістыцы ўздзейнічалі і на кожную групу жанраў. Найбольшую трансфармцыю перажылі жанры дакументальна-мастацкія. Адукацыйная, выхаваўчая, эстэтычная функцыі, характэрныя для жанраў гэтай групы, адышлі на другі план. Гэта адбілася на дакументальна-мастацкіх жанрах дваяк. Па-першае, яны сталі радзей гучаць у эфіры. Па-другое, адбываўся ўплыў дыялагізацыі. Практычна зніклі радыёзамалёўкі, радыёнарысы, радыёапавяданні. Памяншэнне колькасці гэтых жанраў звязана таксама і з тым, што яны гучалі раней у праграмах часопіснага тыпу, якія сталі выходзіць у эфір значна радзей, у сувязі з адмаўленнем ад галіновага вяшчання.

Вядома, фарміраванне новага мыслення – гэта справа не аднаго месяца, і нават не аднаго года, хутчэй дзесяцігоддзя, аднак менавіта ў перыяд памежжа стала відавочным, што радыё як сродак масавай інфармацыі губляе не тое, каб папулярнасць, але яно вымушана падпарадкоўвацца новым правілам, якія дыктуе час, і ў гэтых правілах асноўная стаўка робіцца не на мастацкае вяшчанне, не на доўгія разважлівыя выступленні, а на грамадска-палітычнае вяшчанне, на дыялагічнасць, на кліпавасць, якая стала асноўнай рысай новага мыслення, рысай масавай культуры. Скарачаюцца хранаметражы рэпарцёрскіх матэрыялаў, адсюль ідзе агрэсіўная трансфармацыя журналісцкіх жанраў, актыўна выкарыстоўваецца сучасная музыка, пашыраецца спектр інтэрактыўных паслуг для радыёслухачоў. Так, калі раней нарыс мог гучаць у эфіры да паўгадзіны, то зараз ў лепшым выпадку да дзесяці хвілін, калі, увогуле, ён захаваўся. Многія практыкі пачалі «вымяраць» жанры не глыбінёй думкі, не ступенню раскрыцця тэмы, а хранаметражом: 1,5 хвіліны – інфармацыйнае паведамленне; 1,5–2 хвіліны – каменціраванае інфармацыйнае паведамленне; 3–4 хвіліны – рэпартаж; 5 хвілін – гэта ўжо, напэўна, нарыс.

Айчынны радыёрынак пачаў дзяліцца на пэўныя тэматычныя сегменты: так, на Першым канале Беларускага радыё прыярытэтным засталося грамадска-палітычнае вяшчанне, з'явілася шмат ды-

ялагічных праграм у прамым эфіры, якія задавальнялі патрэбу слухачоў у інтэрактыўнасці.

Менавіта такія падзеі і працэсы папярэднічалі з'ўленню ў студзені 2002 новай радыёстанцыі – «Культура», у аснову канцэпцыі якой была пакладзена папулярызацыя найлепшых дасягненняў сусветнай і нацыянальнай культуры. Радыёстанцыя «Культура» стала пэўным гуртком элітарнасці. Тэматычнае разгалінаванне радыё дазволіла захаваць у эфіры музычнае і літаратурна-драматычнае вяшчанне, працаваць хоць і з меншай аўдыторыяй, але больш адрасна. Але ўсе тыя тэндэнцыі, якія былі характэрны для эфіру таго часу, паўплывалі, вядома, і на праграмную палітыку радыёканала «Культура», дзе таксама адмовіліся ад доўгіх маналагічных жанраў, аддаючы перавагу больш дынамічным фарматам. Акрамя таго, доля музычнага вяшчання была значна большая, чым літаратурна-драматычнага: «Музычны дэсерт», «Скрыжаванне», «Музычны калаж», «Музыка ночы», «Еўропа музычная», «Акадэмія гуку», «Рэтра-хіт», «Музычны радыётэатр», «Час музыкі», «Канцэрт», «Хіты на гады», «Хатняя філармонія», «Адвечная магія музыкі», «Канцэртная зала» супраць некалькіх праграм літаратурнага і літаратурна-драматычнага кірунку: «Літаратурная анталогія», «Сюжэт з лейтматывам», «Раніца з кніжкай», «Тэатр перад мікрафонам». Гэта таксама звязана з асаблівасцямі ўспрыняцця аўдыякантэнту і агульнымі тагачаснымі тэндэнцыямі.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Смирнов, В. В. Жанровая система радиожурналистики. История. Теория. Особенности функционирования / В. В. Смирнов. – Ростов-на-Дону, 2006.

## РАДЫЁКАНАЛ «КУЛЬТУРА»: ВЫТОКІ ПАПУЛЯРНАСЦІ

**Н. Р. Сцяжко**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Радыёканал «Культура», які ўваходзіць у структуру Белтэлерадыёкампаніі з моманту свайго адкрыцця, 1 студзеня 2002 года, лічы-

ць сваёй місіяй інтэграцыю нацыянальнай беларускай культуры і мастацтва ў сусветную культуралагічную прастору. Яго мэта – паказаць, што Беларусь з'яўляецца неад'емнай часткай культурнага кода ўсяго чалавецтва. У эфіры прадстаўлена багатая палітра перадач, прысвечаная розным відам мастацтваў і народнай творчасці. У цяперашні час у эфіры знаходзіцца 30 арыгінальных перадач, падрабязна пра якія можна даведацца на сайце radiorultura.by/peredachi. Ен таксама мае багаты архіў, таму пры жаданні можна праслухаць перадачы, якія ўжо не ідуць у эфіры.

Важным з'яўляецца тое, што аўтарамі праграмы часта выступаюць не проста журналісты, але і мастацтвазнаўцы, спецыялісты ў пэўнай вобласці, што, несумненна павышае статус перадачы і яе мастацкую каштоўнасць, таму такі аўдыякантэнт вельмі прыцягальны для слухача.

Што дазваляе рабіць перадачу цікавай? Якія інструменты выкарыстоўвае аўтар для стварэння аўдыёпрадуктаў? У адрозненне ад тэлебачання, радыё не задзейнічае вобласць гледжання, таму такія важныя кампаненты экраннай мовы як кадр, ракурс, колер радые не можа ўзяць на ўзбраенне. У арсенале стваральніка радыёпраграмы толькі тыя інструменты, якія ўздзейнічаюць на слых – голас, шумы, музыка, рытм, мантаж. Усе гэтыя кампаненты ствараюць неабходную атмасферу ўспрымання аўдыятвора слухачом. Аўтары радыёканала «Культура» робяць гэта выдатна. Перадачы вельмі арганічныя, сбалансаваныя, з добрымі тэкстамі (сцэнарыямі) і выдатным гукавым аздабленнем. Таксама вельмі важным з'яўляецца разуменне сваёй мэтавай аўдыторыі. У радыёканала «Культура», у адрозненне ад іншых каналаў, яна шырокая па ўзростах – ад самых маленькіх, тых, што любяць «Вячэрнюю казку» да людзей шаноўнага ўзросту, інтэлектуалаў, аматараў класічнай музыкі, літаратуры і т. д.

Радыёканал «Культура» з'яўляецца добрым прыкладам для тэлеканала БТ3 па тэматычнаму складніку, якасці кантэнту і выкарыстанні беларускай мовы, таму многія радыёперадачы могуць быць адаптаваныя для тэлебачання, як напрыклад праграма «Суразмоўцы» Навума Гальпяровіча, прысвечаная беларускім пісьменнікам. Гэта, несумненна, узмацніла б якасны і іміджавы бок БТ3, тым больш, што ў рамках адной структуры – Белтэлерадыёкампаніі гэта не будзе вялікай праблемай. Яркай і канкурэнтнай перавагай радыё-

канала «Культура» з'яўляецца тое, што ўсе перадачы выходзяць на прыгожай, чыстай класічнай беларускай мове. Гэта з'яўляецца умовай працы для супрацоўнікаў радыёканала. Багатыя фонды, запісы з канцэртаў і спектакляў дазваляюць слухачу з любой «глыбінкі» дакрануцца да сапраўднага мастацтва («Канцэрная зала», «Класічны рэпертуар», «Натхнёныя музыкай», «Радыётэатр» і інш), а жыхару вялікага горада, наадварот, паслухаўшы перадачы пра фальклор («Гасцінец», «Беларуская этнафонія» і інш.), адчуць прыгажосць народнай музыкі, дакрануцца да вытокаў сваёй культуры.

Сёння, пасля 20 гадоў з дня свайго заснавання, радыёканал «Культура» здабыў свой стыль, непаўторны вобраз, выконвае найважнейшыя функцыі СМІ – адукацыйныя, рэкрэатыўныя, выхаваўчыя, патрыятычныя, таму з'яўляецца сапраўдным брэндам Белтэлерадыёкампаніі.

## ОБРАЗ ПИСАТЕЛЯ И ЛИТЕРАТУРЫ В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПРОГРАММАХ РАДИОКАНАЛА «КУЛЬТУРА»

**Е. А. Петрусёва,**
научный руководитель – А. С. Давыдик
*Белорусский государственный университет*

Средства массовой информации играют огромную роль в формировании картины мира своей аудитории. Под «картиной мира» понимается совокупный мозаичный образ окружающего мира и его составляющих. Применительно к радиоканалу «Культура», по своей концепции отражающему и формирующему состояние и тенденции социокультурного пространства Беларуси для слушателей, нам представляется интересным определить способы концептуализации, формирования образа, одних из главных действующих лиц культурного поля страны – писателя и литературы.

Эмпирическую базу исследования нам составили выпуски трех программ, размещенные на сайте радиоканала, посвященные литературной тематике. Для анализа процедуры формирования образа были использованы семиотический и лексико-семантический методы.

**«Кнігарня»**. В этой передаче говорится не только о классиках, ушедших в вечность, но и о современных авторах, даже о тех, которые живут за рубежом, но имеют белорусские корни.

В исследование вошли 5 выпусков передач, размещенных на сайте радиоканала [1]. Концепция программы строится по примеру «книжного киоска/магазина»: автор программы рассказывает о книжных новинках и их содержании, о писателях и о событиях культурной жизни страны: юбилеи книг, литературные площадки, писатели, выставки, а также театральные постановки. Помимо этого, слушателям представляют анонсы газеты «Літаратура і мастацтва» с содержательной расшифровкой содержания некоторых материалов. Помимо автора действующими лицами в программе выступают эксперты и писатели, представленные в формате интервью-комментария и экспертного интервью. Такая концепция программы позволяет в полной мере сформировать и/ или отразить для (у) слушателя образ как писателя, так и литературы.

**Образ автора (писателя)**. В программе, по мнению исследователей, установлена заранее обозначенная концепцией программы позиция (пресупозиция) в отношении героев: все, попадающие в эфир, тем или иным образом отличились, выделились, чем и заслужили время слушателя. Образ автора формируется на следующих отличительных позициях:

1) компетентный;
2) уважаемый;
3) образованный;
4) талантливый во многих сферах деятельности;
5) творческий;
6) интересная личность.

Например, при анонсе новых книг, чтобы подчеркнуть статус автора, используется аппеляция к заслугам и регалиям: доктор наук, профессор, специалист и т.п.

Позиция творчества и таланта авторов расшифровывается через известность, вхождение в пантеон классиков, а также через удивление, например, «неожиданный поворот», «известное воспринимается как неизвестное», «неожиданные сюжетные ходы».

Позиция «интересная личность» формируется черех концепт «Автор – человек со своей историей: бедами и счастьем». В послед-

нем выпуске передачи гостьей выступила современная белорусская детская писательница Екатерина Хадасевич-Лисовая. Настоящим писательским счастьем, по ее словам, является то, что люди, увидев автора, подходят и благодарят, выражают свои эмоции от прочитанных произведений, делятся своими впечатлениями.

Таким образом, можно сделать вывод, что писатель – это творческая незаурядная и чувствительная личность, которой крайне важна обратная связь от читателей.

**Образ книги (литературы)**. Образ литературы в программе формируется на основе классического подхода – с позиции интеллигенции, трепетного отношения. Литературу представляют в качестве памятника культуры и истории, исторического документа. В качестве примера описания приведем некоторые цитаты:

1) «Мора, якое хавае ў сабе незлічоныя скарбы»;
2) «Сапраўдная паэтычная энцыклапедыя навуковых, палітычных, маральна-філасофскіх і багаслоўскіх ведаў»;
3) «Фенаменальная з’ява культуры»;
4) «Старажытны рарытэт»;
5) «Літатаратурная спадчына»;
6) «Культурны помнік».

**«Прачулым радком…»**. Концепция передачи построена как поэтический вечер/форум. Вначале диктор рассказывает слушателям о жизненном пути и значимых вехах творчества поэта, затем актер читает стихи автора. В наше исследование вошли пять выпусков передач, размещенных на сайте радиоканала [2].

**Образ автора (писателя)**. Образ автора в программе формируется на следующих позициях: уважаемый, авторитетный, признанный и любимый народом, совестливый, чуткий, деликатный, скромный, человечный, привязанный к своей малой родине. Например, «І ў паэзіі, як і ў жыцці: шчыры, адкрыты, даверлівы», «Паэт грамадзянскай мужнасці».

Помимо этого, образ поэта формируется как летописец, небезразличный к людям, готовый прийти на помощь, осознающий свой долг перед человечеством и литературой. Ко всему прочему, автор является разносторонней личностью. Также, в каждом выпуске передачи упоминается, что поэт – выходец из семьи рабочих или крестьян, аппеляция к близости к людям (слушателям), то есть является

обычным незазнавшимся человеком, который знает, что такое труд.

**«Развагі пра літаратуру».** По причине того, что данная передача является новым проектом, в исследование вошел один выпуск, размещенный на сайте радиоканала [3]. Название программы говорит о ее концепции – это размышления о литературе и ее роли в жизни людей, о писателях, их жизни и творчестве.

**Образ автора (писателя)**. Образ автора в программе формируется на следующих позициях: талантливый, человечный, небезразличный, патриот, думающий человек и любимый народом писатель. Автору важно показать достоинства своего родного края, привить любовь к Родине.

Писатель в программе, как главный герой в повествовании, всегда является классиком литературы либо авторитетным ученым, – апелляция к статусу, на основании которого есть право на время слушателей.

Важно отметить, что структура программы содержит интересный художественный прием – анонс героя в следующем выпуске. Главным персонажем во втором выпуске заявлен Владимир Короткевич и его любовь к Родине. Из этого можно сделать вывод, что на данный момент в передаче есть антитеза «классики – современники». Писателем и литературой являются признанные авторы и произведения.

**Образ книги (литературы)**. Представляется как память, культурно-историческое наследие человечества, собственно сама история, прошлое, потребность человека, которая стоит наравне с жизнью, источник знаний о быте людей прошлых веков, об их культуре и образе жизни. Кроме того, литература – это «і дух, і паэзія народа», как описывает автор. В ней находит отражение великий народный образ, в частности, образ Беларуси и белорусского народа. Например, для описания литературы автор использует следующие речевые конструкции:

1) «Літаратура – наша люстра и наша памяць»;
2) «Летапіс жыцця і адначасова чалавеказнаўства»;
3) «Маляўнічая галерэя народных постацяў: простых, чуллівых людзей»;
4) «Мастацкая энцыклапедыя жыцця беларускага сялянства».

Подводя итог, можно обозначить, что образ автора/писателя во

всех проанализированных программах имеет универсальный фрейм раскрытия, он – интересная, талантливая личность. Методика и средства формирования образа детерминированы концепцией радиоканала. Эта позиция выступает как ядерная структура унификации восприятия и осмысления, подразумевает на лексико-семантическом уровне вербализацию уважительного, в некотором роде сакрального, отношения к концептам «писатель» и «литература».

**Библиографические ссылки**

1. Радиопрограмма «Кнігарня» / Канал «Культура» Белорусского радио [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://radiokultura.by/ru/node/3333. – Дата доступа: 10.12.2021.
2. Радиопрограмма «Прачулым радком...» / Канал «Культура» Белорусского радио [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://radiokultura.by/ru/node/3330. – Дата доступа: 10.12.2021.
3. Радиопрограмма «Развагі пра літаратуру» / Канал «Культура» Белорусского радио [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://radiokultura.by/ru/node/4219. – Дата доступа: 10.12.2021.

## «ДИАЛОГИ О КУЛЬТУРЕ» КАК ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ И ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ (КАНАЛ «КУЛЬТУРА» БЕЛОРУССКОГО РАДИО)

**Л. П. Саенкова-Мельницкая**
*Белорусский государственный университет*

«Диалоги о культуре» – передача, которая со дня создания канала два раза в неделю идет в прямом эфире. Цель этой программы – выявить, обозначить, осмыслить эстетически значимые факты, события, процессы, оказавшие или оказывающие влияние на развитие национальной культуры, посредством диалога с творческой личностью. Среди разнообразия журналистских функций, которые свойственны «Диалогам…», особо стоит выделить те, с помощью которых позиционируется особая миссия именно этой передачи: гуманистическая, просветительская, эстетическая, художественно-образовательная. В этой связи в меньшей степени стоит говорить о

таких функциях, как информационная и рекреативная. Сам по себе формат диалогов предполагает реализацию не информативно-развлекательного эффекта, а гуманитарной концепции мышления, где центром беседы является ценностно-смысловое ядро.

«Композиционно-драматургической» основой радиопередачи является беседа двух равноправных и равнозначимых собеседников – автора и приглашенного гостя. Это два соведущих, со-размышляющих героя, поскольку они оба создают поле смыслового общения, которое возможно не в ситуации оценки или суждения, а в ситуации субъект-субъектных отношений. Диалог двух людей (иногда это полилог, когда в студию приглашаются несколько человек), который в контексте этой передачи независимо от предлагаемой темы, по сути, должен быть, по М. Бахтину, формой бытия и понимания культуры. В диалоге важными параметрами являются естественность, непринужденность, доверительность. Очевидно поэтому, как правило, авторы этой передачи (А. Стрельников, М. Пограновский), как правило, выбирают для беседы тех, кого знают, с чьим творчеством хорошо знакомы. Эта особенность – знать то и тех, о чем или с кем приходится общаться – необходимое условие того, чтобы общение было «на равных». Например, когда Алексей Стрельников ведет беседы с Юрием Диваковым, Михаилом Ковальчиком, Еленой Мальчевской, Екатериной Золотухой о театральных событиях, инициаторами или участниками которых были эти гости, то по ходу их разговора слушатель(-и) параллельно узнает(-ют) о театральном искусстве очень многое, или когда ведутся беседы с Михаилом Тумелей об анимационном кино, то об этом виде искусства узнаешь буквально все – и о стилевых особенностях фильмов разных режиссеров, художников, и об изобразительной технике, и о трендах мировой анимации. То есть радиоаудитория получает не только информацию о культурных событиях, но приобщается к процессу открытия, повышению собственного уровня знаний о культуре, искусстве. Еще одно не меньшее открытие происходит во время прямых эфиров – открытие личностей, такое приобщение к миру их интересов, что этот мир, пусть на время, становится частью культурного пространства каждого слушающего.

У прямых эфиров есть свои гласные и негласные законы, однако непреложным правилом является «недопустимость пустоты», той

пустоты, которая является синонимом отсутствия смысла. Если минуты эфира не заполнены смыслом, то не помогут ни дополнительные музыкальные вставки, ни шумовые оформления, ни обращения к ранее записанным интервью. Равно как важно соблюдать в таком формате определенные этические правила. Например, когда ведущий, упоминая имена «легенд», как бы между прочим уточняет «… одна из легенд ушла в мир иной», не называя имени человека, а потом, вспомнив, произносит только фамилию ушедшего, то невольно возникает сомнение не столько в уровне знаний ведущего, сколько в понимании этических правил, а то и в степени культурной содержательности этой личности. Во время прямых эфиров может быть допущена и оплошность, и забывчивость, и затянутые паузы, но важно, чтобы за этими не самыми приятными нюансами было бы то человеческое содержание, та степень человеческой естественности, которая бы лишала аудиторию недопустимой степени раздражения и недоверия. Качественный прямой эфир – это способность вызвать доверие и внимание слушателей открытием смыслов, открытием «мира впервые» (по В. Библеру). Ведь диалог – это не средство, а самоцель. Он предполагает эффект индивидуальной, непринужденной беседы, которая способствует всеобщей приобщенности к личностным позициям и культурно ценностным ориентирам.

Важной целью прямых эфиров, диалогов о культуре, в частности, является соответствие ожиданиям аудитории, как бы предугадывание ее интересов и возможность дать ответы на ее запросы. Речь идет не вообще о массовой аудитории, а об аудитории культурно и эстетически подготовленной. Если говорить с деятелем культуры, молодым или хорошо известным, ограничиваясь только его творчеством, то этого для формата этой передачи явно недостаточно, поскольку разговор должен выходить в гораздо более широкое культурное пространство, чтобы возник эффект «всеобщей приобщенности».

«Диалоги о культуре» не имеют признаков «старения», «увядания». Понятие «новизна» соотносится даже с передачами определенной временной давности. Историческая, культурная значимость информации «Диалогов…» с течением времени только актуализируется, равно как зафиксированные «живые голоса» с годами хоть и отдаляют героев, но в то же время делают их близкими, способствуя уменьшению временной, пространственной, личностной дистанции.

# САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ ЯК ФАКТАР ПАСПЯХОВАЙ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ РАДЫЁСТАНЦЫІ: ВОПЫТ КАНАЛА «КУЛЬТУРА»

**Н. А. Тачыцкая**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Сёння неад'емнай часткай стала прысутнасць радыёстанцый у сацыяльных сетках. Калі стратэгічна правільна пабудаваць працу па прыцягненні інтэрнэт-аўдыторыі ў сацыяльных сетках, то можна павялічыць ахоп аўдыторыі і атрымаць лаяльнасць слухачоў. Сёння многія радыёстанцыі імкнуцца прысутнічаць у вялікай колькасці сацыяльных сетак, аднак аналіз працы іх акаўнтаў паказвае, што ніводная радыёстанцыя не можа паспяхова распаўсюджвацца ва ўсіх сацыяльных сетках адразу. Кожная сацыяльная сетка мае сваю мэтавую аўдыторыю, што дазваляе журналістам больш адрасна ствараць свой кантэнт і накіроўваць яго туды, дзе матэрыял атрымае найбольшы водгук.

На думку даследчыкаў, нягледзячы на ўсе цяжкасці, радыёстанцыі працягваюць укладваць час і сілы ў развіццё сваіх суполак і старонак, выкарыстоўваючы іх як альтэрнатыву сайтам, якія становяцца ўсё менш цікавымі для карыстальнікаў. Асаблівасці мабільнага спажывання вымушаюць радыёстанцыі шукаць сваю аўдыторыю ў сацыяльных сетках і месэнджарах [1].

Новае тэхналагічнае асяроддзе дазваляе больш актыўна распаўсюджваць радыёвяшчанне, таму радыё так імкліва абнаўляецца, візуалізуецца, пашырае пляцоўкі сваёй прысутнасці ў анлайн-прасторы. Радыёэфіры зараз можна не толькі слухаць, але і глядзець, у аўдыторыі з'явілася магчымасць абмяркоўваць і каментаваць навіны і праграмы радыёстанцыі ў сацыяльных сетках, прапаноўваць тэмы эфіраў і інш. Сёння адлегласць паміж радыёстанцыяй і яе аўдыторыяй скарацілася да аднаго кліку, і гэта новая digital-рэальнасць, у якой сёння жывуць і працуюць усе сродкі масавай інфармацыі.

На прыкладзе канала «Культура» Беларускага радыё выявім перавагі працы радыёстанцыі з інтэрнэт-аўдыторыяй, вызначым актуальнасць выбару тых ці іншых сацыяльных сетак для прасоўвання радыёканала.

Асноўныя платформы, на якіх прадстаўлены канал «Культура» Беларускага радыё: YouTube (389 падпісчыкаў), «Вконтакте» (826 падпісчыкаў), Instagram (937 падпісчыкаў) і Facebook (2689 падпісчыкаў). Гэта тыя сацыяльныя сеткі і відэахостынг, якія максімальна пакрываюць патрэбы радыёстанцыі ў кантакце са сваёй мэтавай аўдыторыяй. Пад словам «патрэбы» мы маем на ўвазе наступныя задачы:

1) пашырэнне ўзроставых межаў аўдыторыі (радыёстанцыі неабходна маладзейшая і актыўная інтэрнэт-аўдыторыя);

2) павелічэнне паказчыкаў ахопаў медыяпрадукта;

3) пераход аўдыторыі сацыяльных сетак з простых карыстальнікаў у пастаянных слухачоў радыёстанцыі.

Сёння прысутнасць радыёстанцыі на YouTube становіцца неабходнасцю ў сувязі з павелічэннем колькасці падкастаў (у тым ліку і на YouTube), таму эфіры, размешчаныя на відэахостынгу, могуць скласці ім канкурэнцыю. Калі казаць пра візуалізацыю прамых эфіраў радыёстанцыі, то гэта асаблівая «ніша», якая можа дапамагчы значна павялічыць ахоп аўдыторыі. Можна вылучыць наступныя тэхнічныя і творчыя складнікі, неабходныя для правядзення прамога эфіру на радыё:

1. Наяўнасць камеры, замацаванай у студыі. Правільная ўстаноўка камеры ўплывае на якасць перадачы карцінкі, яе частату.

2. Наяўнасць YouTube-канала, на якім будзе ісці анлайн-трансляцыя. Афармленне канала павінна адпавядаць канцэпцыі радыёстанцыі (уключае ў сябе назву, лагатып радыёстанцыі, апісанне).

3. Наяўнасць граматнага асвятлення ў студыі.

4. Афармленне саміх эфіраў: застаўкі, таймкоды. Гэтая частка працы па візуалізацыі эфіру важная, бо менавіта нюансы шмат у чым прадвызначаюць пераходы аўдыторыі на канал.

5. Афармленне студыі ва ўмовах анлайн-трансляцыі: брэндавыя рэчы, помпы мікрафона з лагатыпам, назва станцыі.

6. У апісанні да роліка неабходна размясціць таймкоды, каардынаты, тэму эфіру, пасаду госця.

Пры аналізе YouTube-акаўнта канала «Культура» былі выяўлены не ўсе складнікі: адсутнічаюць таймкоды на відэароліках, застаўка, няма актыўнасці ў каментарах, назвы эфіраў могуць не зачапіць патэнцыяльных слухачоў, таму відэа не набяруць шмат пра-

глядаў. Дарэчы апошняе з'яўляецца вялікім мінусам YouTube-акаўнта канала «Культура»: эфіры набіраюць максімум 171 прагляд. Сёння важна прыцягнуць і ўтрымаць аўдыторыю пры дапамозе актуальнага і якаснага кантэнту. Як альтэрнатыва акумуляцыі аўдыторыі на відэахостынг – гэта правядзенне, а пасля і размяшчэнне прамых эфіраў на іншых платформах («ВКонтакте», Instagram, Facebook) са спасылкай на YouTube-канал. Потым відэахостынг можа аўтаматычна прасоўваць ролік і прапаноўваць яго ў раздзеле «Трэнды».

Звернемся да старонак канала «Культура» ў «ВКонтакте» і Facebook і падлічым ER (Engagement Rate) – каэфіцыент уцягнутасці ў сацыяльных сетках, які адлюстроўвае ўзровень узаемадзеяння аўдыторыі з публікацыямі. Чым вышэй паказчык ER, тым цікавейшыя допісы для мэтавай аўдыторыі. Карыстальнікі выражаюць гэта ў выглядзе лайкаў, каментароў і шэраў (рэпостаў). Базавая формула, па якой разлічваецца каэфіцыент уцягнутасці, выглядае наступным чынам: ER = (лайкі+каментары+шэры / колькасць падпісчыкаў)* 100 %. Сам жа каэфіцыент можа быць некалькіх відаў: ER аднаго дня (ER day), ER аднаго паста (ER post) і ER па ахопе (engagement rate by reach) [2]. Такім чынам, уцягнутасць – гэта сума рэакцый аўдыторыі на публікацыю. Для розных акаўнтаў і тэматык уцягнутасць будзе розная. Часцей за ўсё, чым большы акаўнт, тым уцягнутасць аўдыторыі можа апынуцца ніжэй, бо гэты паказчык вызначаецца колькасцю падпісчыкаў, якія з цягам часу маглі падпісацца на іншыя старонкі і сталі бачыць навіны акаўнта радзей або зусім страцілі цікавасць да яго, больш з ім не ўзаемадзейнічаюць.

Параўнаем каэфіцыент уцягнутасці канала «Культура» ў «ВКонтакте» і Facebook. Адзначым, што ў Facebook аўдыторыя амаль у тры разы большая.

Пост у «ВКонтакте» за 19.11.2021 г. («Дыялогі пра культуру» з Уладзімірам Трапянком. Госць студыі – саліст ансамбля «Бяседа» Белтэлерадыёкампаніі Валянцін Кірыленка). Каментары – 0, лайкі – 13, рэпосты – 1. ER = (13+1 / 826)*100 % = 1,7 %.

Той жа самы пост у Facebook. Каментары – 1, лайкі – 5, рэпосты – 1. ER = (5+1+1 / 2689)*100 % = 0,3 %.

Такім чынам, каэфіцыент уцягнутасці ў абедзвюх сацыяльных сетках невысокі, пры гэтым кантэнт дубліруецца, няма ўнікальнай

інфармацыі на адной са старонак, якая магла б прыцягваць новую аўдыторыю. Нават размяшчэнне допісаў кожны дзень не спрыяе вялікім ахопам і актыўнасці.

Разгледзім Instagram канала «Культура». Варта адзначыць, што дадзены акаўнт вылучаецца пэўнай унікальнасцю кантэнту, а каэфіцыент уцягнутасці складае прыблізна 3,3–9,9 %. Асноўныя задачы Instagram: узаемадзеянне са слухачамі – зносіны і знаёмства з аўдыторыяй з дапамогай самапрэзентацыі ў stories, абмеркаванне тэм радыёэфіру, галасаванне, выбар спікераў на эфіры, розныя інтэрактывы са слухачамі. Часткова дадзеныя задачы выконваюцца на старонцы канала «Культура», таксама былі адзначаны наступныя плюсы: натуральнасць і нязмушанасць пастоў, мінімалізм (ніякага перанасычэння візуальнай і тэкставай інфармацыяй), дазіраванае размеркаванне выкладкі пастоў у акаўнце. Сярод недахопаў варта вылучыць адсутнасць цэласнага графічнага афармлення допісаў у акаўнце.

Падводзячы вынікі, неабходна адзначыць, што ўдалае выкарыстанне сацыяльных сетак садзейнічае значнаму прыросту аўдыторыі любой радыёстанцыі. Паслядоўна прыцягваючы і пашыраючы мэтавую аўдыторыю ў інтэрнеце, радыёстанцыя зможа пасля атрымаць і новых слухачоў. Сучасная радыёстанцыя – гэта мультымедыйны праект, які ўключае і FM-вяшчанне, і YouTube-канал, і сайт, а таксама старонкі ў сацыяльных сетках. І сёння прысутнасць радыёстанцыі ў сацыяльных сетках становіцца неабходнасцю, бо ад гэтага залежыць паспяховае прасоўванне радыёстанцыі: прырост аўдыторыі, павелічэнне ахопаў і стварэнне іміджу радыёстанцыі ў цэлым.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Радиовещание в России в 2019 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад [Электронны рэсурс] / Рэжым доступу: https://radioportal.ru/news/radioveshchanie-v-rossii-v-2019-godu-sostoyanie-tendencii-i-perspektivy-razvitiya – Дата доступу: 18.12.2021.

2. Как правильно считать коэффициент вовлеченности (Engagement rate) в социальных сетях [Электронны рэсурс] / Рэжым доступу: https://popsters.ru/blog/post/55 – Дата доступу: 18.12.2021.

# РОЛЯ РАДЫЁКАНАЛА «КУЛЬТУРА» Ў ФАРМІРАВАННІ ДУХОЎНЫХ КАШТОЎНАСЦЕЙ БЕЛАРУСАЎ

**У. А. Трапянок,**
*канал «Культура» Беларускага радыё*

СМІ былі і застаюцца моцным сродкам уздзеяння на чалавека. Каштоўнасці грамадства, яго ідэалы, нормы, значэнні, сімвалы перадаюцца, у тым ліку, праз сродкі масавай інфармацыі і задаюць сучаснаму чалавеку пэўны спосаб разумення і ацэнкі рэчаіснасці, усведамлення сябе ў нацыянальнай і сусветнай прасторы, прыналежнасці да канкрэтнай нацыі, спасціжэння духоўных каштоўнасцей, характэрных для свайго народа, сваёй зямлі.

Ва ўмовах глабалізацыі для сацыякультурнага развіцця Беларусі першасную значнасць набывае мэтанакіраванае фарміраванне нацыянальнай ідэнтычнасці. З гэтай задачай у аўдыявізуальнай медыяпрасторы краіны, на нашу думку, спраўляюцца два каналы, якія ўваходзяць у склад Нацыянальнай дзяржаўнай тэлерадыёкампаніі Рэспублікі Беларусь – канал «Культура» Беларускага радыё і тэлеканал «Беларусь 3». Наша ўвага ў гэтым матэрыяле звернута на функцыянаванне аўдыяльнага сродку масавай інфармацыі.

Канал «Культура» з'яўвіўся ў выніку рэформы, што адбылася на Беларускім радыё ў пачатку XXI ст. Ідэяй стварэння спецыялізаванай радыёхвалі было вызначана забеспячэнне аўдыяльным кантэнтам адукаванага, цікаўнага, інтэлігентнага, духоўна багатага слухача. Падобных спецыялізаваных станцый ці радыёканалаў у той час не існавала на ўсёй постсавецкай прасторы, таму супрацоўнікам канала «Культура» давялося першымі апрабоўваць новыя журналісткія ідэі, выпрацоўваць прынцыпы вёрсткі вяшчальнай сеткі, знаходзіць сваю стылістыку.

У першы год дзейнасці канала «Культура» (2002 г.) эфір доўжыўся 17 гадзін за суткі, сёння канал гучыць поўныя суткі [1]. У яго праграме – сучасныя праекты па самых розных аспектах культуры. Гэта музычныя перадачы (ад класікі да акустычнай і электроннай музыкі), літаратурна-мастацкія чытанні і драматычныя пастаноўкі, пазнаваль-

ныя, асветніцкія, мастацтвазнаўчыя праекты, дыскусіі, аўтарскія публіцыстычныя праграмы, дзіцячыя блокі, выпускі навін і інш.

Абраны з першых дзён вяшчання дэвіз «Мы выбіраем вечныя каштоўнасці» ўплывае на эфірнае напаўненне канала «Культура». У пачатку вяшчання праграмная вяшчальная палітыка была скіравана на дэманстрацыю фондавых матэрыялаў, найперш музычных і літаратурна-мастацкіх. Затым дадаліся арыгінальныя праекты пра стан і развіццё сучаснай нацыянальнай культуры. У нашы дні структура пабудовы эфіру прадугледжвае чаргаванне перадач розных жанраў і форм – музычных, публіцыстычных, інфармацыйных, літаратурна-мастацкіх праектаў, арыгінальнага і фондавага аўдыякантэнту.

Функцыянаванне канала «Культура» базуецца на багацейшых духоўных традыцыях беларускага народа, закладзеных, у тым ліку, асветнікамі і мысліцелямі, пісьменнікамі, кампазітарамі, іншымі творцамі, і знаходзіцца ў прамой залежнасці ад сучаснага развіцця нацыянальнай беларускай культуры.

Канал «Культура» разлічаны на аўдыторыю, якая цікавіцца айчыннымі і сусветнымі мастацкімі дасягненнямі, клапоціцца аб фарміраванні сваёй асобы, духоўным узбагачэнні праявамі нематэрыяльнай спадчыны. Канал «Культура» дапамагае знайсці адказ на пытанне «Што нас робіць беларусамі?». Важнае значэнне ва ўздзеянні на аўдыторыю належыць інфармацыйным і публіцыстычным перадачам, паколькі менавіта ў іх першасная роля адведзена «жывому» слову, якое належыць не толькі журналістам, а і шматлікім гасцям – экспертам, навукоўцам, даследчыкам, спецыялістам-практыкам.

Інфармацыйныя і публіцыстычныя праекты канала «Культура» знаёмяць слухачоў з актуальнымі падзеямі і мастацкімі працэсамі краіны і свету. Карэспандэнты наведваюць вернісажы, тэатральныя і канцэртныя прэм’еры, навучальныя, творчыя і іншыя ўстановы. Запрошаныя ўдзельнікі радыёперадач, а гэта прадстаўнікі розных галін творчасці, навукі, адукацыі, расказваюць, як фарміравалася нацыянальная культура, вылучаюць яе асаблівасці ў кантэксце сусветнай мастацкай прасторы, акрэсліваюць перспектыўныя напрамкі развіцця. Брэндавым праектам, які існуе з першых гадоў вяшчання, з’яўляюцца «Дыялогі пра культуру». Спачатку перадача выходзіла раз на тыдзень, цяпер яна трансфармавалася ў цыкл з пяці выпускаў на кожны тыдзень і стала пляцоўкай для дыскусій на знач-

ныя падзеі ў сферы нацыянальнага мастацтва, айчыннай літаратуры, сацыяльных і грамадскіх культурных з'яў. Вядучымі праекта ў розныя гады былі і застаюцца мастацтвазнаўцы, культуролагі, філолагі, музыканты, журналісты.

Перадача «Натхнёныя музыкай» (вядучыя Я. Талкачоў і З. Пярфілава) рыхтуецца з удзелам прадстаўнікоў тэатральнай грамадскасці і творчых асоб, у жыцці якіх важную ролю адыгрывае музычнае мастацтва. Радыёверсія праграмы Н. Гальпяровіча «Суразмоўцы» (узор гібрыднага праекта, створанага сумесна з тэлеканалам «Беларусь 3») прапануе гаворкі пра ролю літаратуры і мовы, культуры і прыроды роднага краю на станаўленне творчай асобы гасцей эфіру. Публіцыстычны праект «Арт-гасцёўня» (вядучая Я. Хадоска) прысвечаны інфармаванню пра культурнае жыццё краіны, а таксама знаёмству з сучаснымі творцамі розных кірункаў мастацтва краіны. З навінкамі кнігавыдавецкай справы Беларусі, сучаснымі аўтарамі знаёміць перадача «Кнігарня» (вядучая М. Прохар). Дзякуючы праектам «Планета «Культура»« (аўтар Л. Бялецкая) і «Кругасвет» (аўтар С. Чыжык) у слухачоў ёсць магчымасць атрымаць пацвярджэнне пра ўнікальнасць розных культур свету, у тым ліку беларускай.

Тэмы творчасці, патрыятызму, адданасці сваёй зямлі і культуры з'яўляюцца скразнымі ў большасці публіцыстычных перадач. У якасці чарговага прыкладу можна назваць перадачу «На паліцах фанатэкі». Згодна з канцэпцыяй, яна актуалізуе архіўныя інтэрв'ю са славутымі асобамі, што ўнеслі важкі ўклад у развіццё беларускай культуры.

На раскрыццё творчага патэнцыялу юных беларусаў, захаванне сямейных каштоўнасцей скіраваны дзіцячы праект «Дасціпныя. Нястомныя. Кемлівыя» (кіраўнік праекта Н. Сіротка). Штодзённая праграма ў даступнай для сваёй узроставай катэгорыі форме (разнастайны змест, кароткія хронаметражы, артыстычная падача) далучае слухачоў да літаратурных і музычных здабыткаў Беларусі. Ладзяцца чытанні народных і аўтарскіх казак, твораў класікаў і маладых айчынных літаратараў. Адметнасцю праекта можна назваць яго інтэрактыўнасць, калі слухачы самі ўплываюць на стварэнне радыёкантэнту. У праграме таксама адбываецца знаёмства з творчымі калектывамі Беларусі, якія шляхам аповеду пра сваю дзейнасць абуджаюць цікавасць слухачоў да ўласнай творчасці, заснаванай на традыцыях нашага народа.

Канал «Культура» ў сваёй дзейнасці надае ўвагу рэлігійнаму жыццю. З улікам перавагі ў Беларусі праваслаўных вернікаў ствараюцца штотыднёвыя публіцыстычныя перадачы «Духоўнае слова», «Духоўная спадчына» і «Святло душы» (аўтар Л. Мітаковіч). Яны папулярызуюць традыцыі праваслаўя і хрысціянства ў цэлым.

Амаль 70 працэнтаў эфірнага часу канала «Культура» займае мастацкае вяшчанне, сфарміраванае з музычных і літаратурна-мастацкіх праектаў. Музычны пласт складаюць архіўныя і сучасныя запісы музыкі розных напрамкаў (народная, духоўная, акадэмічная і папулярная музыка), зробленыя ў многіх краінах. Асаблівае значэнне ў фарміраванні нацыянальнай свядомасці беларусаў, разуменні каранёвых традыцый народа належыць фальклорнай музыцы. Ёй прысвечаны перадачы «Гасцінец» (аўтар Т. Песнякевіч) і «Беларуская этнафонія» (вядучы Я. Талкачоў). У напаўненні праектаў выкарыстоўваюцца запісы народнай, фальклорнай, аўтэнтычнай, аўтарскай музыкі, сабраныя аматарамі ці спецыялістамі Нацыянальнай акадэміі навук, Беларускай дзяржаўнай акадэміі музыкі, Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў падчас экспедыцый, а таксама трансфармаваныя ўзоры музычнай даўніны (постфальклор).

Папулярызацыі прафесійнай акадэмічнай музыкі, якая сфарміравалася ў Беларусі ў XIX–XX стст. і адлюстроўвае рэгіянальныя культурныя традыцыі, садзейнічаюць перадачы, пабудаваныя на аповедах пра жыццё і творчасць кампазітараў, асаблівасці кампазітарскай школы, уплыў сусветнага мастацтва на дзейнасць айчынных музыкантаў з дэманстрацыяй твораў. Спецыялізацыя канала дазваляе выкарыстоўваць у эфіры шматлікія музычныя формы – ад невялікіх мазурак, вальсаў, паланэзаў да працяглых сімфоній і опер айчынных кампазітараў. Гонарам канала з'яўляюцца перадачы «Канцэртная зала», «Амфітэатр» (вядучыя А. Літвіноўскі і Т. Песнякевіч), «Музыка беларускіх кампазітараў», «Класічны рэпертуар» (рэдактар М. Пагоцкая), «Класіка раніцай» (рэдактар Я. Талкачоў), «Музычны вечар» (рэдактары С. Колмак, Я. Талкачоў, Л. Мітаковіч), «Музычны радыётэатр» (рэдактар З. Пярфілава) і інш.

На канале «Культура» арганізавана трансляцыя папулярнай беларускай музыкі, увасобленай пераважна ў аўтарскіх песнях (перадачы «Музычны калейдаскоп» (рэдактар Я. Талкачоў), «Музыка

беларускіх кампазітараў»). Эстрадныя музычныя творы звычайна дапаўняюць інфармацыйна-музычныя, забаўляльныя перадачы, а таксама ўваходзяць у напаўненне канцэртных і іншых тэматычных музычных праграм («Любімыя мелодыі», «Рэтра-хіт» вядучай С. Колмак).

Музычнае вяшчанне канала фарміруецца пераважна за кошт рэтрансляцыі існуючых запісаў. У стварэнні арыгінальнага музычнага кантэнту задзейнічаны творчыя калектывы, якія ўваходзяць у структуру Беларускага радыё – сімфанічны аркестр і заслужаныя калектывы Рэспублікі Беларусь Акадэмічны хор Белтэлерадыёкампаніі і ансамбль народнай музыкі «Бяседа». У праграмах «Музычная студыя» (аўтар Л. Мітаковіч), «Канцэртная зала» і «Музычны радыётэатр» перыядычна ладзяцца трансляцыі прэм'ерных праграм і пастановак з канцэртных і тэатральных залаў краіны.

Літаратурна-мастацкае вяшчанне канала «Культура» ў большасці складаюць арыгінальныя творы, зробленыя ў студыйных умовах Беларускага радыё. Чытанні мастацкай літаратуры з'явіліся ў эфіры канала з першых дзён працы. У той час не было магчымасці ажыццявіць пастаноўку арыгінальных радыёспектакляў, паколькі ішоў капітальны рамонт студый гуказапісу, таму кіраўніцтвам канала (першым дырэктарам у 2002–2016 гг. была К. Агеева) увасоблена ідэя мастацкага чытання ў прамым эфіры. У выніку, у сетцы з'явіліся штодзённыя праекты «Бестселер», у якім чыталася замежная літаратура, і «Беларуская анталогія», дзе слухачы знаёміліся з айчыннай класікай і сучаснымі творамі літаратуры [1]. Праекты трансфармаваліся і сёння выходзяць пад назвамі «Радыёбібліятэка» і «Літаратурная анталогія». Унікальнасць апошняга заключаецца ў тым, што ён выходзіць у прамым эфіры з «жывым» выкананнем артыстаў (Л. Пташук, М. Захарыі, А. Вінярскага і інш.).

Паэтычная спадчына беларускіх аўтараў выкарыстоўваецца ў напаўненні перадачы выхаднога дня «Прачулым радком» (рэдактар Н. Гальпяровіч). У вяшчальным сезоне 2022 г. з'явіўся літаратурна-мастацкі праект «Адным штрыхом», які таксама прапануе выбраныя вершы айчынных аўтараў, абразкі, цытаты, фрагменты твораў беларускіх пісьменнікаў і закліканы павысіць цікавасць да нацыянальнай літаратуры. Дарэчы, арыгінальным, на нашу думку, аўтарскім праектам, які выходзіў на «Культуры» з верасня 2020 г. да

канца 2021 г. і спалучаў у сабе дакументальны і літаратурна-мастацкі матэрыял, з'яўлялася перадача Н. Гальпяровіча «Сюжэт для вечнасці». Журналіст, паэт, намеснік дырэктара канала «Культура» знаёміў радыёслухачоў з уласнымі паэтычнымі і празаічнымі творамі, у якіх адлюстравана станаўленне творчай асобы Н. Гальпяровіча ў асяроддзі малой радзімы – Полацка.

У якасці матэрыялаў для літаратурных праектаў пераважна выкарыстоўваюцца празаічныя і паэтычныя творы, у якіх адлюстраваны нацыянальныя звычаі беларусаў, сямейныя каштоўнасці, ідэі адданасці роднай зямлі, пошуку сябе ў гэтым свеце, уздымаюцца агульначалавечыя філасофскія пытанні.

У эфіры «Культуры» транслююцца радыёспектаклі, што сталі набыткамі літаратурна-драматычнага вяшчання Беларускага радыё ў XX ст., а таксама сучасныя арыгінальныя пастаноўкі (перадачы «Радыётэатр плюс» і «Дзіцячы радыётэатр»). На сённяшні момант на канале «Культура» створаны 4 паўнавартасныя радыёспектаклі. Казка «Падарожжа ў краіну мурашоў» (2018 г.) па п'есе Т. Мушынскай стала першай радыёпастаноўкай для дзяцей у дзейнасці Беларускага радыё ў XXI ст. Яна вучыць паважаць родную прыроду і цікавіцца ёю. У той жа год была пастаўлена п'еса Я. Конева «Танец з рапірай», прызнаная найлепшай па выніках конкурсу «Беларускі радыётэатр у XXI стагоддзі», арганізаванага каналам «Культура». У цэнтры ўвагі – станаўленне асобы будучай спартсменкі, чэмпіёнкі Алены Смолікавай [2]. У 2019 г. у эфіры адбылася прэм'ера радыёверсіі спектакля Нацыянальнага акадэмічнага тэатра імя Я. Купалы «Чорная панна Нясвіжа» па аднайменнай п'есе А. Дударава. Лейтматывам праз увесь спектакль праходзіць хрысціянская думка «Бог ёсць любоў». Радыёверсія пастаноўкі Рэспубліканскага тэатра беларускай драматургіі «Беларусь. Дыдактыка» паводле твораў айчынных літаратурных класікаў і ўспамінаў народнай артысткі Беларусі Т. Мархель запісана ў 2019 г. Гэты твор закліканы звярнуць увагу слухачоў на духоўныя здабыткі народа, лад жыцця і побыт нашых продкаў, а таксама на літаратурныя помнікі, што зафіксавалі асаблівасці беларускай душы і нацыі.

Палітру літаратурна-мастацкага арыгінальнага вяшчання канала «Культура» дапаўняе штодзённы праект «Вячэрняя казка», у якім на беларускай мове гучаць народныя і аўтарскія казкі, што садзейніча-

юць выхаванню дзяцей на аснове мудрасці продкаў і вопыту сучасных пісьменнікаў, пераемнасці духоўных традыцый нашага народа.

Эфір канала «Культура» транслюецца на рэспубліку праз радыёхвалі, з 2005 г. – гучыць анлайн у інтэрнэце. Афіцыйны сайт канала www.radiokultura.by утрымлівае аўдыяльны архіў выбраных праграм, даступны інтэрнэт-карыстальнікам на працягу месяца, што пашырае прысутнасць мастацкага беларускага радыёкантэнту ў сусветнай медыяпрасторы. Для папулярызацыі брэнда і ўласных перадач канал «Культура» выкарыстоўвае сацыяльныя сеткі, засвойвае відэазапіс.

Такім чынам, стан і развіццё вяшчання канала «Культура» абумоўлены значнай роляй культуры і мастацтва ў фарміраванні духоўных каштоўнасцей нашага грамадства, усведамленнем важнасці захавання нацыянальных мастацкіх традыцый, аднаўлення назапашанага практычнага вопыту медыякультуры Беларусі, а таксама тэхнічнай эвалюцыяй радыё. Канал «Культура» з'яўляецца творча-вытворчай структурнай адзінкай Беларускага радыё, якая рэтранслюе і стварае ўнікальны мастацкі кантэкт, што з'яўляецца часткай нацыянальнай культуры Беларусі, а таксама ўсёй сусветнай медыяпрасторы.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Гісторыя канала «Культура» // Канал «Культура» Беларускага радыё. – 2021. [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: https://radiokultura.by/be/content/gistoryya-kanala-kultura. – Дата доступу: 11.12.2021.

2. Трапянок, У. А. Спецыфіка развіцця радыётэатра ў медыяпрасторы Беларусі / У. А. Трапянок; М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск: БДУКМ, 2019. – 208 с.

# РАДЫЁКАНАЛ «КУЛЬТУРА» Ў ЗАХАВАННІ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ ІДЭНТЫЧНАСЦІ Ў ЭПОХУ ГЛАБАЛІЗАЦЫІ

**Д. А. Шэйка,**
навуковы кіраўнік – Лебедзева Г. Л.
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Глабалізацыя прапанавала ў якасці базавага прынцыпу суіснавання розных культурных светаў прынцып мультыкультуралізма. Прыхільнікі гэтай ідэі не хаваюць, што пра роўнасць культур размова не ідзе, а наадварот, у завуаліраванай форме праводзіцца думка аб прыродным існаванні культур-лідараў і культур-вядомых [1].

Бадай што самай відавочнай асаблівасцю культурнай глабалізацыі становіцца так званая культурная гамагенізацыя, якой уласцівыя фарміраванне і развіццё глабальнай уніфікаванай масавай спажывецкай культуры, таварнага стаўлення да культурнага вопыту, распаўсюджванне масавага спажывання, стварэнне новых культурных патрэб і маніпуляцыя імі [5, с. 12].

На фоне глабалізацыі кардынальныя трансфармацыі перажывае нацыянальная ідэнтычнасць. Пры гэтым у навуковай супольнасці няма адзінага погляду на праблему. Скептыкі лічаць, што нацыянальная ідэнтычнасць з’яўляецца перашкодай на шляху станаўлення глабальнай, паколькі імкнецца захаваць ранейшыя каштоўнасці і густы, што не спрыяе культурнаму абнаўленню. Частка даследчыкаў звяртае ўвагу на тое, што нацыянальная ідэнтычнасць захоўвае свет полікультурным, таму некаторая замкнёнасць і кансерватызм не павінны выклікаць заклапочанасць.

Нацыянальную ідэнтычнасць можна вызначыць як дадзеныя гісторыяй і нацыянальнай самасвядомасцю асноўную ідэю і вобраз свету, на аснове якіх функцыянуе ўсведамленне градмаства на пэўным этапе свайго развіцця. Ідэнтычнасць дазваляе адказаць на пытанне пра сутнасць нацыі і яго месцы ў сусветнай гісторыі, перспектыве далейшага існавання.

Неабходнасць захавання адметнасцей розных супольнасцей свету адзначаецца ва Усеагульнай дэкларацыі ЮНЕСКА аб культурнай разнастайнасці ад 2 лістапада 2001 года. Згодна з артыкулам 1 Усе-

агульнай дэкларацыі, культурная разнастайнасць з'яўляецца агульным набыткам чалавецтва і павінна быць прызнанай і замацаванай у інтарэсах цяперашняга і будучых пакаленняў [2]. Культурная разнастайнасць праяўляецца ў непаўторнасці і шматграннасці асаблівасцей, уласцівых групам і супольнасцям, якія складаюць чалавецтва. Крыніца абменаў, наватарства і творчасці, культурная разнастайнасць неабходна ў такой жа ступені, як і біялагічная разнастайнасць для жывой прыроды.

Апірышча для фарміравання і захавання ідэнтычнасці – далучэнне да агульнанацыянальнай спадчыны. Пад «культурнай спадчынай» у Канвенцыі ЮНЕСКА аб ахове сусветнай культурнай і прыроднай спадчыны ад 16 лістапада 1972 года маюцца на ўвазе помнікі: творы архітэктуры, манументальнай скульптуры і жывапісу, элементы і структуры археалагічнага характару, надпісы, пячоры і групы элементаў, якія маюць універсальную каштоўнасць з пункту гледжання гісторыі, мастацтва або навукі; ансамблі; групы ізаляваных або аб'яднаных пабудоў, архітэктура, адзінства або сувязь з краявідам якіх прадстаўляе ўніверсальную каштоўнасць з пункту гледжання гісторыі, мастацтва або навукі; славутасці: творы чалавека або сумесныя творы чалавека і прыроды, а таксама зоны, у тым ліку археалагічныя славутасці, якія прадстаўляюць універсальную каштоўнасць з пункту гледжання гісторыі, эстэтыкі, этналогіі або антрапалогіі [3].

Таксама да культурнай спадчыны варта адносіць духоўныя набыткі чалавецтва. У Канвенцыі ЮНЕСКА аб ахове нематэрыяльнай культурнай спадчыны ад 17 кастрыніка 2003 года да нематэрыяльнай культурнай спадчыны аднесены звычаі, формы прадстаўлення і выказвання, веды і навыкі, а таксама звязаныя з імі інструменты, прадметы, артэфакты і культурныя прасторы, прызнаныя супольнасцямі, групамі або асобамі ў якасці часткі іх культурнай спадчыны. Яна праяўляецца ў вусных традыцыях і формах выказвання, у тым ліку мову ў якасці носьбіта нематэрыяльнай культурнай спадчыны; выканальніцкае мастацтва; звычаі, абрады і святы; веды і звычаі, якія адносяцца да прыроды і Сусвету; веды і навыкі, звязаныя з традыцыйнымі рамёствамі [4].

Сярод захадаў па ахове нематэрыяльнай культурнай спадчыны на нацыянальным узроўні ў Канвенцыі ЮНЕСКА аб ахове нематэры-

яльнай культурнай спадчыны адзначаны: перадача спадчыны праз форумы і прасторы, прызначаныя для яе выражэння і прадстаўлення; забеспячэнне доступу да нематэрыяльных культурных каштоўнасцей; дакументацыя нематэрыяльнай культурнай спадчыны; забеспячэнне прызнання, павагі і павышанай ролі нематэрыяльнай культурнай спадчыны ў грамадстве.

Для паспяховага захавання спадчыны неабходна, каб яе аб'екты прызналі каштоўнасцямі не толькі спецыялісты, але і само грамадства. У гэтым выпадку важную ролю адыгрывае дакументацыя і папулярызацыя помнікаў матэрыяльнай і нематэрыяльнай культуры. Гэта задача ўскладаецца сярод іншых інстытутаў на сродкі масавай інфармацыяй і на радыё ў прыватнасці.

Радыёвяшчанне не толькі садзейнічае распаўсюджванню культурных каштоўнасцей, выступаючы ў якасці арганізатара масавых плыняў інфармацыі, але і валодае магчымасцямі ўдзельнічаць у дыялогу культур як актыўная творчая сіла. Радыёвяшчанне павінна перакладаць на мову масавай аўдыторыі вынікі духоўнай творчасці, дапамагаць спасцігнуць іх сэнс, садзейнічаць інтэлектуальнаму, эмацыянальнаму і маральнаму ўзбагачэнню слухача.

Захаванне культурнай самабытнасці беларускага народа, збяражэнне гісторыка-культурнай спадчыны і развіццё нацыянальных культурных традыцый – у цэнтры ўвагі беларускіх медыя і, найперш, радыёканала «Культура».

Радыёканал «Культура» праводзіць значную працу па дакументацыі і перадачы шырокай аўдыторыі нематэрыяльных культурных каштоўнасцей нашага народа. Папулярызацыя фальклору – важны кірунак дзейнасці канала. Адным з самых працяглых праектаў з'яўляецца перадача **«Гасцінец»**. Яна прапануе пазнавальныя фальклорныя вандроўкі па Беларусі. У перадачы гучаць песні, найгрышы да танцаў, аўтарскія творы з выкарыстаннем аўтэнтычнага фальклорнага матэрыялу. Дапаўняе эфір гутарка з запрошаным госцем-выканаўцам ці кіраўніком музычнага калектыву. Музычныя фрагменты і інтэрв'ю суправаджае кампетэнтны каментарый аўтара і вядучай, музыказнаўцы Таццяны Песнякевіч. Яна дапамагае аўдыторыі наблізіцца да разумення глыбіннага сэнсу прапанаваных твораў, усвядоміць іх эстэтычную значнасць. Важнае месца ў перадачы займае знаёмства з музыкай, якая суправаджала традыцыйныя

беларускія абрады. Асаблівая каштоўнасць перадачы заключаецца ў тым, што аўтар прапануе рэдкія запісы аўтэнтычных твораў, зробленыя падчас этнаграфічных экспедыцый у розныя рэгіёны Беларусі. У фанатэцы Беларускага радыё захаваліся сотні ўнікальных запісаў фальклору, сабраных Таццянай Песнякевіч і яе калегамі-папярэднікамі, славутым этнамузыколагам Зінаідай Мажэйка і фалькларыстам Генадзем Цітовічам. Такія запісы немагчыма знайсці ў свабодным доступе ў інтэрнэце. Не кожны твор захаваўся і ў фанатэках цэнтральных навуковых устаноў Беларусі. Перадача «Гасцінец» – спадчынніца праграмы «Радыёклуб «Фальклор», якая некалькі дзесяцігоддзяў выходзіла ў эфіры Беларускага радыё.

Таксама народнай музычнай культуры прысвечана перадача **«Беларуская этнафонія»**. У гэтым праекце ўвага скіравана найперш на дзейнасць тых, хто працягвае традыцыі продкаў і клапоціцца аб захаванні, аднаўленні і папулярызацыі беларускага фальклору. Госці праграмы – этнамузыколагі, фалькларысты, удзельнікі фальклорных калектываў, аматары народнай музыкі. Яны знаёмяць слухачоў з этнамузычнай традыцыяй беларусаў ва ўсім шматабліччы праяў. Аўтар і вядучы Яўген Талкачоў робіць акцэнт на творчасці пераемнікаў фальклору – маладых людзей, якія запісваюць творы ад носьбітаў і прэзентуюць спадчыну шырокаму колу. Гучаць не толькі арыгінальныя песні і найгрышы, але і сучасныя інтэрпрэтацыі фальклору.

Такім чынам, праца радыёканала «Культура» садзейнічае павышэнню дасведчанасці пра важнае значэнне культурнай спадчыны ў якасці сродка, які спрыяе сацыяльнаму з'яднанню і ўстойліваму развіццю. Павелічэнне эфектыўнасці гэтай працы патрабуе пошуку новых фарматаў і выкарыстання новых форм вяшчання, што дапаможа ў пашырэнні аўдыторыі і далучэнні да нацыянальнай спадчыны большай колькасці грамадзян.

## Бібліяграфічныя спасылкі

1. Жарина, Л. В. Проблема сохранения культур в условиях глобализации / Л. В. Жарина // Труды БГТУ. – Минск: БГТУ, 2014. – №5 (169). – С. 60–62.

2. О культурном разнообразии: Всеобщая декларация ЮНЕ-

СКО, 2 нояб. 2001 г. // Конвенции и соглашения ООН [Электронный ресурс] / Организация Объединённых Наций. – Париж, 2001.

3. Об охране всемирного культурного и природного наследия: Конвенция ЮНЕСКО, 16 нояб. 1972 г. // Конвенции и соглашения ООН [Электронный ресурс] / Организация Объединённых Наций. – Париж, 1972.

4. Об охране нематериального культурного наследия: Конвенция ЮНЕСКО, 17 окт. 2003 г. // Конвенции и соглашения ООН [Электронный ресурс] / Организация Объединённых Наций. – Париж, 2003.

5. Чепайтене, Р. Культурное наследие в глобальном мире / Р. Чепайтене. – Вильнюс: ЕГУ, 2010. – 298 с.

# РАЗДЗЕЛ 2.
# ТВОРЧАЯ ЛАБАРАТОРЫЯ РАДЫЁЖУРНАЛІСТА КАНАЛА «КУЛЬТУРА»

# «ВАЖНО ДЕЛАТЬ ТО, ЧТО ПОМОЖЕТ ДРУГИМ ЛЮДЯМ»: НАТАЛЬЯ СИРОТКО

**А.С. Голубович,**
студентка 2 курса
*Белорусский государственный университет*

*– Наталья Алексеевна, как вы оказались в команде канала «Культура»?*

– Я по образованию филолог. На филфак поступала, так как получила третье место на олимпиаде по русскому языку, которое давало мне право поступать на дневную бюджетную форму обучения. Но я всегда мечтала стать журналистом. Где-то в десятом классе я увидела объявление на набор филологического факультета, потом у меня была рекомендация в аспирантуру, но я не пошла, потому как помнила, что всегда хотела в журналистику. И моя мечта сбылась. После моего декрета я пришла на канал «Культура», он тогда только-только создавался, прошло чуть больше года с его основания. Изначально я работала репортером на новостях. Признаюсь, тогда я чувствовала себя не очень хорошо, так как мне тогда было 27–28 лет, а делала я примерно то, что делают первокурсницы. Разница в 10 лет, а я делаю примерно тоже. Но я очень благодарна Екатерине Ивановне Агеевой, директору канала, за то, что она не торопила меня и ждала, пока из меня что-то вылупится. Параллельно с новостями, я стала делать репортажи в программу «Молодежная хваля». После некоторого времени стало заметно, что буквально каждый выпуск программы – это мои репортажи. И тогда Светлана Колмак предложила мне взять всю программу. Работала в «Маладзёжнай хвалі» несколько лет, потом передала другим — когда поняла, что слишком взрослая для этой тематики.

*– Какие собственные рубрики вы вели ранее на радио «Культура»?*

– Была у меня попытка сделать авторскую передачу «Своим голосом» в рамках литературной передачи интервью с переводчиками. Это были довольно примитивные и наивные интервью, которые справедливо раскритиковали. Еще пыталась делать авторскую программу «Музы» – про женщин в жизни писателей. Думала, буду

чередовать русских и белорусских писателей. Но столкнулась с тем, что у нас не принято говорить о личной жизни, поэтому информации такой мало или вовсе нет. Вплоть до того, что знакомые Василя Быкова не знали, когда он успел жениться второй раз и что с его первой женой. В общем, рубрика не прижилась, хоть я и перелопатила много литературы, прочла биографии писателей. Так уж вышло, что мои передачи не хотели взлетать. Мне кажется, важно сказать об этом: не всегда и не все получается с первого раза. Хочу сказать, что, да, может получаться не сразу, может не с первого раза, но, наверное, надо просто взять паузу, вдохнуть-выдохнуть и попробовать снова. Пока я придумывала авторские программы, все это время я продолжала делать репортажи. И я научилась виртуозно их делать. Ко мне даже присылали первокурсниц, чтоб я научила и рассказала про репортаж. Я вытаскивала те темы, которые становятся модными сейчас, а для 2005 года, когда не были развиты социальные сети и надо было искать героев по форумам, в городе, это всех удивляло. У меня спрашивали: «Где ты их берешь?»

*– А когда же все-таки получилось ввести свою программу?*

– А получилось в 2006 году. Но начало было положено в 2005. Я тогда оказалась за границей впервые за долгое время. Шли мы по Куршской косе, поперек. Посмотрели по карте расстояние – примерно 2,5 километра. Я замерила, по времени это оказалось полчаса. То есть через полчаса мы оказались у моря. Это такое место красивое, как в фильме про «Красную Шапочку», где она бегает такая милая по берегу моря. И я тогда со смехом сказала: «Вот я вернусь, мне дадут полчаса, чтоб я делала передачу, а я скажу, чтоб эта программа называлась «Два с половиной километра», потому что она будет про путешествия». Потом я вернулась в Минск, мне Екатерина Ивановна говорит: «Будет у тебя программа, только все полчаса дать не могу. Будут 25 минут». Я тогда подумала и сказала: «Тогда программа будет называться «Два кіламетры». Так получилось, что в что в разговорах с Екатериной Ивановной присутствует момент случайности. Был еще такой момент, когда я пришла устраиваться на работу на «Культуру», то меня отправили в кабинет, где была летучка. Я зашла и спросила: «Вам светлые головы и умелые руки не нужны?» Мне Екатерина Ивановна Агеева сказала: «Да, нужны, заходи». Хотя мне говорили, что это за название «Два кіламетры,

два кіламетры!» Зато это была моя первая авторская программа. В ней я рассказывала про города Беларуси, ездила в командировки, старалась не использовать помощь экскурсовода. Выискивала так называемых «городских сумасшедших». Проверочным был вопрос: «А есть ли в городе подземелье?» Если человек говорит: «Пошли покажу», то это тот самый, кого я искала. И тут мы подходим к интересному вопросу: насколько были правдивы сюжеты и соответствовали ли легенды и истории моих героев содержанию учебника истории? На самом деле в какой-то момент главным стал не тот факт, насколько это все правдиво, а тот факт того, о чем именно человек рассказывает, с какого бока, с каким акцентом. Если человек хочет рассказать про свой город, как о городе, который играл большую роль в истории Беларуси, хочет рассказать редкую легенду, которую опровергли историки, то это о человеке рассказывает больше, чем его биография. Также, в передаче «Два кіламетры» я отказалась от сохранения последовательности. Это сделано специально, ведь, когда вы приезжаете в гости на пару дней, то вы сразу не видите самого главного. Пока дойдете до центра, то вам расскажут, где лучше скушать пирожное, где заказать сувенир со скидкой.

*– Сейчас вы руководитель детского проекта «Дасціпныя. Нястомныя. Кемлівыя».*

– Программа «ДНК» на радио «Культура» – это лоскутное одеяло из рубрик разной тематики и разной направленности. Мы определяем аудиторию программы как младших школьников и младших подростков, считая, что слушатели старше 14 лет вполне могут слушать обычные эфиры канала «Культура». Тем не менее, большую долю аудитории «ДНК» составляют взрослые и даже пожилые слушатели. Учитывая, что именно они могут познакомить с программой своих детей и внуков, их вкусы и потребности тоже нужно учитывать. В целом «ДНК» – это канал «Культура» в миниатюре. Образовательные рубрики, архивные программы, литературно-драматическое вещание, концерты, интервью. Иногда — экспериментальная площадка: именно в ДНК пробуют силы молодые журналисты, прежде чем создавать свои проекты.

*– В чем для вас смысл работы на канале «Культура»?*

– Есть два литературных произведения: новелла О. Генри «Последний лист» и рассказ Б. Шергина «Для увеселения». Оба они

отвечают на вопрос: «Зачем нам искусство?» Расскажу про «Для увеселения». Рассказ про двух братьев – Ивана и Андриана, которые причалили на островок, а буря унесла их лодку. Островок лежал далеко от торговых путей Белого моря. Было очевидно, что пришла их смерть. Готовясь к смерти, они нашли небольшую доску, на которой записали свою историю. Один вырезал текст, другой пустил орнамент по борту. Поскольку они были не только моряками, но и резчиками по дереву. И теперь, проплывающие мимо этого острова, вспоминают двух братьев. Это очень важный момент, потому что если меняем масштаб и смотрим на свою собственную жизнь, то понимаем, что в конце ее стоит неминучая смерть. Что мы можем сделать? Как мы можем заслониться от страха смерти? Один из немногих, мне кажется, действенных способов что-то делать перед лицом смерти – это именно создавать искусство, работать с искусством, чтоб сохранить имя свое, память о себе, чтоб твоя душа была чем-то занята. Искусство и осмысленная деятельность делает мысль о смерти более переносимой. А новелла О. Генри о девушке, которая болеет пневмонией. И единственный способ, по мнению врача, чтоб выздороветь – создать положительный настрой. А девушка смотрит за окно и видит, как там облетает плющ. И она говорит: «Когда упадет последний лист, я умру». А лист все не падал… Что хочу этим сказать? Что человек может считать главным своим шедевром то, что дало возможность спасти жизнь другому, улучшить ее, где-то скрасить. Важно делать то, что поможет другим людям жить и выживать. И я надеюсь, что наша работа кому-то помогает в этом, дает человеку психологическое укрытие, набраться ресурсов, восстановиться.

## «РАДИО ДЛЯ МЕНЯ – ЛЮБОВЬ»: ТАТЬЯНА ГУЛЕВИЧ

**Д. Н. Гиргель**
*Белорусский государственный университет*

Татьяна Гулевич, радиожурналист, радиоведущая утренних эфиров «Мелодия пробуждения», «Утренний эскиз», «В ритме дня», автор программ «Научные путешествия», «Расписание на послезав-

тра», «Родительский клуб», «Семейная педагогика», руководитель творческой группы проекта «Мэри Поппинс» на канале «Культура» Белорусского радио в 2002–2016 годах.

*– Татьяна, что приходит на ум, когда вы слышите слово «радио»?*

– Любимая работа, которой посвятила более двадцати лет своей жизни. Радио для меня – любовь. На радио я выросла. Мое детство проходило в деревне, и я просыпалась под передачу «Сельское утро» в исполнении диктора Белорусского радио Николая Чирика. Я не знала тогда, что судьба так распорядится, что, когда я стану взрослой, получу техническое образование радиотехника, приду работать на Красную, 4 звукооператором, влюблюсь в профессию радиожурналиста, осознанно поступлю на факультет журналистики БГУ и в 2002 году стану радиоведущей.

*– Какие качества должны быть у радиоведущего?*

– Любить слушателей и уметь отдавать себя без остатка. Он должен любить всех людей по умолчанию, безусловно, потому что это его потенциальные слушатели. И не важно, хороший человек или плохой. На мой взгляд, работа на радио – это огромная самоотдача, эмоциональный труд: делиться чувствами, эмоциями посредством эфира.

*– Помните ваш первый эфир на канале «Культура» Белорусского радио?*

– Я начинала работать корреспондентом, внештатным автором. Тогда это было принято. К ведению прямого эфира допускали не сразу – до него нужно было дорасти. Директор канала «Культура» Екатерина Ивановна Агеева перед тем, как взять меня в штат, дала задание – сделать материал о цирке. В 2002 году в Минске проходили гастроли цирка Юрия Никулина. Мне удалось встретиться с артистами и подготовить полноценный репортаж. Его послушали, одобрили, и он вышел в эфир. С июля 2002 года я делала только репортажи, а мой первый самостоятельный эфир состоялся 1 ноября 2002 года. Я попала в команду профессионалов Светланы Девятковой и Алексея Гулевича. Эфир канала «Культура» начинался программой «Мелодия пробуждения», которая выходила каждый будний день с 8 до 10 утра. Я стала третьей ведущей утреннего эфира. Училась у Светланы и Алексея всему тому, что они умели. Они

подставляли свое плечо, если что-то было не так. Первый эфир – очень ответственно, волнительно и… страшно. Но все получилось. К сожалению, Светланы Девятковой уже нет с нами. Но я всегда с благодарностью вспоминаю ее.

На утренних эфирах я проработала восемь лет. Радио никогда не стоит на месте. С каждым новым вещательным сезоном всегда что-то обновлялось. Программа «Мелодия пробуждения», которой руководила Светлана Девяткова, трансформировалась в пятичасовой блок «Утренний эскиз», эфирное время увеличилось с двух часов до пяти. Позднее «Утренний эскиз» сменила программа «В ритме дня».

*– Достаточно ли для начинающего ведущего хорошей дикции? Важно ли специальное образование и какое именно?*

– У меня ответ субъективный, как человека, который может поделиться своим опытом. Считаю, что хорошей дикции абсолютно недостаточно. Если бы я не окончила факультет журналистики БГУ, вряд ли бы стала радиоведущей. Мне диплом БГУ очень понадобился, чтобы приобрести новую профессию. По опыту могу сказать, что журналистика связана с психологией, т.к. предполагает общение с людьми. Радиоведущему не помешают психологические навыки для лучшего понимания собеседника и ведения диалога.

*– Как вы думаете, когда радио лучше телевидения?*

– Радио всегда лучше телевидения, и я объясню почему. Телевидение не позволяет думать, размышлять, фантазировать. Телевидение дает слово и картинку, готовый продукт, который видишь и слышишь. На радио картинки нет – ты не видишь ведущих, только слышишь слова, интонацию. Радио дает больше пространства для воображения: ты представляешь, как выглядит тот, кто сидит у микрофона, а из услышанного самостоятельно дорисовываешь образ.

*– Как вы относитесь к современным интернет-технологиям? Они помогают или мешают развитию радиовещания?*

– Я отношусь абсолютно спокойно. Это требование времени. Считаю, что современные интернет-технологии не помогают и не мешают, а дополняют радиовещание. Например, у многих радиостанций теперь есть свое вещание не только в FM-диапазоне, но и в интернете. Выбирай, что тебе удобно. В автомобиле настроить приёмник и слушать в FM-диапазоне, или слушать радио в интернете,

сидя за компьютером. К слову, если загуглить, то можно отыскать множество радиостанций, вещающих исключительно в интернете. Всемирная паутина позволяет расширить аудиторию на весь мир.

*– С появлением интернета возрос ли интерес к радио?*

– Здесь мне сложно ответить. Я бы сказала – каждый выбирает для себя. И спасибо, что есть выбор: можно оставаться с радио, либо уходить на YouTube или просматривать TikTok.

*– Какие Вы можете назвать особенности построения радиопрограммы для детей?*

– Радиопрограмма должна быть динамичной. Современные детишки непоседы. Наверное, вы слышали о клиповом мышлении. Так вот, если раньше это было на счет – один, два, три, то сейчас – один, два. Скоро будет один, всего доля секунды. Поэтому в эфире наполнение радиопрограммы должно быстро сменяться. Не зря говорят, что каждые девяносто секунд должна быть смена – один голос должен сменять музыкальный джингл или другой голос. Полторы минуты – для детей уже много. В эфире надо что-то менять каждые 30 секунд. Например, музыкальной перебивкой.

*– Какие есть особенности речевого поведения журналиста в радиопередачах для детей?*

– Особенности речевого поведения напрямую зависят от возраста ребенка. Поэтому важно говорить максимально приближено к его речи. Если это возраст пять – шесть лет, то ваша речь должна быть мягкой, может быть, даже с заискиванием и сюсюканьем. Хотя, признаюсь честно, меня всегда за это критиковали. Запись всегда можно отмонтировать, отредактировать и сделать как надо, но в прямом эфире у тебя нет права на ошибку. Есть говорящие дети, а бывает и наоборот. Некоторые на твой вопрос просто качают головой вместо ответа. По телевидению все понятно, а для радио нужен звук. В прямом эфире с маленькими детьми я позволяла себе заискивать и сюсюкать. Меня за это ругали. До сих пор не знаю ответа – права я была или нет.

Если возраст постарше, подростки, у них свой сленг. У меня был блокнотик с разными словечками. Частенько уточняла у дочери, что они означают. Когда берешь интервью у детей переходного возраста и добавляешь слово из их лексикона, они вдруг понимают, что эта взрослая тетя – своя, многое понимает, и ей надо что-то ответить. Тогда и интервью, и эфир получается.

*– Как брать интервью у детей?*

– Глядя глаза в глаза. Хорошо, если вы сидите за столом, это легче сделать. Никогда нельзя брать интервью, стоя во весь рост. Взрослому человеку нужно присесть или наклониться, чтобы не смотреть свысока. Это первое правило. Второе – обязательно помогать в ответах. Вплоть до того, чтобы ребенок повторил свой ответ по предложениям вслед за вами. Потом поможет великая техника компьютерного монтажа. Третье – вспомните себя в детстве. Прежде, чем задать ребенку вопрос, спросите себя: «А ты сам как бы ответил?».

*– Какие есть советы для начинающих радиожурналистов?*

– Скорее не совет, а напутствие. Сейчас, работая со школьниками в Минском государственном дворце детей и молодежи в объединении по интересам «Основы радиожурналистики», встречаю детей, которые считают, что вести эфир на радио очень легко. Микрофон включил и говори, что хочешь. Это миф. Радиожурналистика – это колоссальный труд. Садиться перед микрофоном без предварительной подготовки я бы никому не посоветовала. Как минимум, какие-то тезисы должны быть перед глазами.

*– В чем заключается социальная значимость познавательно-развлекательных программ для детей на Белорусском радио?*

– Достаточно сложный вопрос. Во-первых, на мой взгляд, расширение кругозора. Особенно для тех, кто не занимается в кружках и секциях, и для тех, у кого ничего нет помимо школы. Развлекательно-познавательные программы, если это качественный продукт, который учит доброму, вечному, светлому – альтернатива дополнительного образования. Во-вторых, социальная значимость в том, что такие программы дают возможность каждому ребенку раскрыться. Ведь им кажется, что на радио попадают самые крутые, самые продвинутые дети. Проекты для детей-сирот и особенных деток во время моей работы на программе «Мэри Поппинс» показали, что детская радиопрограмма доступна всем без исключения. Каждый ребенок может быть услышанным.

# «САМЫ ВЯЛІКІ ГОНАР – ГЭТА МАГЧЫМАСЦЬ ПРАЦАВАЦЬ У КАМАНДЗЕ ПРАФЕСІЯНАЛАЎ»: МАРЫЯ ДУБРОЎСКАЯ

**Н. В. Кузьміч**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Марыя, як атрымалася, што вы прыйшлі менавіта на радыё «Культура»?*

– На канал «Культура» Беларускага радыё я трапіла даволі выпадкова.

На другім курсе Інстытута журналістыкі БДУ я наведвала народны літаратурны тэатр «Жывое слова» БДПУ. Наталля Кухарава, тады мастацкі кіраўнік тэатра, прапанавала праходзіць практыку на «Культуры». Адзін з рэжысёраў тэатра, тады яшчэ проста супрацоўнік радыё Уладзімір Трапянок скантактаваў мяне з дырэктарам канала Кацярынай Агеевай. Пасля кароткай размовы-знаёмства яна прапанавала мне паспрабаваць сябе ў інфармацыйнай службе. Спачатку я супрацоўнічала з каналам «Культура» як практыкант, пасля як пазаштатны аўтар, потым увайшла ў штат.

*– Якім было ваша першае заданне?*

– Адно з першых запомнілася абсалютным факапам. У Палацы мастацтва праходзіла выстава карцін розных аўтараў. Туды мяне накіравалі зрабіць кароткі рэпартаж для службы інфармацыі. На ўваходзе я сустрэла куратара выставы і запыталася, з кім можна зрабіць інтэрв'ю. Мне параілі мастачку. Куратар упэўнена махнула рукой убок прыступак і зарыентавала мяне: «такая светлая жанчына, у цёмным убранні». Наверсе я знайшла ўсмешлівую, ветлівую жанчыну-мастачку, якую пачала распытваць пра выставу, звяртаючыся да яе «Кацярына». Творца падрабязна расказвала пра экспазіцыю, удакладняла дэталі і адгукалася на імя Кацярына. А пасля сказала: «мой бацька Барыс Аракчэеў». Так давялося пазнаёміцца з вядомай (на той момант, шкада, што не для мяне) мастачкай Аксанай Аракчэевай.

Яшчэ ўзгадваецца адно з першых заданняў для інфармацыйнай службы, дзеля якога давялося ісці на філфак БДУ і браць інтэрв'ю ў Таццяны Шамякінай. Напэўна, падазраючы маю невопытнасць, яна вырашыла зладзіць мне экспрэс-тэст на веданне твораў Васіля Бы-

кава, які я з трэскам праваліла, назваўшы работу Івана Шамякіна.

*– А першы эфір – ён быў якім?*

– Доўгі час я баялася прамых эфіраў і спакойна магла трэніравацца на мантажы або інтэрв'ю. Але на канале «Культура» бракавала вядучых навін. Нягледзячы на мой моцны пратэст і спужаныя вочы на той момант начальнік службы інфармацыі Уладзімір Трапянок папросту паставіў мяне на выпуск навін. Гэта быў бадай што найбольш стрэсавы эфір. Трэба было сабраць неабходную для аднаго выпуска колькасць навін, перакласці іх, даць вычытаць стыль-рэдактару і кіраўніку, а самае страшнае – прачытаць іх у прамым эфіры, уклаўшыся ў хранаметраж. У канцы выпуска – зачытаць прагноз надвор'я. Мне здаецца, тады выпуск са мной рабіла ўся служба інфармацыі: хтосьці падтрымліваў маральна, нехта дапамагаў адшукаць навіны, раздрукаваць надвор'е. Адчуванне падтрымкі, моцнага пляча побач заставалася са мной на працягу ўсёй працы на канале «Культура».

*– Самае запамінальнае заданне – гэта…*

– Як супрацоўнк «Культуры» я прымярала на сябе шмат роляў: журналістка, вядучая, арганізатар, артыстка, неяк нават давялося выконваць частку абавязкаў адказнага сакратара. Але найбольш запамінальным апынуўся вопыт мастацкага чытання. Артыстка раптоўна не змагла выйсці ў прамы эфір, дзе на працягу паўгадзіны чыталі выбраны твор. Да прамога эфіру была гадзіна, за якую я сабралася і даехала на працу. За пяць хвілін да пачатку пазнаёмілася з назвай і аўтарам кнігі, прагледзела старонку. Тады ў галаве была адна думка: галоўнае не спяшацца, каб не збіцца, і сачыць за інтанацыяй. Безумоўна, акцёр мае права рэдагаваць твор па ўласным патрабаванні: скарачаць, у асноўным, ці «апускаць» занадта далікатныя сцэны. Мне такой мажлівасці не выпала. Таму, мяркую, «культурныя» слухачы былі моцна здзіўлены павольна і выразна прачытанай не зусім па-мастацку апісанай эратычнай сцэнай, чамусьці ўдосталь насычанай ваеннымі метафарамі.

*– Ці можна сказаць, што адзін з эфіраў быў самым складаным?*

– Напэўна, не атрымаецца вылучыць самы складаны эфір. Усе працоўныя заданні, праграмы, эфіры так ці інакш спрыялі развіццю новых нейронных сувязей. Першы раз, калі герой праграммы спазняецца на прамы эфір, бывае досыць нервовым.

Мне падаецца, шмат складанасцей выклікае выпрацоўка ўласнай манеры чытання: нязмушанай, здольнай змяняцца ў залежнасці ад фармата праграмы. На навінах – хуткі тэмп, разборлівае і акцэнтаванае маўленне, правільна расстаўленыя паўзы. На мастацкіх чытаннях – адсутнасць мітусні, запаволенасць, уменне не пераіграць, але і не застацца бляклай і неадчувальнай.

Тое, што не атрымалася перамагчы да канца, – нервовасць перад прамымі эфірамі навін. За абмежаваны час пры любых умовах неабходна сабраць інфармацыю пра культурныя падзеі, размеркаваць іх у патрэбным парадку (па істотнасці для краіны, па месцах, дзе яны адбываюцца), перакласці на беларускую мову, падрыхтаваць сінхрон, альбо рэпартаж, які пойдзе ў эфір, раздрукаваць гатовы выпуск і яшчэ не адно дзеянне. На гэтым шляху часта трапляюцца форс-мажоры ў выглядзе зламанага прынтара, няякаснай стужкі ці сапсаванага запісу, абмеркавання мэтазгоднасці навіны.

– *Што аказалася самым складаным падчас работы?*

– Найбольш складаным аказалася не «злавіць» прафесійнае выгаранне. Мяркую, гэта праблема ўзнікае ў многіх журналістаў. Бо праца перастае быць заняткам з 8 да 17, на які забываешся, ледзь зачыніўшы дзверы.

Адзін журналіст рабіў праграмы розных жанраў, працаваў у інфармацыйнай службе, удзельнічаў у спецпраектах. Шмат выстаў, прэзентацый, іншых культурных падзей адбываліся ўвечары, калі варта было б адпачываць пасля плённага працоўнага дня. Недахоп адпачынку, неабходнасць канвеернай працы, некаторыя звыклыя і не надта творчыя заняткі хутка набліжаюць прафесійнае выгаранне. І гэта не толькі псіхалагічная праблема, якую трэба вырашаць непасрэдна самому чалавеку, але і менаджарская.

Яшчэ досыць частай складанасцю аказвалася неабходнасць прытрымлівацца хранаметража. І калі трохвіліннае абмежаванне на стужку ў блоку навін яшчэ можна неяк трываць (усё ж аскетычны на эмоцыі інфармацыйны жанр), то скараціць двухгадзінную гутарку да 30 хвілін тая яшчэ задачка. Бывала, што рабілі два выпускі, прысвечаныя адной тэме ці аднаму герою, каб адпрацаваць увесь каштоўны матэрыял.

– *...і самым простым?*

– Помню, на ўступных іспытах на факультэт журналістыкі ад экзаменатараў прагучала пытанне: навошта ідзяце ў гэту прафесію? Самым папулярным адказам было – дазнавацца пра новае. Але для мяне найбольш каштоўным, любімым і адначасова простым заставалася камунікаваць з людзьмі, «раскрываць» герояў праграм, расказваць пра іх слухачам. Працэс камунікацыі неверагодна прыемны. Гэта няспынны абмен станоўчай энергіяй, настроем. Магчымасць распавесці пра тое, аб чым яшчэ ніхто не чуў.

*– Ёсць тое, чым вы можаце ганарыцца?*

– Самы вялікі гонар – гэта магчымасць працаваць у камандзе прафесіяналаў канала «Культура», магчымасць вучыцца ў жывых настаўнікаў, якія пасля становяцца сябрамі. У калектыве, які нагадвае сям'ю, значна прасцей было пераадольваць працоўныя цяжкасці. Кожны ў службе інфармацыі меў улюбёную тэму. Да Іны Наркевіч можна было звяртацца па любых мастацкіх пытаннях: якія і дзе выставы, манеры пісьма мастакоў, разуменне жывапісных твораў. За парадамі моднай сферы і музычнымі ацэнкамі ішла да Наталлі Драздовай. Кантакты тэатральных дзеячаў, падыход да іх ведала Кацярына Грыцэнка. Падзеі свецкай хронікі былі пад пільнай увагай Святланы Колмак. Псіхалагічныя нюансы, уплыў музыкі на паўсядзённасць вывучала Юлія Церахава. Гэта моцная каманда, працаваць у якой было вялікім падарункам і незабыўным урокам. Хоць журналістыка і індывідуальная прафесія, але адносіны ў калектыве канала «Культура», узаемадапамога, павага і падтрымка рабілі тое, што не зможа зрабіць выключна адзін прафесіяналізм.

*– Якія госці прыходзілі да вас?*

– У першую чаргу канал «Культура» падарыў мне знаёмства са знакамітымі пісьменнікамі, чулымі, глыбокімі і апантанымі людзьмі. Напрыклад, цяжка ісці на інтэрв'ю са сваім кумірам, чалавекам, які ў маім дзяцінстве быў эталонам мужнасці, сяброўства, прыгажосці і… мушкецёрам. Пра Веніаміна Смехава я ведала да інтэрв'ю шмат, але гэта не спрашчала пастаўленую задачу. Пра што і як запытацца, якім чынам раскрыць за 30 хвілін чалавека, на якога глядзіш з адкрытым ротам?! А як быць з тымі, на чыіх кнігах вырасла, чые творы паўплывалі на светапогляд і стыль?! Няпростымі, але запамінальнымі і яркімі сталі інтэрв'ю з акцёрамі Анатолем Лабоцкім, Веньямінам Смехавым, артыстамі цырка Дзю Салей.

Не заўсёды атрымлівалася дамовіцца на непасрэднае вялікае індывідуальнае інтэрв'ю. Напрыклад, праграма з пісьменнікам Сяргеем Лук'яненка была зроблена на падставе вялікай закрытай лекцыі і некалькіх маіх пытанняў. Радыёпартрэт са шчырай, непасрэднай і эмпатычнай спявачкай Дзіянай Арбенінай атрымаўся дзякуючы калезе з радыё «Сталіца» Марыне Савіцкай, якая не хавала журналісцкую ўдачу, а прапанавала паўдзельнічаць у інтэрв'ю.

Хвалюючымі і незабыўнымі сталіся аўтарскія праграмы «Кухня» і «Прачытанне». Кожны з герояў стаўся шаноўным, любімым госцем. Шведскія пісьменніцы Юя Вісландэр, Сара Лундберг, шведская крытык Эва Суса, расійскі пісьменнік Яніс Грантс, выдавец Марына Волкава, беларускія творцы: Адам Глобус, Галіна Багданава, Пятро Васючэнка, Юлія Цімафеева, Ганна Янкута, Алеся Башарымава, Вольга Гапеева, Валярына Кустава, Алена Масла, Людміла Рублеўская, Алёна Беланожка, Андрэй Хадановіч, Арцём Кавалеўскі, Маргарыта Аляшкевіч, Марыя Маліноўская, Алена Мальчэўская, Уладзь Лянкевіч, Наста Кудасава, Адам Шостак, Дзмітрый Строцаў, Юрый Несцярэнка, Алесь Камоцкі, Зміцер Вайцюшкевіч.

– *Успамінаюцца такія эпізоды, якія б хацелася паўтарыць зараз?*

– Паўтарыць цяпер хочацца само супрацоўніцтва з каналам «Культура», яго журналістамі, былым дырэктарам Кацярынай Агеевай. Мноства запамінальных інтэрв'ю з агромністым задавальненнем гатова паўтарыць і зараз.

Мне пашанцавала пазнаёміцца з італьянскім крытыкам Клаўдзіа Факінелі. Ён быў адным з членаў журы фестывалю студэнцкіх тэатраў «Тэатральны куфар». Яго зачапіла амаль дэтэктыўная гісторыя. На могілках у Італіі побач з пахаваннем Дзягілева ёсць магіла Ніны з надпісам «Досвиданья, Нина». Гэтая памылка прыцягнула ўвагу Клаўдзіа Факінелі. Ён зладзіў сапраўднае расследванне, цягам якога ўзніклі версіі, што ўладальніца магілы Ніна Слуцкая стала правобразам гераіні чэхаўскай «Чайкі» Ніны Зарэчнай. Аповед набыў мастацкія падрабязнасці і змясціўся пад кніжнай вокладкай, ператварыўшыся ў напалову дакументальны, напалову мастацкі твор. Атрымалася дамовіцца з аўтарам і выдаўцом пра агучку кнігі на радыё. Голас апавядальніку падарыў акцёр Віктар Шулешка. Цяпер Клаўдзіа Факінелі піша чарговую кнігу пра даследчыка Мікалая Судзілоўскага.

# «КУЛЬТУРА СТВАРАЕЦЦА ЧАЛАВЕКАМ І СТВАРАЕ ЧАЛАВЕКА»: ТАЦЦЯНА ПЕСНЯКЕВІЧ

**Т. У. Малмыга**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Таццяна Пятроўна, апошнія 20 гадоў вашай журналісцкай работы на радыё звязаны з радыёканалам «Культура». Вы, можна сказаць, адна з першых яго супраўнікаў. Я ведаю, што вы ўдзельнічалі ў прамым эфіры першага дня вяшчання. Памятаеце, як гэта было?*

– Добра памятаю настрой таго дня: святочна ўсхваляваны. Першы дзень Новага 2002-га года, невялікая ўтульная студыя прамога эфіру новага канала Беларускага радыё, канала «Культура», прэзентацыя музычнага праекта «Ars longa, vita brevis» («Жыццё кароткае, мастацтва вечнае»). У студыі аўтар праекта – Алег Барысавіч Залётнеў, выдатны беларускі кампазітар, інтэлектуал, чалавек высокай культуры і разнастайных творчых інтарэсаў. Мы вядзем гутарку пра музыку розных эпох і стылёвых накірункаў, узгадваем славутых кампазітараў мінулага і дзеячаў культуры, якія ствараюць сённяшні музычны партрэт Беларусі, гартаем старонкі беларускай музычнай спадчыны, а потым выпраўляемся ў падарожжа па славутых канцэртных залах свету і слухаем сусветнавядомых спевакоў і інструменталістаў. І гучыць музыка: ад класікі да папулярнай. Затым прадстаўляем рубрыкі: «Мелодыі з календара», «Аўтограф», «Старонкі беларускай музычнай спадчыны»… Адчуванне, быццам гартаем эксклюзійны музычны часопіс з гукавым прыкладаннем. Гэта быў цікавы праект працягласцю 2 гадзіны 20 хвілін, які выходзіў па нядзелях на працягу новага эфірнага сезона.

*– Напачатку канал «Культура» павінен быў толькі рэтрансляваць фонды Беларускага радыё. І, найперш, музычныя. Тыя, хто працаваў на той час на Чырвонай, 4, і я ў тым ліку, бачылі, як вы разам з калегамі насілі горы стужак на эфір. Тады алічбоўка вытворчага радыйнага працэсу яшчэ толькі пачыналася. Але адна справа прынесці плёнкі і зусім іншая структурыраваць эфір. Думаю,без вас тут не абыйшлося, бо менавіта супрацоўнікі былой, на той час, музычнай рэдакцыі ведалі, як гэта рабіць. Што было найбольш складаным?*

– Структурыраваць эфір – гэта значыла так размясціць у сетцы вяшчання музычныя перадачы, каб яны давалі магчымасць слухачам сустрэцца з рознай музыкай адпаведна разнастайным слухацкім густам, захапленням, узроўню адукаванасці. І трэба аддаць належнае першаму дырэктару канала «Культура» Кацярыне Іванаўне Агеевай, якая вельмі тонка паставілася да фарміравання музычнай палітры эфірнага дня, падтрымала цікавыя прапановы і праекты музычных рэдактараў. Адзінае, што найбольш хвалявала на пачатку – гэта, каб падчас эфіру не парвалася стужка з музычным творам. А іх у канцэртах было звычайна ад пяці і больш.

*– Ведаю вашу любоў да народнай музыкі. Зараз вы робіце перадачу «Гасцінец». Раскажыце, як стваралася гэта праграма? У чым яе ідэя, хто ўдзельнікі і слухачы?*

– Мае стасункі з традыцыйным беларускім фальклорам пачаліся яшчэ на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё. Існавала такая перадача «Радыёклуб “Фальклор”», ля вытокаў якой былі нашы знакамітыя этнамузыколагі Зінаіда Якаўлеўна Мажэйка і Тамара Барысаўна Варфаламеева. Потым да іх далучылася Іна Дзмітрыеўна Назіна. Мне даверылі падхапіць гэту «фальклорную эстафету». І прыемна, што многія сённяшнія прафесійныя выканаўцы беларускай народнай музыкі, збіральнікі фальклору кажуць, што іх цікавасць да нацыянальнага фальклору пачыналася менавіта з перадачы «Радыёклуб “Фальклор”». Перадача «Гасцінец» стваралася на канале «Культура» як музычна-пазнавальная праграма для аматараў народнай музыкі. Разлічана на слухачоў розных узростаў, музыкантаў-прафесіяналаў і аматараў. Спачатку ў ёй гучалі беларускія старадаўнія народныя песні, танцы, найгрышы, а таксама аўтарскія творы з выкарыстаннем фальклору, традыцыйная музыка народаў свету. На эфір запрашаліся этнамузыколагі і выканаўцы. А затым канал «Культура» пачаў удзельнічаць у міжнародных музычных праектах «Каляды» і «Вялікдзень», «Песні кахання», «Калыханкі». У праграме «Гасцінец» гучалі цудоўныя фальклорныя ўзоры з розных краін свету. Станоўчым момантам у папулярызацыі нацыянальнага фальклору сталі фальклорныя экспедыцыі па Беларусі. І зноў хачу падзякаваць першаму дырэктару канала «Культура» К. І. Агеевай за падтрымку гэтай ідэі. Паездкі для запісу рэдкіх узораў старадаўняга беларускага музычнага фальклору адбыліся

ў Любанскі, Салігорскі, Жыткавіцкі, Столінскі, Лельчыцкі, Расонскі і Ваўкавыскі раёны. І сёння песні, танцы, найгрышы, легенды, паданні, прытчы, запісаныя ў тых экспедыцыях, можна слухаць у праграме «Гасцінец».

*– На канале ёсць яшчэ адна праграма пра народную музыку – «Беларуская этнафонія». Вашы інтарэсы перасякаюцца?*

– Пакуль перасячэння інтарэсаў не назірала. Думаю, не перасякаюцца, бо інтарэс у нас агульны – гэта беларускі фальклор у мноcтве форм яго сучаснага існавання. Таму цікава ўсё: і захаванне старажытных традыцыйных абрадаў, і знаёмства з музычнымі групамі, якія выконваюць апрацаваны і неапрацаваны фальклор. «Гасцінец» робіць акцэнт на захавальнай функцыі, звяртаецца да вытокаў, узгадвае легендарных аўтэнтычных беларускіх спевакоў і музыкантаў, чые запісы захоўваюцца ў залатым фондзе радыё. «Беларуская этнафонія» прэзентуе слухачам сучаснае жыццё старадаўніх традыцый.

*– Вы з'яўляецеся вядучай адной з лепшых, на мой погляд, музычных праграм «Канцэртная зала». Гэтая перадача ў эфіры ці не з першых дзён існавання канала. Я ведаю, што ідэя яе стварэння належала кампазітару Віктару Кісценю, які на той час працаваў на канале «Культура». Зараз гэтую праграму рыхтуеце вы і Алесь Вольша. Чым яна выдзяляецца і чым прыцягвае вас?*

– «Канцэртная зала» – праект, які адкрывае перад слухачамі магчымасць віртуальнай прысутнасці на цікавых нацыянальных і міжнародных музычных імпрэзах. За час існавання канала «Культура» гэта праграма выходзіла ў розных фарматах: гэта і прамая трансляцыя з Вялікай студыі Дома радыё з прысутнасцю слухачоў, гэта і канцэрт-прэм'ера асобнага твора, гэта і канцэрт-прэзентацыя нацыянальных і замежных салістаў-вакалістаў, інструменталістаў, дырыжораў. У «Канцэртнай зале» можна паслухаць класічныя творы, этнамузыку, фолк, джаз у інтэрпрэтацыі як сусветнавядомых, так і маладых замежных выканаўцаў, трансляцыі канцэртаў з Беларускай дзяржаўнай філармоніі і іншых канцэртных пляцовак краіны. Ствараецца своеасаблівая музычная панарама нашага часу.

*– Якія яшчэ праекты на канале «Культура» ёсць у вашай капілцы?*

– Цяпер на канале «Культура», акрамя «Гасцінца» і «Канцэртнай залы», рыхтую праграмы «Амфітэатр», «З музычнай калекцыі ка-

нала «Культура», «Музыка ночы», «Для паўночнікаў». У асноўным, гэта музычна-пазнавальныя праекты, а праграма «Для паўночнікаў» – музычна-забаўляльная.

*– Як вядома, такія радыёстанцыі, як «Культура» разлічаны на дасведчаную, адукаваную аўдыторыю. І слухацкая аўдыторыя ў іх невялікая. На ваш погляд, што трэба памяняць у рабоце канала, каб прыцягнуць больш слухачоў? А можа ўвогуле нічога мяняць не трэба?*

– Мне падаецца, пакуль не настаў час рабіць штосьці спецыяльнае, каб павялічыць слухацкую аўдыторыю канала «Культура». Такія захады будуць выглядаць штучна. Не могуць усе слухачы быць аднолькава высокаінтэлектуальнымі, высокаадукаванымі, людзьмі з асаблівымі эстэтычнымі запатрабаваннямі. Трэба працягваць працаваць у разліку на аўдыторыю, якая жадае і ўгледзецца ў гісторыю, і даведацца аб новым у мастацтве, літаратуры, музыцы. І акцэнтаваць увагу на тым, што культура ствараецца чалавекам і стварае чалавека.

*– Якія пажаданні каналу і сабе ў гонар юбілею?*

– Канал «Культура» – гэта, перш за ўсё, супрацоўнікі, стваральнікі, як цяпер кажуць, кантэнту. Калісьці ў размове з К. І. Агеевай вызначылася аснова, на якой павінен трымацца канал. Яна ўяўляе сабой два крылы, адно сімвалізуе маладосць, другое – вопыт. Здавалася б, раўнавагі не атрымліваецца, маладосць – гэта лёгкасць, нястрымны палёт у вышыні; вопыт, на першы погляд, гэты палёт абмяжоўвае, стрымлівае. Але насамрэч менавіта ў раўнавазе маладосці і вопыту залог поспеху, у пераемнасці традыцый. Да гэтай пары не магу забыць словы чалавека, апантанага прагай стварыць штосьці суперновае на даўно вядомай эфірнай пляцоўцы: «Нам не патрэбны людзі, што абапіраюцца на кульбу досведу, якая перашкаджае ім узляцець». Дарэчы, тая яго прага нічым добрым не ўвянчалася. Каналу «Культура» жадаю захаваць гармонію маладосці і вопыту, без якіх немагчымы высокі творчы палёт. Усім супрацоўнікам – адкрыцця і паспяховага асваення новых цудоўных эфірных вышынь! І няхай нас не пакідае жаданне бачыць, адчуваць і ствараць Прыгажосць.

# «ДАРЫЦЬ ЭФІРНАЕ СВЯТА СЛУХАЧАМ»: ГАЛІНА ШАБЛІНСКАЯ

**Т. У. Малмыга**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Галіна Васільеўна, вы былі ў ліку першых журналістаў, з якімі пачыналася гісторыя канала «Культура» на Беларускім радыё. Раскажыце, калі ласка, пра той час.*

– Гэта быў такі прамежкавы этап гісторыі Беларускага радыё на пачатку 2000-х гадоў, калі мянялася яго структура. Фармальна я атрымала прапанову ад дырэктара канала Кацярыны Агеевай і яе намесніка Алега Залётнева, а нефармальна, маючы дастатковы вопыт работы ў аддзеле літаратурна-мастацкага вяшчання рэдакцыі праграм для дзяцей і юнацтва, я была гатова працаваць на новым канале. Цяпер разумею, што, магчыма, гэта быў пэўны выклік сабе і часу, каб не сыходзіць, скажам, у друкаваныя СМІ. Такі варыянт таксама разглядаўся мною. І ўсё ж радыё пакінуць я не змагла.

Той пачатковы перыяд вяшчання канала «Культура» я б назвала цалкам эксперыментальным. Новая каманда, вызначэнне новай эфірнай прасторы, новая слухацкая аўдыторыя, прамы эфір. Мы не маглі з першага дня ведаць хто нас слухае, каму мы цікавыя? Гіпатэтычна меркавалася, што гэта будуць тыя, хто любіць мастацтва і літаратуру. Але спатрэбіўся пэўны час, каб мы адчулі, што па той бок мікрафона, сапраўды, існуе наш рэальны слухач. Канал адразу заявіў пра сябе дастаткова моцна. І, канечне, гэта дзякуючы тым людзям, якія працавалі на ім. Адчувалася агульная зацікаўленасць зрабіць лепш, знайсці такую тэму і госця, каб яны запомніліся слухачу. Больш таго, цалкам апраўданай аказалася пазіцыя дырэктара, якая запрашала вядомых дзеячаў культуры краіны весці аўтарскія праграмы на канале. Зразумела, што гэта адразу падымала эфірную планку якасці. Ну і, бясспрэчна, багацейшыя мастацкія фонды Беларускага радыё, якія актыўна і шмат выкарыстоўваліся ў праграмах канала «Культура».

*– Ваша праграма «Гаспода» – адзін з самых самабытных і выбітных літаратурных праектаў і на канале «Культура», і, на мой погляд, ва ўсёй медыйнай прасторы Беларусі. Як нарадзілася ідэя?*

– Ідэя нарадзілася разам з прыняццем рашэння паспрабаваць сябе на новым канале. З першых дзён яго існавання я доўгі час была мадэратарам літаратурнага блоку «Імпрэза», які гучаў па аўторках з 12.15 да 18-ці гадзін. Сюды ўваходзілі ў тым ліку і праграмы маіх калег. Я рыхтавала «Далягляды», «Адзіны небасхіл», «Радыёхрэстаматыю», «Паэтычны тэатр», «Радыётэатр. Выбранае», у розныя сезоны ўзнікалі іншыя ідэі. Дарэчы, для «Паэтычнага тэатра» было запісана шмат прэм'ерных кампазіцый паводле вершаў беларускіх аўтараў, якія папоўнілі фонды Беларускага радыё, імі дасюль актыўна карыстаюцца. Галоўнай для мяне была, канечне, аўтарская праграма «Гаспода», мэта якой – адлюстраванне сучаснага літаратурнага працэсу, больш глыбокае знаёмства з ім. Тут абсалютна гарманічна спалучыліся мастацкі і публіцыстычны пачаткі. Гэта былі не проста гутаркі ў прамым эфіры з пісьменнікамі або даследчыкамі літаратуры. Я адразу прыдумала некалькі тэматычных кірункаў, якія надавалі сэнс і глыбіню такім сустрэчам. Да кожнай спецыяльна рыхтаваўся мастацкі фрагмент. З намі пастаянна супрацоўнічаў цяпер ужо заслужаны артыст Рэспублікі Беларусь Аляксандр Шароў, а гукарэжысёрам на працягу многіх гадоў была выключны майстра сваёй справы Людміла Латушкіна.

*– Мяркую, многія вашы калегі ды і слухачы задавалі пытаннне, адкуль такая назва «Гаспода». У некаторай ступені гэта тлумачыцца на пачатку перадачы «Гасподні дар… гаспода, храм і дом, дзе трэба верыць»… І усё ж…?*

– Я дасюль помню, як на пачатку ўсіх бянтэжыла гэта назва, у тым ліку і асобных тагачасных кіраўнікоў. Хаця слова, між іншым, беларускае і шматзначнае. Я люблю ёмкія назвы. Але тут асобная гісторыя і для мяне вельмі дарагая. З гэтай ідэяй мяне адразу вельмі падтрымаў народны паэт Беларусі Рыгор Барадулін. І радкі, якія вы працытавалі, таксама належаць яму. Страфа была спецыяльна напісана для праграмы як своеасаблівы эпіграф, які гучыць на пачатку кожнай эфірнай сустрэчы са слухачамі. Больш таго, Рыгор Іванавіч напісаў верш «Гаспода» з прысвечаннем нашай праграме, і прачытаў яго ў першым эфіры «Гасподы» 1-га студзеня 2002 года. І запіс гэтай праграмы цяпер захоўваецца ў фондах Беларускага радыё. Слова «гаспода», дарэчы, часта сустракаецца ў творах класіка беларускай літаратуры Якуба Коласа, у той жа знакамітай «Новай зям-

лі». Яго наўпроставае значэнне – сядзіба, гаспадарка, тое надзейнае апірышча, якое трымае чалавека на зямлі. Але ў ім закладзены і духоўны сэнс, звязаны з Госпадам. Нездарма Рыгор Іванавіч і напісаў:

Гасподні дар – гаспода, храм і дом,
Дзе трэба верыць, гаспадарыць рупна.
Гасподу-Беларусь акрыў крылом
Анёл надзеі для вякоў наступных.

Я для сябе вывела формулу літаратурнай гасподы, у якой утульна і цікава маім гасцям, а слухачам хочацца быць з намі разам. Таму што яны наталяюцца беларускім духам і родным словам.

*– Госці, удзельнікі вашых перадач – знакавыя асобы ў сферы беларускай літаратуры і культуры ў цэлым. Ведаю, што, напрыклад, Рыгор Барадулін не аднаму журналісту адмовіў у інтэрв'ю, а прыняць удзел у «Гасподзе» згадзіўся. Як удаецца залучыць знакамітасцей у перадачу?*

– Не ведаю, не думала пра гэта. Але мне заўсёды хацелася, каб у маіх праграмах бралі ўдзел лепшыя. Гэтаму таксама трэба адпавядаць. Я патрабавальная да сябе. Я не дазваляла сабе прыйсці на эфір непадрыхтаванай. І госці гэта адчуваюць. Ім цікавы сам працэс гутаркі ў студыі, многія мне пра тое казалі. Дарэчы, у першыя гады, калі «Культура» заваявала сваю эфірную прастору, у «Гасподы» склалася аўдыторыя невыпадковых слухачоў. Мне думаецца, яны адчувалі эмацыйную падтрымку ад маіх гасцей. Мастацкае слова валодае вялікай сілай. А беларуская літаратура заўсёды была багатая на таленты.

*– Не магу абыйсці ўвагай вашу па-за радыйную дзейнасць. Вы з'яўляецеся ўкладальніцай кніг пра жыццё і творчасць класікаў беларускай літаратуры Уладзіміра Караткевіча, Янкі Купалы, Кузьмы Чорнага… Гэта вялізны аб'ём работы – сабраць як мага больш вядомых і невядомых звестак, успамінаў калег, блізкіх і знаёмых людзей… Затым апрацаваць матэрыял, скампанаваць. Хто ў новых планах і дзе бярэце час і сілы на гэтую работу?*

– Кожная кніга – частка майго жыцця. Можна сказаць этапная. І надарыліся яны якраз тады, калі гэта павінна было адбыцца. Цяпер я ведаю дакладна. А калі любіш тое, чым займаешся і хочаш штосьці вартае зрабіць, не трэба знаходзіць час. Ён сам цябе арганізуе. Ну а што да планаў, то лепш гаварыць пра іх, калі яны здзейсняцца.

*– І апошняе. Што прыносіць найбольшае задавальненне ў рабоце?*

– У нашай прафесіі нічога нельга рабіць «з халодным носам». Я чалавек дастаткова эмацыйны і адкрыты і люблю, каб такая ж атмасфера была ў студыі. Каб разам з гасцямі мы змаглі падарыць эфірнае свята нашым слухачам. Свята глыбокай думкі, жывой напоўненай гутаркі, любові да беларускага слова. Каб ўсё гэта засталося з імі і пасля выключанага мікрафона.

## «ЗАДАЧА КАНАЛА “КУЛЬТУРА”» – ПРАДСТАЎЛЯЦЬ І АДКРЫВАЦЬ САПРАЎДНЫЯ СКАРБЫ»: ЯЎГЕН ТАЛКАЧОЎ

**Т. У. Малмыга,**
**К. Барысюк**, студэнтка 1 курса
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Яўген Віктааравіч, вы працуеце музычным рэдактарам і маеце пэўнае дачыненне да фарміравання музычнай палітыкі канала «Культура». Як бы вы яе ахаратарызавалі?*

– Рознажанравай і разнастайнай для слухачоў усіх узростаў. У нас прадстаўлены ўсе музычныя жанры.

*– Над якімі праектамі працуеце асабіста вы? І як арганізаваны ваш творчы працэс?*

– Умоўна падзялю свае праграмы на тэкставыя – «Мелодыі тэатра і кіно», «Наша музыка», «Класіка раніцай», «Час на джаз», «Музычны калейдаскоп», «Музычны вечар» і праграмы, у якіх выкарыстаны інтэрвью – «Натхнёныя музыкай» і «Беларуская этнафонія» (па матэрыялах фальклорных экспедыцый). Адпаведна тэматыцы праграмы абіраю музыку і пішу тэкст, каб праілюстраваць твор, штосьці пра яго распавесці альбо пра аўтара і выканаўцаў. Праграмы, у якіх выкарыстоўваю інтэрв’ю, ствараю ў залежнасці ад цікавасцей і магчымасцей гасцей (госця). Звычайна і пад тэму таго ці іншага выпуску запрашаю госця, альбо тэму выпуску вызначае госць. Часта гэта размовы пра поспехі гасцей, іх творчыя ўдачы, музыку, якую яны выконваюць, актуальныя падзеі з іх жыцця. Падрыхтоўка да такіх праграм пачынаецца з вызначэння тэмы, і суразмоўцы, збор

інфармацыі, вызначэнне тэм і пытанняў да інтэрв'ю. Пасля запісу інтэрв'ю – яго мантаж, стварэнне аўтарскага тэксту і злучэнне фрагментаў матэрыялу ў адно цэлае.

*– Канал «Культура» аддае перавагу класіцы. Не лічыце, што гэтым некалькі аддаляеце моладзь?*

– Звышзадача канала «Культура» – папулярызацыя лепшых узораў айчыннага мастацтва і сусветнай спадчыны. Класіка таму і прызнаецца класікай, бо каштоўнасць гэтых твораў не губляецца стагоддзямі, падабаецца слухачам ўсіх узростаў. І кожны зварот да гэтых шэдэўраў дазваляе адкрыць для сябе нешта новае, натхняе на высокае і вечнае… Густы моладзі вельмі дынамічна змяняюцца. І яна як ніхто іншы цікавіцца нечым новым, папулярным, модным. І канал «Культура», зразумела, павінен папулярызаваць самае лепшае, дасканалае з новых узораў мастацтва. Тое, што можна лічыць мастацтвам зараз, чые каштоўнасці бяспрэчныя, што вабіць усіх. Задача канала «Культура» бачыцца не шакаваць, а забаўляючы навучаць, прадстаўляць і адкрываць, у тым ліку і для моладзі, сапраўдныя скарбы. Не падладжвацца пад нізкасортныя падробкі, модныя рытмы і матывы, а весці да высокіх мастацкіх узораў і выхоўваць такім чынам густы.

*– Ці ўлічваюцца схільнасці слухачоў пры фарміраванні музычных складнікаў канала?*

– Зразумела, калі супрацоўнікі канала ведаюць пра гэтыя прыхільнасці. Некалькі сезонаў таму я рабіў праграму «Любімая класіка» па заяўках слухачоў. На працягу доўгіх гадоў праграмы па заяўках слухачоў рыхтуе музычны рэдактар Таццяна Песнякевіч.

*– Зараз усе радыёстанцыі актыўна выкарыстоўваюць сацыяльня сеткі. А як уплываюць сацыяльныя сеткі і сучасныя плыні ў музычнай індустрыі на музычную палітыку канала «Культура»?*

– Зразумела, канал «Культура» таксама выкарыстоўвае сацыяльныя сеткі для анонсаў сваіх праграм і сувязі са слухачамі. А ўплыў «сучасных плыняў» у музычнай індустрыі ў асноўным адлюстроўваецца ў праекце «ДНК».

*– А як у вас асабіста складваюцца адносіны з сацыяльнымі сеткамі?*

– Найперш дапамагае ў працы «Facebook» для знаёмства з апошнімі дасягненнямі нашых творцаў, для запрашэння суразмоўцаў у праграмы.

*– Вы – кампазітар. А ваша музыка гучыць на канале?*

– Я вучыўся як кампазітар, але не магу сябе лічыць ім.

*– З якімі кампазітарамі і музыкантамі супрацоўнічае канал «Культура»?*

– З кампазітарам Аляксандрам Літвіноўскім, які працуе на канале і займаўся музычным афармленнем праграм.

*– Якія музычныя праекты «Культуры», на ваш погляд, самыя знакавыя і заслужылі асаблівую любоў радыёслухачоў*?

– Складана кагосьці вылучаць, бо ўсе праграмы канала цікавыя і адметныя. Часам хочацца паслухаць рэтра-музыку, часам джаз альбо размову з госцем.

*– Вашы пажаданні у год юбілею канала калектыву і сабе.*

– Жадаю ўсім натхнёнай працы і асалоды ад зробленага!

## «КАНАЛ “КУЛЬТУРА” – РАБОТА ПА ДУШЫ»: СВЯТЛАНА КОЛМАК

**Т. У. Малмыга**
**Г. Г. Чарняўская**, студэнтка 1 курса
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Святлана Мікалаеўна, як вы прыйшлі на канал «Культура»?*

– Маё супрацоўніцтва з Беларускім радыё пачалося ў 1997 годзе, калі студэнткай факультэта журналістыкі БДУ, я прыйшла на вытворчую практыку ў рэдакцыю 2-ой праграмы Беларускага радыё – «Радыё-2». З 2002-га – я ў штаце канала «Культура».

Добра памятаю, як Кацярына Іванаўна Агеева, першы дырэктар «Культуры», стварала канал з чыстага ліста. Сапраўды быў цікавы час, але і складаны. Кацярына Іванаўна звярталася да кожнага супрацоўніка, з кім жадала працягнуць працу, і разам шукалі магчымасці для сумеснай творчай рэалізацыі. Так было і са мной. Яна прапанавала займацца інфармацыйным вяшчаннем. У выніку, у нас склалася, як мне падаецца, самая лепшая інфармацыйная служба, якую ўзначаліла ў той час Вольга Гальпяровіч.

*– Ці памятаеце вы свой першы выхад у эфір на канале «Культура»?*

– Свой першы эфір на канале «Культура» я памятаю добра. Гэта быў, мабыць, трэці дзень вяшчання канала. Мы з калегамі сабраліся

ў студыі, каб павіншаваць у эфіры з днём нараджэння нейкага творцу. І кожнаму з нас трэба было сказаць літаральна некалькі слоў. Калі дайшла чарга да мяне, я зразумела, што дыхання не хапае, каб вымавіць і слова. Але ж сабралася і ўсё атрымалася…

*– Якія свае праекты вы лічыце самымі ўдалымі?*

– Наш дырэктар, Кацярына Іванаўна Агеева, заўсёды ішла насустрач кожнаму супрацоўніку, яна ўважліва ставілася да нашых інтарэсаў і захапленняў. Акрамя інфармацыйнага вяшчання, мяне, канечне ж, цягнула да іншых тэм. Літаральна ў першы год вяшчання канала «Культура» ў эфіры з'явіўся мой музычны праект – «Рэтра-хіт». Задача была – пазнаёміць слухачоў з паўзабытымі і малавядомымі песнямі айчыннай і замежнай эстрады. Асабліва цікава мне было працаваць са стужкамі мінулых гадоў, якія захоўвае фанатэка Дома радыё. А дапамагала мне разабрацца ў багатай калекцыі радыйных фондаў – найстарэйшы работнік Беларускага радыё, музычны рэдактар Валянціна Паўлаўна Прыбава. Праграма «Рэтра-хіт» – доўгажыхарка, пачуць яе можна і сёння па нядзелях. Канцэпцыя перадачы не змянілася, па-ранейшаму яна складаецца выключна з заявак слухачоў.

*– Што ў працы вам падабаецца больш за ўсё?*

– Сустрэчы з цікавымі людзьмі. У нас не можа быць «дня сурка». Кожны эфір не падобны на папярэдні. Іншым разам выходзіш пасля праграмы і адчуваеш сябе шчаслівым чалавекам! Госці ратуюць нас ад дрэннага настрою, дэпрэсій, нават ад нейкіх асабістых клопатаў, пра якія ты забываеш адразу. І, канечне ж, прамыя эфіры! Без іх радыйшчыку жыць складана. А калі яшчэ ёсць магчымасць у прамым эфіры паразмаўляць са слухачамі – вось сапраўднае шчасце!

*– Вы былі аўтарам і вядучай праграмы «Па-за іміджам». Каго з вядомых творчых асоб вы запрашалі на перадачу і якая сустрэча вам запомнілася найбольш?*

– Менавіта, каб сустракацца з цікавымі суразмоўцамі ў студыі канала «Культура» і была задумана праграма «Па-за іміджам». Мы знаёмілі слухачоў з унутраным светам вядомых у краіне людзей: зорак эстрады, шоумэнаў, спартсменаў, модных літаратараў або мастакоў, папулярных акцёраў, тэлевядучых – тых, пра каго «ўсе гавораць». Мэта праекта – паказаць, што за іміджам, напрыклад, эпатажнай «свецкай ільвіцы» можа хавацца клапатлівая матуля, а

папулярны спявак, кумір тынэйджараў, па выхадных ездзіць на сваёй крутой машыне да матулі ў вёску дапамагчы шчапаць дровы і г. д. Гасцей было шмат, а запомніла я свайго першага суразмоўцу – 70-гадовага ды-джэя Казіміра. Харызматычны і вясёлы дзядуля, добра знаёмы многім жыхарам сталіцы. Яго можна ўбачыць на кожным гарадскім свяце, заўсёды яркі і арыгінальны стыляга, вядомы рыфмаплёт. Дзед Казімір заўсёды любіў эпаціраваць публіку, а ў той год вырашыў стаць модным ды-джэем. І ў яго атрымалася. Вось пра свае гастролі і выступленні ў начных клубах ён расказваў. І як далучаў моладзь да рэтра-музыкі.

*– Што самае складанае ў рабоце на канале «Культура»?*

– Я нават і не ведаю, што самае складанае ў маёй працы. Я магу толькі адказаць адно: калі твая справа па душы – складанасцей ніякіх не існуе.

*– Што вы хацелі пажадаць каналу і яго супрацоўнікам у юбілейны год?*

– Хачу павіншаваць канал «Культура» з 20-годдзем. Дзякую лёсу, які звёў мяне на творчым шляху з маімі калегамі. Памятаю кожнага! Дзякую суразмоўцам, што робяць маё жыццё і, спадзяюся, жыццё радыёслухачоў цікавым і вясёлым. Дзякую нашым радыёслухачам! І лічу, што яны ў «Культуры» самыя інтэлігентныя, тактычныя і разумныя. Жадаю каналу здаровага ўнутранага духу, каб у эфір ліліся цікавыя і жыццясцвярджальныя праграмы, а супрацоўнікам і слухачам радыёстанцыі – атрымліваць асалоду ад кожнага эфірнага гука і заставацца на адной хвалі – хвалі канала «Культура»!

# «МНЕ НРАВИТСЯ РАБОТА НА РАДИО И У МИКРОФОНА»: АНЖЕЛИКА ПТАШУК

**Е. А. Петрусёва**,
студентка 1 курса
*Белорусский государственный университет*

*– Анжелика Михайловна, как в вашей творческой судьбе появился канал «Культура»?*

– Лучше спросить, как в моей творческой судьбе появилось белорусское радио в принципе. Вы знаете, я вспоминаю свое детство и считаю, что белорусское радио появилось благодаря моему отцу. (Отец – известный советский и белорусский кинорежиссёр, народный артист БССР Михаил Пташук. – Прим. автора). Он подарил мне свои детские впечатления, как они с мамой часто ходили в деревне Федюки в клуб. В клубе была большая черная тарелка, и они слушали новости и радиоспектакли. Несмотря на то, что мама была именитой колхозницей, она была очень чувствительна к радийному искусству и очень внимательно слушала радиоспектакли и даже плакала, как мой папа вспоминает. И я теперь вспоминаю, как приезжала в деревню к бабушке и тоже слушала эти радиоспектакли. Тогда были знаменитые радиорежиссеры, и одна из них Софья Гурич. Я любила слушать ее спектакли. И вот однажды мне папа сказал: «Вот если бы ты была, как Софья Гурич… Я был бы очень доволен этим, если бы ты состоялась в профессии радиорежиссера». Радио было другом нашей семьи всегда.

*– Вы по образованию актриса, окончили Высшее театральное училище им. М. С. Щепкина. Снялись в десятке фильмов. Насколько Ваш актерский опыт востребован на канале «Культура»?*

– Безусловно, что мой актерский опыт и образование способствуют моей работе как режиссера белорусского радио, как постановщице радиоспектаклей, также работе у микрофона в чтении художественных произведений, потому что, безусловно, это одно из направлений актерской профессии – работа на радио и у микрофона. Я с удовольствием это делаю. Мне это нравится. Ведь не все актеры могут работать у микрофона, также как не все актеры могут стать преподавателями мастерства актера. И не все актеры могут

петь прекрасно в мюзиклах. В актерской профессии довольна широкая степень возможности реализации себя. И вот тут очень важно себя найти. И эта профессия дает очень широкий спектр реализации своих творческих способностей. Радио, безусловно, входит в этот список актерской профессии. Но, конечно, здесь есть своя специфика работы. И есть свои секреты мастерства: как нужно работать у микрофона, как нужно читать книги. Прекрасно то, что на радио работают не только журналисты. Там работают те, кто делают программы, владея своей тематикой. Как, например, я в свое время делала театральные программы. То есть я встречалась с актерами и знала, о чем с ними разговаривать. Я знала тонкости профессии.

*– Над какими проектами на канале «Культура» вы работали и работаете как режиссер?*

– Как режиссер я поставила несколько радиоспектаклей. В 2008 году я поставила радиоспектакль по Алексею Дудареву «Крыж». Потом был «Шляхціц Завальня» с замечательным народным артистом СССР Геннадием Овсянниковым. С ним мы записали радиоверсию этого моноспектакля. После я записала спектакль «Тутэйшыя» в том составе, в котором он игрался много лет назад в Купаловском театре. Потом он был снят из репертуара. А мы возобновили его у микрофона. Я делала множество литературных композиций с участием наших белорусских артистов. С участием Геннадия Гарбука была сделана литературная композиция о Якубе Колосе. Три года назад был поставлен спектакль «Падарожжа ў краіну мурашоў» по литературному материалу Татьяны Мушинской. Следующим был спектакль по Егору Коневу «Танец с рапирой». Далее я записывала радиоверсию спектакля «Чорная Панна Нясвіжа». Мы адаптировали его для слушателей. Эта радиоверсия отличается от спектакля в театре, потому что видеоряд мы создаем с помощью звуков, мы создаем ассоциацию, мы рисуем картину. Это все работа звукорежиссера. Тогда я работала с настоящим маэстро белорусского радио Валерием Беляевым. Он настоящий мастер и художник, потому что рисует звуками картины. В прошлом году был проведен радиоконкурс пьес. Мы отобрали лучшие. И я надеюсь, что они получат жизнь в будущем. Сейчас у нас есть очень важный проект – это «Вечерняя сказка». Я над ним начала еще работать на Первом национальном канале белорусского радио. А теперь «Вечерняя сказка» существует

уже 3 года на канале «Культура». Но она осталась в том же режиме. Сказке уже почти 60 лет. К ней привлечены новые силы, мы работаем над ней. Сейчас читаем ее: я и директор канала «Культура» Владимир Анатольевич Трепенок.

*– Какие профессиональные компетенции и человеческие качества нужны для работы в радиоэфире?*

– Когда я училась в Щепкинском училище, у нас была педагог по сценической речи Наталья Васильевна Шаронова. Она тогда сказала: «В театре, как и везде в мире, все решают человеческие отношения». «Хороший человек – это не профессия», – есть такая поговорка. И, конечно, определенные профессиональные качества и требования предъявляются к любому специалисту. Но в любом случае, человеческие качества: твоя доброжелательность, твоя коммуникабельность, умение выслушать, умение вежливо ответить, улыбнуться, наконец, поздороваться, пожелать всего доброго человеку, который идет по коридору навстречу, это очень-очень важно для построения профессиональных отношений. И поэтому у нас на радио все здороваются. С чего начинается дружба? «Дружба начинается с улыбки». Профессиональная работа начинается с человеческого элементарного слова «Здравствуйте!» И после этого мы можем начинать разговор. Можно быть профессионалом, но абсолютно не уметь контактировать в творческой команде, и тогда твой профессионализм равен нулю, потому что ты не умеешь общаться с людьми, с которыми ты обязан контактировать и найти общий язык. Вот я про это. Что касается профессиональных компетенций, то это зависит от направления деятельности. Если журналист – это одни требования, если ты работаешь у микрофона как чтец, как диктор – это другие требования, а если как радиорежиссер – это третьи требования. Необходимо знание театральной школы, владение радийной спецификой, потому что на радио есть свои правила ведения эфира, правила чтения текста у микрофона, есть свои секреты профессии, вплоть до того, как правильно выставить микрофон для того, чтобы звук был хорошим.

*– Какой из проектов вам наиболее дорог?*

– Все.

*– Есть ли для вас авторитеты в работе, профессии?*

– Мой отец.

*– На канале преобладают программы о музыке, литературе. Не задумывались ли о создании подробной программы о кино?*

– Нет, театр мне намного интереснее.

*– Что привлекает вас в работе? И что огорчает?*

– Знаете, в год 20-летия канала не хотелось бы говорить о том, что огорчает. Все прекрасно!

*– Ваши пожелания каналу «Культура» в год 20-летия.*

– Моим коллегам и каналу «Культура» я желаю крепкого здоровья и вдохновения. Каналу «Культура» – дальнейшего процветания и успешного следования по выбранному курсу. Напомню: «Мы выбіраем вечныя каштоўнасці».

## «ЗАХАВАННЕ І РАЗВІЦЦЁ ЗДАБЫТКАЎ ПАПЯРЭДНІКАЎ, НА МОЙ ПОГЛЯД, З'ЯЎЛЯЕЦЦА СУТНАСЦЮ ПАНЯЦЦЯ КУЛЬТУРА»: КАЦЯРЫНА АГЕЕВА

**Т. І. Прановіч**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

*– Беларускія радыёслухачы былі знаёмы з другой праграмай Беларускага радыё – яна называлася «Крыніца» і таксама ўтрымлівала культурны кантэкст. Іншымі словамі, радыё «Культура» – праект, які ўзнік не на пустым месцы. Ці спатрэбіліся нейкія папярэднія традыцыі, а можа, для новага будынка давялося закладваць новы падмурак?*

– Вывучэнне, захаванне і развіццё традыцый, здабыткаў папярэднікаў, на мой погляд, з'яўляецца сутнасцю паняцця «культура». Таму новы радыёканал стаў пераемнікам і паслядоўнікам лепшых традыцый літаратурна-драматычнай, музычнай і дзіцячай рэдакцый Беларускага радыё. У прыватнасці, створаныя гэтымі калектывамі на працягу дзесяцігоддзяў фонды радыё заўсёды займалі годнае месца ў эфіры «Культуры», а ў першым сезоне навогул складалі асноўную частку вяшчання і дазволілі дапрацаваць канцэпцыю, сабраць каманду і стварыць актуальныя праекты для новага канала.

Іншая справа, што спецыялізаваных радыёканалаў, на якіх прысутнічала б выключна культурная тэматыка, у той час на постсавец-

кай прасторы не было. Тут мы сталі першапраходцамі. Каб зрабіць радыёканал адной тэматыкі разнастайным, дынамічным і сучасным, калектыву давялося шмат папрацаваць. Ад сезона да сезона эфір канала ўдасканальваўся: у межах паняцця «культура» пашыраўся дыяпазон тэм, выкарыстоўваліся самыя сучасныя формы падачы матэрыяла. «Культура» выйшла па-за межы студыі і стала не проста актыўным удзельнікам культурных падзей у краіне, але часам і іх ініцыятарам. Дарэчы, праз некалькі гадоў пасля нас падобны канал стварылі ва Украіне і звярталіся па вопыт да нас.

*– Вы сталі першым дырэктарам радыё «Культура», маючы салідны прафесійны багаж: працавалі ў аддзеле культуры газеты «Мінская праўда», на Першым канале радыё вялі аўтарскую праграму «Альтанка», ваш «Спажывецкі кошык» на Беларускім тэлебачанні ў свой час быў адной з самых папулярных перадач. Ці адчувалі сябе гатовай да стварэння новага радыёканала? З чаго пачалі сваю работу?*

– Арганізатарскі вопыт я набыла яшчэ на тэлебачанні, дзе была не толькі адным з аўтараў папулярнага праекта, але і яго арганізатарам і кіраўніком. Мне спадабалася, што з дапамогай добрай каманды можна ўвасобіць адначасова многа ідэй. Прафесійны ўзровень калектыва тагачаснага радыё я добра ведала і ацэньвала вельмі высока. Таму прапанова кіраўніцтва радыё арганізаваць новы радыёканал мне падалася цікавай і рэальнай. Пачала, вядома ж, са стварэння каманды.

*– «Мы за вечныя каштоўнасці» – слоган радыёканала «Культура» сёння як ніколі актуальны. Ці складана ў наш час прытрымлівацца гэтай пазіцыі – абаронцы культурных каштоўнасцяў?*

– Калі арганізоўваўся і пачынаў вяшчанне наш канал, актуалізавалася, так бы мовіць, камерцыялізацыя сродкаў масавай інфармацыі. Іншымі словамі, у тым ліку і ад нас патрабавалі зарабляць грошы з дапамогай рэкламы. Памятаю ўшчуванні аднаго з радыйных начальнікаў: ваш канал павінен гучаць з кожнай «крутой тачкі». Аднак высокага рэйтынгу, каб прыцягнуць рэкламадаўцаў, у «Культуры» не было: ва ўсе часы ў любым грамадстве прыхільнікаў высокага мастацтва, глыбокай літаратуры і інтэлектуальных разважанняў былі адзінкі ў параўнанні з арміяй спажыўцоў прадуктаў масавай культуры. Так што абараняцца нам даводзілася ўвесь час. Дапамагала тое, што нашая тэматыка і ўзровень праектаў цудоўна

дапаўнялі і ўпрыгожвалі шматлікія справаздачы Беларускага радыё аб зробленай рабоце. Дарэчы, неўзабаве спонсар у канала «Культура» з'явіўся. Фірма захопленага ідэяй захавання культурных каштоўнасцяў мецэната падтрымлівала шэраг праектаў і дазволіла рэалізаваць некалькі сацыяльна-значных ідэй. Нам прадастаўляліся прызы для конкурсаў творчасці, падарункі для арганізацыі свята ў дзіцячым доме. Удзельнічалі нашы партнёры таксама ў фінансаванні выязных канцэртаў сталічных зорак, якія ў фармаце творчых сустрэч калектыва канала са слухачамі праходзілі ў розных населеных пунктах краіны.

*– Не аднойчы слухала ў прамым эфіры канала праграму «Дыялогі пра культуру», аўтары якой вялі глыбокія і захапляльныя гутаркі, у тым ліку пра мастацтва. Сярод іх была і наша калега, загадчыца кафедры літаратурна-мастацкай крытыкі, кінакрытык Людміла Саянкова. Як вам удалося займець такіх прафесіяналаў у «калекцыю» радыёканала «Культура»?*

– Сапраўды, поплеч з паважанай Людмілай Пятроўнай сярод пазаштатных аўтараў канала былі мастацтвазнаўцы Алег Ойстрах, Мікалай Пагранаўскі, Юрый Іваноў, тэатразнаўца Людміла Грамыка, кампазітар Сяргей Пукст і многія іншыя вядомыя ў краіне асобы. Адзначу, што фінансавыя магчымасці канала былі больш чым сціплыя, каб усур'ёз заахвоціць знаных аўтараў. Але адзін з нашых актыўных пазаштатнікаў неяк сказаў: «Якое шчасце, што ёсць эфірная прастора, у межах якой можна агучыць важныя рэчы, выказаць свае меркаванні, падзяліцца ведамі, сустрэць аднадумцаў, у рэшце рэшт». Думаю, менавіта гэта прыцягвала да канала творчых інтэлектуалаў.

*– Некалькі разоў з першакурснікамі факультэта журналістыкі былі на экскурсіі на радыё «Культура». Студэнты заўсёды адзначалі добразычлівую, творчую атмасферу. Стварыць калектыў аднадумцаў і ў той жа час яркіх індывідуальнасцяў нялёгка. Як «расцілі» калектыў? Пра каго з калег хацелася б расказаць?*

– Калектыў сабіраўся ў працэсе развіцця канала. Першымі запрасіла радыйшчыкаў са стажам, многія з якіх у свой час закладвалі літаратурна-музычныя фонды радыё і маглі арганізаваць трансляцыі іх матэрыялаў у эфіры новага канала. З часам яны стварылі на базе фондаў шэраг папулярна-асветніцкіх музыказнаўчых і літара-

туразнаўчых праектаў. І сёння з удзячнасцю прыгадваю падтрымку літаратурнага журналіста Галіны Шаблінскай, да якой у эфір прыходзілі самыя знаныя беларускія творцы. Вельмі дапамагла выбудаваць музычную структуру эфіра музыказнаўца Вольга Смоліч. Самыя папулярныя беларускія музыканты на шляху да славы не міналі студыю музычнага каментатара Таццяны Песнякевіч. У вячэрнім музычным эфіры панавала салодкагалосая аматарка добрага рока і джаза Марына Ціхамірава. Не магу не ўзгадаць і музычнага рэдактара з самым, бадай, вялікім радыйным стажам Валянціну Прыбаву. Яна, здаецца, стаяла ля самых вытокаў радыйных фондаў, любую фанаграму магла знайсці без картатэкі і кампутара. Дарэчы, па адукацыі Валянціна Паўлаўна – журналіст. Журналіст, які знайшоў сваю тэму і застаўся верным ёй усё творчае жыццё.

Сучаснае гучанне «Культуры» надалі маладыя супрацоўнікі, у першую чаргу выпускнікі факультэта журналістыкі БДУ, якія прыйшлі да нас з жаданнем працаваць менавіта ў гэтай тэматыцы. Яны стварылі дынамічную службу навін культуры, прапанавалі шэраг актуальных праектаў, прысвечаных сучаснай культуры, літаратуры і мастацтву. Пры ненадакучлівым кантролі і карэкціроўцы кожнаму «навабранцу» давалі магчымасць знайсці сваю тэму, паспрабаваць розныя формы падачы матэлыялу і распрацаваць аўтарскі праект, у якім яны змаглі б поўнасцю раскрыць свае здольнасці.

З задавальненнем прыгадваю, як на вачах развіваліся выпускніцы журфака Наталля Капусціна, Святлана Колмак, Кацярына Грыцэнка, Марыя Дуброўская, Юлія Церахава. Выдатную аўтарскую краязнаўчую праграму стварала філолаг Наталля Буландо. У сапраўднага знаўцу і папулярызатара сучаснага мастацтва з часам вырасла гісторык Іна Наркевіч.

Асобна прыгадаю траіх галоўных удзельнікаў нашых так званых «мазгавых штурмаў».

Недзе напачатку дзейнасці канала ў калектыў прыйшоў выпускнік універсітэта культуры і мастацтваў малады рэжысёр Уладзімір Трапянок (цяперашні дырэктар канала). Уладальнік цудоўнага голаса, ён з часам праявіў сябе як выдатны арганізатар: кіраваў аддзелам навін культуры і актыўна ўдзельнічаў у арганізацыі пазаэфірных акцый канала. У прыватнасці ён каардынаваў амаль усе выязныя акцыі канала: сустрэчы са слухачамі, удзел у культурных мерапрыемствах сталіцы і рэгіёнаў.

Адданы прыхільнік музыкі, выпускнік Беларускай акадэміі музыкі кампазітар Віктар Кісцень здолеў згуртаваць вакол канала меламанаў, якія падтрымлівалі ўсе нашыя пачынанні. Арганізаваныя ім творчыя сустрэчы слухачоў з беларускімі музыкантамі ў прамым эфіры Першай Студыі Дома радыё сталі адным з самых папулярных праектаў канала. Менавіта на ім адбылася прэзентацыя першай набытай краінай скрыпкі Гварнеры. Пазней беларуская скрыпачка Улада Бережная грала на ўнікальным інструменце ў фінале Міжнароднага радыйнага конкурса маладых выканаўцаў у Браціславе, які трансліраваўся ў эфіры канала. Віктар Кісцень займаўся да таго ж папаўненнем фондаў радыё новымі музычнымі матэрыяламі, а таксама рэгулярна арганізоўваў запіс і адпраўляў у фонд Еўрапейскага вяшчальнага Саюза лепшыя ўзоры сучаснай беларускай музыкі. Сёння ён узначальвае калектыў фанатэкі Беларускага радыё.

У крэатыўным касцяку калектыву асобае месца займала выпускніца факультэта журналістыкі Таццяна Гулевіч. Яна здолела арганізаваць штодзённы праект канала «Мэры Попінс». Пад яе кіраўніцтвам ствараўся не толькі найцікавейшы эфір для дзіцячай аўдыторыі, сіламі творчай групы арганізоўваліся шматлікія пазаэфірны мерапрыемствы: конкурсы юных талентаў, дабрачынныя акцыі. Менавіта на гэтым праекце праходзіла вучэбная практыка многіх студэнтаў журфака.

Пераходам на новы ўзровень вяшчання стала супрацоўніцтва з пазаштатнымі аўтарамі, вядомымі ў краіне творчымі інтэлектуаламі – экспертамі, крытыкамі, якія стваралі аналітычны кантэнт канала. Іх удзел у эфіры не толькі ўзбагаціў і паглыбіў яго змест, але і паспрыяў творчаму росту маладых супрацоўнікаў, якія стараліся раўняцца на масцітых калег па эфіры.

*– Радыё «Культура» – гэта не толькі радыёэфір. Гэта, напэўна, яшчэ і цікавыя жывыя праекты. Якімі з іх асабліва ганарыцеся?*

– Шмат чым ганаруся. І культурнымі дэсантамі ў абласныя гарады, і ўдзелам у Першым Мінскім трыенале сучаснага мастацтва, і жывымі трансляцыямі канцэртаў, і мерапрыемствамі дзіцячага праекта. А самай памятнай, бадай, стала першая сустрэча калектыва канала са слухачамі, калі мы ўпершыню адчулі, што наш канал адбыўся, заваяваў аудыторыю, упрыгожыў жыццё і падтрымаў у перакананнях мноства людзей.

Адбылася яна ў 2009 годзе. У той вечар зала музея Максіма Багдановіча, дзе праходзіла мерапрыемства, была перапоўнена. У цэнтр увагі патрапілі не толькі нашы знакамітыя аўтары, але і таленавітая моладзь канала, якую, аказваецца, ужо добра ведалі і цанілі слухачы. Пазней сустрэчы са слухачамі сталі традыцыйнымі. Яны адбываліся на розных культурных пляцоўках краіны: у філармоніі, у выставачных залах, у музеях.

*– Практычна 15 год вы ўзначальвалі радыёканал. Ці заставаўся час для ўласнай творчасці? Якія тэмы вам асабліва цікавыя?*

– На пасадзе дырэктара, на жаль, на асабістую творчасць часу не хапала, пісала, бадай, толькі справаздачы. Крэатывіла падчас стварэння новых праектаў і распрацоўкі пазаштатных акцый. У вольныя хвіліны дапамагала сваім супрацоўнікам, як магла. Напрыклад, падчас правядзення так званага «Інтэлектуальнага марафона», які карыстаўся папулярнасцю беларускіх знаўцаў, прымала па тэлефоне адказы на пытанні. Ганаруся фактам, што для рубрыкі «Бестсэлер» няблага скараціла «Ганну Карэніну». Актрыса, якая выканала скарочаны раман у прамым эфіры, адзначыла, што на яе памяці гэта была самая ўдалая рэдактура. Мне пашчасціла пабыць журналістам пасля сыхода на заслужаны адпачынак. Супрацоўнічала з некалькімі выданнямі, за цыкл артыкулаў на тэму беларускай гісторыі і культуры ў часопісе «Навука і інавацыі» стала пераможцай конкурса Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі.

*– Кацярына Іванаўна, вы журналіст у другім пакаленні. Ваш бацька, Іван Мінавіч Агееў узначальваў газету «Мінская праўда», доўгі час працаваў на Беларускім радыё. Якія ўрокі бацькі вам спатрэбіліся ў прафесійнай дзейнасці?*

– Мой бацька нарадзіўся ў сялянскай сям'і, вывучыўся на настаўніка рускай мовы і літаратуры, да журналістыкі прыахвоціўся падчас вайны: пісаў паміж баямі заметкі ў франтавую прэсу. Пазней вучыўся новай прафесіі на аддзяленні журналістыкі і ўсё жыццё займаўся самаўдасканаленнем. Яго журналісцкі стыль прызнавалі бездакорным. Калегі ўзгадвалі яго як вельмі чалавечнага начальніка і далікатнага рэдактара. Імкненне да развіцця і павага дя людзей – галоўныя ўрокі майго таты.

*– Радыё «Культура» – салідная частка вашага жыцця. Якія духоўныя набыткі вы самі зрабілі за гэтыя гады? Якія падзеі запомніліся, людзі?*

– Гэтыя гады былі ў мяне вельмі актыўнымі, эмацыйна насычанымі і цікавымі. Самае каштоўнае, гэта былі стасункі з інтэлектуальнай элітай краіны, якая прапісалася ў студыі «Культуры». Гэта пашырыла мой кругагляд, прынесла новыя веды па сучаснай музыцы, жывапісу, загартавала погляды, парадзіла новыя ідэі. З задавальненнем і ўдзячнасцю ўспамінаю многіх нашых пазаштатных аўтараў і гасцей канала, якія дапамаглі зрабіць яго з'явай культурнага жыцця краіны.

У арсенале маіх уражанняў і дзве зусім розныя, але вельмі важныя сустрэчы. Недзе напачатку вяшчання канала па дарозе са Стакгольма ў Сідней да нас у эфір завітаў сусветна вядомы музыказнаўца з беларускімі каранямі Міхаіл Казіннік, які музычную адукацыю атрымаў у свой час у Беларусі. Сваёй неўтаймавальнай энергетыкай і дыяпазонам ведаў ён нібыта ўзарваў эфір канала-дэбютанта, натхніў і зарадзіў упэўненасцю і энергіяй малады калектыў. З цеплынёй узгадваю таксама нашага першага фаната з глыбінкі. Жывёлавод-меламан з Буда-Кашалёўскага раёна прыехаў да нас, каб паглядзець на сваіх любімых вядучых. Ён зняў свой доўгі кажух з водарам веснавой вёскі, і мы правялі для яго экскурсію па студыі, мантажнай, фанатэцы. Тады мы зразумелі, што наша аўдыторыя значна шырэйшая, чым нам уяўлялася.

*– У радыё «Культура», безумоўна, склалася свая аўдыторыя, многа па-сапраўднаму адданых слухачоў, якія самі выбіраюць «вечныя каштоўнасці». Што трэба для таго, каб культура стала патрэбай не для выбраных – для большасці?*

– Каб свядома выбіраць, трэба добра ведаць. Таму, на мой погляд, задача такога спецыялізаванага канала, як радыё «Культура» – дэманстраваць усё багацце культурнай палітры, каб туды можна было акунуцца і зрабіць выбар менавіта на карысць культуры.

# «ПІСЬМЕННІК БЫЎ СВАІМ ЧАЛАВЕКАМ НА РАДЫЁ…»: АЛЕГ ВІНЯРСКІ

**А. А. Смірнова**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Алег Вінярскі – вядучы, акцёр, рэжысёр, пастаноўшчык радыёспектакляў. Свае першыя радыёспектаклі пачаў ставіць пасля прыходу ў рэдакцыю «Беларуская маладзежная». У 1996 годзе прыйшоў працаваць рэжысёрам ў рэдакцыю літаратурна-драматычнага вяшчання Беларускага радыё. На канале «Культура», акрамя пастановак, чытаў творы беларускіх і замежных аўтараў. Запісаў больш за 35 аўдыякніг. Стваральнік уласных літаратурных і тэатральных праектаў. Лаўрэат і дыпламант міжнародных радыё- і кінафестываляў.

З Алегам Вінярскім мы сустракаліся ў далекім 2009, калі я рыхтавала навуковы артыкул пра пісьменніцкае слова на радыё і збірала экспертныя меркаванні. Прайшло больш за дзесяць гадоў, але гутарка выглядае актуальнай і сёння. Асноўнай тэмай размовы стала роля пісьменніка ў радыёэфіры.

*– Пісьменнік на радыё – свой чалавек?*

– Цікавае пытанне, яшчэ некалькі дзесяцігоддзяў назад пісьменнік быў сваім чалавекам на радыё, на сёння ж сувязі згублены, і многіх пісьменнікаў, якія б маглі наладзіць гэтыя сувязі, няма сярод жывых. Больш таго, я вам скажу, што публіцыстыкі практычна няма ў эфіры, у тым аб'еме, у якім яна была яшчэ пяць-восем гадоў назад. І праблему трэба шукаць менавіта на памежжы стагоддзяў, калі адбыўся пэўны катаклізм, які закрануў перш за ўсё гуманітарную навуку: структура «мастацкага» адышла ў нябыт, пэўны пласт мастацкай культуры быў, на жаль, заглушаны тэхнічным пераабсталяваннем, новымі лічбавымі носьбітамі інфармацыі, і голас чалавека, а дакладней голас пісьменніка, быў сапраўдны заглушаны ўсім гэтым, заглушаны рэкламай, сродкамі масавай інфармацыі, якія прапанавалі імгненную інфармацыю пра тое, што адбываецца ва ўсім свеце. Публіцыстыка знікла з эфіраў, таму што публіцыстыка – гэта развагі ўслых чалавека, які жыве ў гэтым вострым свеце і рэагуе на тыя праблемы, якія ён бачыць, ён акцэнтуе ўвагу на гэтых

праблемах. А тэхнічная навала ў пэўным сэнсе прынізіла пісьменніка, многія калі і працягвалі пісаць, то ў стол.

А радыё? Раней гэта быў штодзённы рупар у кожным доме. Калі адбыліся ўсе гэтыя змены, то пісьменнікі натуральна аддаліліся ад радыё і сталі крыху самі па сабе, сталі назіральнікамі жыцця. Вага пісьменніка ў грамадстве залежыць і ад таго, наколькі ён запатрабаваны ў сродках масавай інфармацыі, наколькі ён задзейнічаны на радыё ці тэлебачанні.

Я думаю, што неабходна вяртаць пісьменніка на радыё. Таму что не хапае пазіцыі чалавека, які сваё жыццё прысвяціў слову, які ведае, як з ім абыходзіцца і які бачыць, якія працэсы адбываюцца са словам, і увогуле з духоўнай сферай.

Так, за апошнія дзесяцігоддзі змянілася пісьменнасць людзей у горшы бок. Раней былі пэўныя школы, напрыклад, дыктарскія, якія давалі неабходную «ін'екцыю для асветніцтва». І пісьменнікі, якія былі на радыё, адказвалі яшчэ і за гэту, асветніцкую частку, аднаўлялі павагу да роднай мовы. Гэта актуальнае пытанне і, думаю, што ў бліжэйшы час мы станем сведкамі вяртання пісьменніцкіх імен у радыё- і тэлеэфір.

Адзінае, магу сказаць, што зараз есць ускосныя прыклады вяртання пісьменнікаў у эфір. Так, на радыёканале «Культура» ў праграме «Літаратурная анталогія» чытаюцца творы маладых аўтараў, аўтарытэтных класікаў. Але што тычыцца непасрэдна слова, то яго не хапае.

Раней, калі існавала былая структура камітэту, падзел на рэдакцыі, то пісьменнікі добра ведалі, што ў літаратурна-драматычнай рэдакцыі ёсць «іх кола» і заўсёды можна падзяліцца сваімі набалелымі думкамі і развагамі. У музычныую рэдакцыю прыходзілі кампазітары, у дзіцячую – дзіцячыя пісьменнікі, а ў літдрам прыходзілі масцітыя пісьменнікі: і Іван Шамякін, і Іван Чыгрынаў, і Янка Сіпакоў, і Іван Пташнікаў і многа яшчэ людзей, якія праславілі беларускую літаратуру і дзяліліся сваім жыццёвым і літаратурным вопытам. Гэта быў цэлы пласт людзей, якія цягнуліся да радыё, і многія пісалі пра гэта ў сваіх творах. Напрыклад, Янка Брыль часта ўзгадваў радыё ў сваіх творах; я, калі сустракаю гэтыя радкі, дык заўсёды думаю: Божа, які ж выдатны чалавек, ён сапраўды любіў радыё. І ў яго дзённікавых запісах «Жменя сонечных промняў» пастаянныя

спасылкі, што ён слухае радыё. Шамякін вельмі любіў радыё. І гэта кола падпітвалася гэтымі зносінамі, радыёгутаркамі, яны прыходзілі, дзяліліся нават асабістымі момантамі. А потым ставілі спектаклі па іх творах. Гэта сапраўды было пэўнае кола, асяроддзе, братэрства людзей – літаратурна-драматычная рэдакцыя. На жаль, сёння такога няма, калі і прыходзяць пісьменнікі ў рэдакцыю, то толькі з просьбай прачытаць творы.

*– У якіх журналісцкіх фарматах ці жанрах, на Вашу думку, удзел пісьменнікаў найбольш арганічны?*

– Я думаю, што канешне, больш за ўсе неабходна падтрымка пісьменнікаў у прапагандзе роднага слова. Тым больш у нас ёсць праграмы, прысвечаныя мове. І дзякуй богу. Яны цыклавыя, ідуць некалькі сезонаў. Туды б пісьменнікаў падключыць. Напрыклад, у праграме абмяркоўваецца праблема з мовай, мы можам мільён чалавек з вуліцы запытаць – ну і што? Гэта абсалютна нецікава. Мала таго, што гэта не аўтарытэтна, гэта меркаванне вуліцы. Чаму мы павінны арыентавацца на вуліцу, а не на чалавека, які ўсё сваё жыццё прысвяціў слову?! Чалавек з вуліцы сказаў і да вечара ўжо забыўся пра тое, што сказаў. А ў пісьменніка гэта болем адгукаецца. Бо ён носіць у сабе гэта слова, ён яго вылушчвае, новыя словы знаходзіць, па вёсках ездзіць, фальклор збірае, аўтэнтычнасць шукае. Вось у такіх праграмах удзел пісьменнікаў абавязковы. Нягледзячы на тое, што радыё – гэта практычна адзіны сродак масавай інфармацыі, які «не кінуў» мову і ідзе пастаяннае павелічэнне беларускамоўнага эфіру, тым не менш гэта трэба падмацаваць пісьменніцкім аўтарытэтам.

Неабходна далучаць пісьменнікаў і да абмеркавання ўвогуле праблемы з запатрабаванасцю беларускай мастацкай літаратуры, паколькі аўдыторыя згублена і трэба па-новаму наладжваць дыялог з чытачом, а часам і знаёмства. Зноў ісці праз раскрутку, папулярызаваць мастацкае слова. Каб, напрыклад, пісьменнік мог рабіць сваю аўтарскую праграму, прысвечаную беларускай літаратуры, дзе ён мог бы нешта каменціраваць, узгадваць, хай і артыст штосьці пачытае. Але потым зноў голас пісьменніка. Такого раней было шмат. І я вось зараз успамінаю, наколькі ўсё ж раней было важна гэта слова ў эфіры. Былі, напрыклад, такія вечары ў астанскінскай студыі, прыязджаў, напрыклад, выдатны ваенны пісьменнік Віктар Астаф’еў і расказваў пра сваё жыццё.

Цікавым было б меркаванне пісьменніка і пра грамадска-палітычныя праблемы. Але зараз усе ж такі важна прыцягнуць увагу да мастацкага слова, да літаратуры, да мовы. Бо радыё ці не адзіны сродак масавай інфрмацыі, які не кінуў мову. Радыё захавала культуру размовы, і дзякуй богу, што ёсць канал «Культура», дзе гучыць беларуская мова. І на Першым канале радыё гучыць родная мова, але гэта трэба падмацаваць аўтарытэтам пісьменніка.

*– А якія пісьменніцкія тэмы, закранутыя ў літаратуры, найбольш запатрабаваны на радыё?*

– Зараз расце інтарэс да гістарычнага мінулага, да гісторыі Беларусі: адкуль мы, дзе нашы карані. Можа час гэта зараз запатрабаваў, то, да чаго заўсёды ляжала душа Уладзіміра Караткевіча, які стварыў цудоўны рамантычны ідэалістычны вобраз беларуса. Запатрабавана спроба знайсці карнявую сістэму. Мне здаецца гэта пасыл для ўсяго чалавецтва. Бо каб аформіцца як нацыя, знайсці моцную ідэалагічную аснову, трэба ведаць свае карані.

# РАЗДЗЕЛ 3.
# АЎДЫЯКУЛЬТУРА Ў СУЧАСНАЙ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ

# НОСТАЛЬГИЯ – НЕОСВОЕННЫЙ ФОРМАТ В БЕЛОРУССКОМ РАДИОВЕЩАНИИ

**А. С. Давыдик**
*Белорусский государственный университет*

Формат «Ретро» для белорусского радиорынка – достаточно молодое явление, в последнее время активно набирающие популярность. В первую очередь это связано с историческим контекстом. С момента появления в стране коммерческого радиовещания, отечественный медиарынок сменил вектор политики в пользу заработка: редакции и творческие группы перестали быть инструментом идеологического воспитания, культурного просвещения и т.д., а стали, в первую очередь, участниками рынка и инструментом заработка. Предметом торга, таким образом, между редакциями и рекламодателями стали не эфирные минуты, а главным образом слушатели – процентное соотношение фактической аудитории конкретной радиостанции, с общим объемом медиарынка.

Именно фактор напряжённой конкуренции и, как следствие, поиск уникального коммерческого предложения для белорусской аудитории, заставил редакции обратиться к формату «*ретро*». На данный момент такой стиль вещания используют только две радиостанции – «Легенды FM» и «Мелодии века». До недавнего времени в нише «*ностальгия*» конкурировало и радио «Unistar», но после пересмотра и изменения музыкального листа из активной ротации убрали хиты 70–80-х; акцент перешел на музыку «90-х и 2000-х» [3], что соответствует формату AC – современная музыка для взрослой аудитории.

Формат «ретро» в настоящее время – необкатанная музыкальная «пластинка», поэтому звучание отечественных радиостанций характеризуется слиянием нескольких музыкально-стилевых направлений, что мешает выработать эффективную стратегию позиционирования и четко наметить план работы музыкального редактора и программного директора. Так, в условно обозначенной нише «ностальгия» выделяют несколько направлений: Classic Rock, Oldies, Gold Hits, Folk, AC (частично). В Беларуси представлены только три «ностальгических» направления: Oldies, Gold Hits, AC.

Формат Oldies – представляет музыку прошлых лет от 60-х до 80-х годов. Целевой аудиторией выступают преимущественно мужчины от 45 лет со средним заработком [5, 7, 10]. Типичные представители: «Мелодии века» (Беларусь), «Ретро ФМ» (Россия), «Радиола» (Россия), «Мелодия» (Украина).

Формат Gold Hits – характеризуется различными музыкальными стилями, но с единственным принципом отбора музыки – наиболее выдающиеся хиты поп и рок направлений. Целевой слушатель – мужчина от 40 лет [5, 7, 10]. Типичные представители: «Легенды FM» (Беларусь), «Голос Столицы» (Россия), Gold FM (Литва).

Формат AC – наиболее распространенное направление в работе отечественных и мировых радиостанций. Целевой аудиторией выступают слушатели от 25 лет и старше. Характеризуется наличием в плей-листе узнаваемых и популярных песен, а также современных хитов. В зависимости от направлений повышенное внимание уделяется оригинальным композициям или кавер-версиям (ремиксам). Это не позволяет в полной мере отнести формат к направлению «ностальгия». Типичные представители: Unistar (Беларусь), «Авторадио» (Украина), RMF FM (Польша).

Учитывая, что в Минске только два формата (Oldies и Gold Hits) напрямую позиционируют себя как «ностальгические», анализ в данной работе будет уделен только двум радиостанциям: «Легенды FM» и «Мелодии века».

Столичная радиостанция «Мелодии века» свою музыкальную базу и программную сетку описывает, как: «музыка лучших воспоминаний, музыка, проверенная временем, музыка популярная как в нашей стране, так и во всем мире. Слушая «Мелодии века» человек с лёгкостью окунется в воспоминания лучших моментов своей жизни» [3]. При этом формат вещания определяется как «Oldies/retro», а главные идеи, которые транслирует радиостанция, сформулированы, как «Первый класс, первая любовь, первый поцелуй…». Названия программ и рубрик в эфире также стилизованы под ушедшую эпоху СССР: «Музыкальны киоск», «Внесите в расписание», «Музыка кино». Исходя из этого, мы видим, что «Мелодии века» активно эксплуатирует нарративы детских воспоминаний и советского периода. Отсылки и сравнения доносятся до слушателя, в основном не напрямую, активное проявление наблюдается в общей стилиза-

ции (джинглы, логеры, отбивки, слоган, логотип, позиционирование, графическое оформление сайта и т.д.), в работе ди-джеев шоу и линейного эфира, ведущих новостей нарративы проявляются ситуационно.

Что касается музыкальной базы, то она представлена довольно широким спектром стилевых направлений от рок композиций до лирических баллад, преимущественно узнаваемых слушателем. Исключение составляют малоизвестные произведения, но исполняемые узнаваемыми артистами [6]. Вероятно, редакция старается привлечь максимальную аудиторию, интересующуюся «ностальгическим» контентом, за счет разнообразия музыкальных направлений.

Структура музыкального часового программирования в первую очередь ориентирована на западные произведения, методика выглядит следующим образом: две иностранные композиции, одна русскоязычная. Стоит отметить, что музыкальное наполнение не имеет жестких рамок, ограниченных форматом Oldies (60–70-80 года), в эфире регулярно встречаются произведения начала 2000-х, среди них: T.A.T.U. «Нас не догонят» (2001 год), Hi-Fi «Все В Огонь» (2001 год), Madonna «Hung Up» (2005 год) и другие [6]. Динамика омоложение плей-листа позволяет сделать вывод, что аудитория подобного контента не оторвана от современных реалий и темпа-ритма «большого города», а потому не зациклена на воспоминаниях. С точки зрения коммерческого продвижения, омоложения плей-листа в условиях ограниченной территории вещания (Минск, Минска область) и как следствие ограниченной аудитории, помогает увеличить рейтинг и увереннее привлекать рекламодателей.

Аналогичную картину расширения формата показывает радиостанция «Легенды FM». Музыкальное наполнение на стадии становления, было ограничено композициями определенного временного периода, что отражалось в слогане – «Легендарных хиты 70, 80 и 90-х», в котором использовались узнаваемые исполнители советской и зарубежной сцены, преимущественно по равноправной ротации – 50/50. Однако современное состояние музыкальной базы показывает, что редакция отказалась от советской эстрады, ее представители звучат лишь как вспомогательный элемент [2], создавая исторически-контекстное сближение с аудиторией. Трансформация, как и в случае с «Мелодиями века», как нам кажется, объясняется

повышенной конкуренцией с форматом AC (Unistar), однако в случае с «Легендами» более очевидна на основе смене слогана: «Хиты на сезон, легенды – навсегда».

Что касаемо программного блока, то современное состояние плей-листа показывает лишь внешнее, атрибутивное и фрагментарное присутствие нарратива детства и «советского периода»: утреннее шоу «Легкое утро», а также названия рубрик «Авто новости», «В мире столько неизвестного», «ВетСервис» и т.д., образованы от содержательного, но не от концептуального (ретро) компонента, что выступает попыткой универсализации формата в соответствии с остальным радиорынком и увеличением аудитории.

Последние отчеты исследовательского центра «ГЕВС» говорят, что радиостанции «ностальгического» формата заняли уверенную нишу, но не могут покататься высокими результатами. Недельный охват радио «Мелодии века» по Минску составляет 14,9%, «Легенды ФМ» имеют около 3% [1, 2]. По сравнению с аналогичными радиостанциями в России и Украине достижения белорусских игроков скромные. Так, радио «Ретро FM» является одной из наиболее популярных радиостанций в России и входит в пятерку лидеров медиарынка, в Москве в тройку [8]. Радиостанции «Ретро ФМ Украина» и «Мелодия ФМ» – одни из лидеров рынка в Украине [8]. Это показывает успешность «ностальгических» форматов и их большую перспективу в белорусском медиапространстве, однако, указывает на тот факт, что отечественные редакции еще не выработали для себя четкого представления о форматах «Oldies» и «Gold Hits», и находятся в стадии эксперимента.

**Библиографические ссылки**

1. В «ГЕВС МЕДИА» назвали самые популярные радиостанции в Беларуси по результатам нового исследования / «ГЕВС МЕДИА», marketing.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://marketing.by/analitika/v-gevs-media-nazvali-samye-populyarnye-radiostantsii-v-belarusi-po-rezultatam-novogo-issledovaniya. – Дата доступа: 18.12.2021.

2. Легенды FM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://legendy.by/. – Дата доступа: 11.12.2021.

3. Мелодии века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://melodiiveka.by/. – Дата доступа: 11.12.2021.

4. О радио «Unistar» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unistar.by/radio/on-the-radio/. – Дата доступа: 11.12.2021.

5. Популярные форматы радиостанций на современном рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://umediagroup.com.ua/radio-formats. – Дата доступа: 18.12.2021.

6. Плей-лист Мелодии Века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://onlineradiobox.com/by/melodiiveka/playlist. – Дата доступа: 07.12.2021.

7. Радиовещательные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.radiostation.ru/music/format.html. – Дата доступа: 02.12.2021.

8. Ретро FM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://emg.fm/asset/3. – Дата доступа: 11.12.2021.

9. Рейтинг радиостанций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.radioreklama.biz/rejtingi-1-volna-kiev-sutochnyj-oxvat/. – Дата доступа: 07.12.2021.

10. Форматы радиостанций / Guzei.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://guzei.com/radio/journal/article/format.php. – Дата доступа: 02.12.2021.

## КАШТОЎНАСЦЬ КУЛЬТУРЫ Ў КАНТЭКСЦЕ ГІСТОРЫІ

**Н. А. Зубчонак**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Значэнне культуры ў жыцці грамадства і краіны пераацаніць немагчыма. Гэта аснова сацыяльнага і палітычнага развіцця. Менавіта культурны складнік фарміруе асобу, вызначае яе месца ў соцыуме. Страты ў духоўнай сферы дзяржавы заканамерна адбіваюцца на іншых аспектах яе жыццядзейнасці.

На розных этапах беларускай гісторыі адносіны да духоўнай спадчыны складваліся па-рознаму. Тым не менш, менавіта праз культуру фарміравалася беларуская народнасць, а потым і нацыянальная дзяржаўнасць. Першыя гістарычныя помнікі (Сафійскі сабор у Полацку (XI ст.), крыж Ефрасінні Полацкай (XII ст.)), імёны беларускіх асветнікаў (Кірыла Тураўскі, Францыск Скарына) сталі

сімваламі нашай краіны і дзяржаўнасці. Праз дасягненні навукі і культуры ў XVI ст. беларускія землі ў складзе Вялікага княства Літоўскага далучыліся да сусветнага цывілізацыйнага развіцця. Выдавецкая дзейнасць Ф. Скарыны для беларусаў стала пачаткам новай эпохі ў дзяржаўным і грамадскім развіцці. Менавіта на беларускай мове (царкоўны варыянт старабеларускай мовы) выйшла першая друкаваная кніга на тэрыторыі ўсходніх славян («Псалтыр», 1517 г.), быў падрыхтаваны Статут Вялікага княства Літоўскага (1529 г.), які да нашага часу лічыцца лепшым узорам еўрапейскага прававога пісьменства.

Уключэнне беларускіх земляў у склад Рэчы Паспалітай (1569 г.), а потым і Расійскай Імперыі (1772 г., 1793 г., 1795 г.) не спрыяла іх культурнаму і сацыяльна-эканамічнаму развіццю. Тым не менш, ва ўмовах татальнай паланізацыі, а потым і русіфікацыі, поўнай забароны ўжывання нацыянальнай мовы народ захаваў каштоўную этнічную спадчыну. На яе аснове ў пач. XX ст. адбылося нацыянальна-культурнае адраджэнне, завяршыўся працэс фарміравання беларускай нацыі.

У 1906 г. убачылі свет першыя легальныя газеты на беларускай мове – «Наша Доля» і «Наша Ніва». Увогуле, выхад гэтых выданняў для беларускай гісторыі абсалютна ўнікальная з'ява. У «нашаніўскае дзесяцігоддзе» былі закладзены асновы нацыянальнай літаратуры, мовы, асветы і адукацыі, гісторыі, сацыяльнага і эканамічнага развіцця краіны. Для Беларусі пачатак XX ст. стаў яшчэ і перыядам актыўнага станаўлення журналістыкі. Разам са стварэннем дзяржавы складваецца і сістэма сродкаў масавай інфармацыі, якая фарміруе свядомасць новага грамадства ў адпаведнасці з запатрабаваннямі часу.

Няпростым і даволі супярэчлівы этапам у гісторыі Беларусі стаў савецкі перыяд. Развіццё нацыянальнай культуры не аднойчы апыналася пад пагрозай. Тым не менш, нават у гэтым моцным супрацьстаянні культурная прастора папаўнялася новымі творамі літаратуры, музыкі, жывапісу, архітэктуры і інш.

У шэрагу дасягненняў XX ст. нельга не назваць актыўнае развіццё радыё (1925 г. – пачатак рэгулярнага радыёвяшчання). Праз радыё беларуская нацыянальная культура атрымала магчымасць стаць больш даступнай да народа. Першыя выпускі адбываліся ў прамым

эфіры, гуказапіс з'явіўся значна пазней. Сацыяльна-палітычная інфармацыя трансліравалася праз радыёгазеты, а таксама іншыя жанры і формы. Аднак для папулярызацыі нацыянальнай культуры беларускае савецкае радыё зрабіла сапраўды шмат. На пачатку станаўлення гэтаму спрыяла палітыка беларусізацыі, якая рэалізоўвалася ў БССР у 1920-я – 1930-я гг. Так, Дзяржаўны сімфанічны аркестр Беларускага радыё трансліраваў канцэрты, знаёмячы слухачоў з творамі выдатных кампазітараў свайго часу. Карыстаўся асаблівай папулярнасцю жанр радыёспектакля. У літаратурныя гасцёўні сваіх слухачоў запрашалі беларускія паэты і пісьменнікі. У фондах Беларускага радыё захоўваюцца першыя яго галасы – Я. Купалы, Я. Коласа, П. Броўкі, П. Глебкі, М. Лынькова і многіх іншых прадстаўнікоў беларускай культуры. Такім чынам, у савецкі перыяд на радыё былі закладзены традыцыі культурнага вяшчання, выпрацавана метадалогія, сфарміравана сапраўдная прафесійная школа. Нягледзячы на складаныя палітычныя і ідэалагічныя ўстаноўкі, пераважная большасць радыёперадач, не толькі культуралагічнага зместу, гучала па-беларуску.

Пераход да новага этапу развіцця на мяжы XX–XXI стст., тэхналагічная трансфармацыя інфармацыйнай прасторы, заканамерна паўплывалі на ўсе сферы жыццядзейнасці грамадства. Асаблівую занепакоенасць выклікае ў гэтым кантэксце менавіта духоўны складнік сучасных пераўтварэнняў. Функцыянаванне ў рыначных умовах патрабуе рэалізацыі толькі адной мэты – прыбытку. Менавіта культурная сфера ў дадзеным працэсе апынулася абсалютна безабароннай. «Добрае і вечнае» па аб'ектыўных прычынах не заўсёды сёння знаходзіць дарогу да свайго чытача, слухача, гледача. Тым не менш, як і ў ранейшыя няпростыя для беларускай гісторыі часы, грамадства старанна захоўвае і развівае лепшыя культурныя набыткі. Пацвярджэннем гэтаму з'яўляецца радыёканал «Культура». На працягу дваццаці год у эфіры вядзецца папулярызацыя нацыянальнай культуры. Вялікую цікавасць выклікаюць гістарычныя матэрыялы з фондаў Беларускага радыё. Рэгулярна з'яўляецца новы сучасны кантэнт. Вяшчанне на працягу поўных сутак сведчыць аб пастаянным росце колькасці неабыякавых і зацікаўленых пытаннямі культуры людзей. Новыя тэхнічныя магчымасці дазваляюць весці перадачы ў прамым эфіры. Цікава, але сёння, як і шмат год

таму, карыстаюцца папулярнасцю прамыя трансляцыі канцэртаў, радыёспектакляў, вечароў радыё, конкурсаў і інш. мерапрыемстваў і праектаў. На Беларускім тэлебачанні канал «Беларусь 3» паспяхова фарміруе ўласную аўдыторыю. Спецыялізаваныя літаратурна-мастацкія выданні краіны асвойваюць новыя медыйныя платформы і маюць свайго пастаяннага чытача.

Безумоўна, у сучасных умовах жорсткай рыначнай канкурэнцыі вельмі складана развівацца менавіта сферы культуры. Тым не менш, значная частка грамадства выдатна разумее, што яго будучыня немагчыма без захавання і памнажэння набыткаў нацыянальнай культуры. Год гістарычнай памяці дае магчымасць кожнаму з нас звярнуцца да гісторыі краіны, пераасэнсаваць некаторыя падзеі, каб любіць і шанаваць сваю Радзіму, развіваць яе духоўную сферу.

## СЛОВА Ў ЭФІРЫ: КАМУНІКАТЫЎНЫЯ РЫЗЫКІ І ВЕРБАЛЬНЫ КОД СУЧАСНАСЦІ

**В. І. Іўчанкаў**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

На пасяджэнні круглага стала «Чысціня слова – чысціня душы», арганізаванага Саветам Рэспублікі Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь сумесна з Беларускай праваслаўнай царквой у канцы мінулага года, Мітрапаліт Мінскі і Заслаўскі, Патрыяршы Экзарх усяе Беларусі Веніямін вельмі слушна заўважыў: «Слова ад Бога стваральнае. Місія слова – благаслаўляць, радаваць, ствараць дабро. Але яго творчая моц можа быць накіравана і на нядобры бок. Брыдкае слова нясе ў свет зло, памнажаючы яго. У ім гучыць гнеў і апаганьванне. Яно разбурае ўнутраны мір, пашкоджваючы розум, псіхічнае здароўе як тых, хто яго агучвае, так і тых, на каго яно накіравана. Мова – душа народа, аснова яго культуры. Выкарыстанне нячыстых слоў разбурае галоўнае багацце – унутраную чысціню, цнатлівасць і маральнасць грамадства». Даўно хацелася пачуць такія словы з вуснаў святара…

Па выніках абмеркавання балючага для сучаснага грамадства пытання былі прыняты рэкамендацыі, сутнасць якіх зводзіцца да

наступнага. Стварыць курс «Культура мовы і маўленчы этыкет» («Лінгвістычная лінгваэкалогія») і ўкараніць яго ва ўсе ўстановы адукацыі. Увесці тэмы па прафілактыцы выкарыстання ненарматыўнай лексікі ў праграму факультатыву «Асновы духоўна-маральнага выхавання і патрыятызму». У рамках праекта «ШАГ» (Школа актыўнага грамадзяніна) узняць тэмы па эстэтыцы камунікацыі ў маладзёжным асяродку. Правесці рэспубліканскі круглы стол «Экалогія слова ў электронным маўленчым асяродку» і міжнародны кангрэс «Маўленчая культуры і міжмоўная камунікацыя». І самае галоўнае. Вызначыць установы адукацыі «прасторай чыстага маўлення», арганізаваць у іх «службы культуры маўлення».

Грамадства адчула патрэбу ў духоўным ачышчэнні. Вербальная збедненасць і агрэсіўная ацэначнасць, а то і брыдкаслоўе ў эфіры, на блогавай пляцоўцы – прылады маніпуляцый і ўкаранення ў свядомасць людской нікчэмнасці. Вербальная агрэсія, як правіла, прыводзіць да агрэсіі фізічнай, войнаў і канфрантацый, калі ўжо нікому не цікава, хто пачаў першы. «Схамяніся ж, ачніся, агледзься! Ды разваж, ды раздумай як след: Што пакінеш ты з поля ў налецце? З чым нашчадкі пакажуцца ў свет?». Словы народнага паэта працінаюць да душы. Своечасовасцю і актуальным гучаннем. Хаця напісаны былі зусім з іншай нагоды.

Зразумела, што падчас грамадскіх катаклізмаў нарастае слоўная ацэначнасць, як быццам хоча яна зруйнаваць апанента, забраць у яго права голасу. Але такім чынам наўрад ці зможаш абгрунтаваць сваю пазіцыю, падстаўна даказаць сваю правату, у рэшце… знайсці ісціну. Усяму ёсць мера…

Журналісцкі працэс цесна звязаны з грамадска-палітычнымі абставінамі, ідэалогіяй, з філасофскай думкай, этычнымі прынцыпамі і эстэтычнымі ідэаламі, з распрацаванасцю літаратурнай мовы і развіццём розных відаў мастацтва. Назіраецца павелічэнне аб'ёмаў інфармацыйных патокаў, паскарэнне іх атрымання і ўспрымання медыйнымі спажыўцамі. Гэта выразна паказвае на неабходнасць фрагментацыі інфармацыі, сціскання яе зместавага складніка, што дасягаецца за кошт рэверсіравання ў бок пашырэння паравербальнага кампаненту. Яўна назіраюцца тэндэнцыі да мультыканальнасці, платформенай дыстрыбуцыі, паравербальнасці. Развіццё мабільных каналаў камунікацыі (сацыяльных сетак, мэсэнджараў, чатаў і інш.)

стала рухавіком для транспаніравання міжасобасных зносін ў гэтыя каналы. Такія перамены парушылі традыцыйныя фарматы ўзаемадзеяння паміж суб'ектамі масавай камунікацыі. У выніку СМІ пастаўлены перад складанай сітуацыяй трансфармацыі медыяасяродку і змены ролевых мадэлей. Медыякампаніі паступова губляюць пазіцыю транслятара інфармацыйных тэкстаў (суб'ект-аб'ектная мадэль) і вымушаны ўключацца ў камунікатыўныя акты на роўных са сваёй аўдыторыяй (суб'ект-суб'ектная мадэль). З'яўленне новых каналаў камунікацыі дазволіла здзяйсняць камунікатыўныя акты ў лічбавых фарматах, што, натуральна, прывяло да змяншэння цікавасці да традыцыйных форм. Базавым паняццем ва ўмовах зменага асяродку карыстальніцкай стала мультыканальнасць (шматканальнасць).

Патрэба звярнуцца да праблем камунікатыўных рызык перш за ўсё звязана інтэрнэт-практыкай. Знайсці, апісаць і выявіць прычыны такіх рызык – імператыў часу.

Развіццё новай міждысцыплінарнай навукі – медыйнай лінгваэкалогіі ставіць перад сучаснымі даследчыкамі шэраг важных навуковых задач, вырашыць якія можна толькі пры ўважлівым стаўленні да моўных рэсурсаў медыятэксту і яго тэхналагічнай дыстрыбуцыі: апісанне рызыкагенных зон у медыякамунікацыі і вызначэнне прычын іх з'яўлення; характарыстыка сістэмы маўленчаўтваральных рэсурсаў беларускай і рускай моў у сродках масавай інфармацыі Рэспублікі Беларусь, выяўленне ідэнтычнасці камунікацыйных працэсаў у медыя- і інтэрнэт-прасторы, а таксама выпрацоўка практычных рэкамендацый па ўдасканаленні лінгваэкалагічнага аблічча айчынных медыя, накіраваных на пошук эфектыўных прыёмаў падачы інфармацыі ў адпаведнасці з законамі лінгвістычнай арганізацыі медыятэкстаў.

Медыякамунікацыя з'яўляецца найбольш значнай сферай грамадскага жыцця. Менавіта ў ёй сёння выпрацоўваюцца найважнейшыя мадэлі маўленчых паводзін камунікантаў, якія затым транслююцца і замацоўваюцца ў соцыуме. Таму актуальным становіцца стварэнне цэласнай канцэпцыі камунікатыўнай бяспекі медыя, якая дазваляе не толькі апісаць праблемы маўленчых паводзін у медыя, але і выявіць іх прычыны, каб выпрацаваць рэкамендацыі для захавання лінгваэкалагічнасці масавай камунікацыі. У канцы XX стагоддзя медыятэкст стаў разглядацца ў якасці канструкта рэчаіснасці ў

суаднесенасці з аўтарам. Лінгваэкалагічныя асаблівасці медыятэкстаў з улікам іх разнастайнасці і варыятыўнасці дагэтуль сістэмна не вывучаліся. Між тым менавіта тэксты сродкаў масавай інфармацыі (СМІ) надзвычай цікавыя ў лінгваэкалагічных адносінах, што выклікана актыўным пошукам журналістамі маўленчай выразнасці. У гэтым рэчышчы надзвычай важным уяўляецца выявіць і апісаць шэраг стэрэатыпаў маўленчай манеры журналістаў, вызначыць асаблівасці функцыянавання моў у СМІ ва ўмовах дзяржаўнага білінгвізму ў Беларусі.

У сучаснай медыякамунікацыі выяўляюцца рызыкагенныя зоны з гледжання публічных маўленчых паводзін камунікантаў. Новая функцыя мовы, якая рэалізуецца ў інтэрнэт-камунікацыі, – функцыя прэзентацыі і самапрэзентацыі – прыводзіць да парушэння славянскага камунікатыўнага ідэалу, што складваўся стагоддзямі, і трансфармацыі соцыумных мадэлей паводзін у бок агрэсіўнай самарэкламы і падаўлення іншага меркавання. З гэтага гледжання даследаванне дэструктыўных маўленчых з’яў у інтэрнэт-камунікацыі з пазіцый не толькі культуры мовы, але і з гледжання ўплыву іх на фарміраванне грамадскай моўнай свядомасці з’яўляецца актуальным і сацыяльна значным.

У беларускай навуцы для вырашэння лінгваэкалагічных праблем у медыясферы назапашаны немалы вопыт, асабліва ў галіне культуры маўлення медыя. Яны закладаюць трывалы падмурак для вызначэння анталогіі лінгваэкалогіі і выяўлення інтэграцыйнай ролі культуры маўлення ў вывучэнні медыйнага тэксту як сацыяльнага дзеяння. У канцэпцыі камунікатыўнай бяспекі медыя могуць быць закладзены шляхі вырашэння праблем камунікатыўных рызык у СМК, стварэнне яе (канцэпцыі) актуалізуецца ў наш час. Своеасаблівым рэфрэнам гучаць у такой сітуацыі словы Старшыні Савета Рэспублікі Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь Наталлі Качанавай: «Для грамадскасці тут вялікае поле дзейнасці. Не пачнём займацца праблемай брыдкаслоўя комплексна, нічога не атрымаецца. А гэта напрамую датычыцца развіцця грамадства, нашай культуры, паводзінаў, у цэлым пытання сапраўднага патрыятызму» (Звязда. 29.11.2021).

# МІЖКУЛЬТУРНАЕ ЎЗАЕМАДЗЕЯННЕ Ў СУЧАСНЫМ РАДЫЁЭФІРЫ

**А. М. Кавалеўскі**
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Дзейнасць радыёстанцый па асвятленні міжкультурнага ўзаемадзеяння вызначаецца функцыямі, якія яны выконваюць. Функцыі радыё наўпрост залежаць ад задач, якія стаяць перад СМІ пры асвятленні культурнай праблематыкі. Функцыянальны складнік радыёстанцый можна лічыць за пэўны фундаментальны падмурак для дзейнасці канкрэтнага СМІ наогул. Сукупнасць усіх функцый радыё ўяўляе пэўны набор характарыстык, якія паказваюць, якім чынам радыёстанцыя ажыццяўляе асвятленне міжкультурнага ўзаемадзеяння на практыцы, якія вынікі вяшчання станцыя атрымоўвае ў выніку, як ёй удалося дасягнуць гэтых вынікаў.

Пад функцыянаваннем радыёстанцый у асвятленні праблем міжкультурнага ўзаемадзеяння можна разумець прадуктыўнасць штодзённай працы па інфармацыйна-камунікатыўнай дзейнасці ў адносінах да грамадства. Дзякуючы выкананню сваіх функцый радыёстанцыі забяспечваюць сталы працэс пашырэння кругагляду аўдыторыі, пазнання аўдыторыяй навакольнага свету, фарміравання ў аўдыторыі талерантнага стаўлення да іншых культур і кампетэнцыі ў адносінах да разнастайных культур; наогул, усе функцыі радыёжурналістыкі, якія выконваюцца адносна фарміравання ў аўдыторыі кампетэнтнасці па розных культурных праявах, можна падзяліць на тры асноўныя блокі:

1. Інфармацыйныя функцыі.
2. Функцыі кіравання грамадствам.
3. Культурна-асветніцкія функцыі.

Пад час выканання інфармацыйных функцый радыёстанцыя мае на мэце данесці да аўдыторыі навіну, якая можа заключацца, напрыклад, у адкрыцці новай сцэны якога-небудзь тэатра альбо пастаноўцы новага спектакля. У гэтым выпадку вельмі важна данесці да аўдыторыі важнасць дадзенай культурнай падзеі, прыцягнуць увагу аўдыторыі да канкрэтнай культурнай з’явы ці праблемы, калі, на-

прыклад гутарка ідзе пра адметную выставу, дзе адбываецца сінтэз розных культур.

Інфармацыйная павестка дня фарміруе так званы «скелет» радыёстанцыі, тое, на чым грунтуецца ўся вяшчальная сетка. Таксама з дапамогай інфармацыйнай функцыі можа квітнець у радыёжурналістыцы і рэкламная функцыя, якая абавязвае радыёстанцыю добрасумленна, поўна і этычна рэкламаваць культурныя падзеі грамадства, заахвочваючы аўдыторыю да пазнання новых культурных тэндэнцый. Уласна інфармацыйная функцыя раскрываецца на прыкладзе інфармавання масавай аўдыторыі пра ўсе значныя падзеі ў свеце, краіне, рэгіёне. У аснове інфармацыйнай функцыі радыёжурналістыкі заўсёды знаходзяцца:

1. навіна – паведамленне пра раней невядомую падзею, з'яву;
2. факт – рэальная падзея, якая адбылася або плануецца.

Ядром любога інфармацыйнага паведамлення з'яўляецца інфармацыйная нагода. Гэта значыць, што падзея заслугоўвае ўвагі журналістаў і аўдыторыі, дзякуючы самому факту таго, што адбылося (спантанная, непадрыхтаваная падзея) альбо дзякуючы таму, што падзея толькі мае адбыцца (калі яна мае запланаваны характар).

У комплекс функцый кіравання грамадствам уваходзяць такія функцыі як: камунікатыўная, інтэграцыйная, выяўлення і фарміравання грамадскага меркавання і выхаваўчая. Дзякуючы камунікатыўнай функцыі, якая рэалізуецца радыёвяшчаннем, у грамадстве забяспечваецца сталае рэгуляванне культуры сацыяльных адносін і фарміруецца камунікатыўная прастора, у межах якой кожны чалавек можа падзяліцца сваім меркаваннем адносна той ці іншай культурнай праблемы з любым іншым чалавекам, а таксама пачуць меркаванне кампетэнтнага ў гэтай галіне спецыяліста.

Масавая камунікацыя і, у прыватнасці, радыёвяшчанне забяспечвае на падмурку складзенага культурнага досведу магчымасць камунікацыі паміж усімі суб'ектамі сацыяльнага працэсу. Камунікатыўная функцыя дазваляе грамадзянам дасягаць узаемапаразумення і знайсці агульныя інтарэсы шляхам асвятлення міжкультурнай праблематыкі на радыё з дапамогай перадач-дыялогаў, перадач-дыскусій, аналітычных праграм, ток-шоў, перадач з удзелам экспертаў.

У сучасным свеце ўжо звыклай з'явай стала прысутнасць элементаў інтэрактыўнасці ў класічным радыёэфіры. У кожнага

чальца радыёэфіру ёсць магчымасць датэлефанавацца ў студыю ў жывым эфіры, пакінуць свой каментарый на сайце, прычым яго могуць прачытаць у жывым эфіры. Пад уплывам інтэрактыўнасці аўдыторыя здольная павярнуць рэчышча і тэматыку ў той бок, які ёй цікавы.

Інтэгратыўная функцыя заключаецца ў магчымасцях журналістыкі прыцягваць увагу соцыуму да самых актуальных пытанняў грамадскага і палітычнага жыцця, напрыклад, да аднаўлення муроў старога замка ў Гродна. Такім чынам, грамадства, мае магчымасць паяднацца для дасягнення агульных мэтаў і задач, напрыклад, для захавання помнікаў культурнай спадчыны. Шляхам агучвання злабадзённых і актуальных праблем у галіне культуры на радыё, аўдыторыя аб'ядноўваецца і прымае агульныя верныя рашэнні ў галіне міжкультурнага ўзаемадзеяння.

У выніку рэалізацыі на радыё функцый выражэння і фарміравання грамадскага меркавання эксперты, навуковыя дзеячы і проста ўплывовыя асобы атрымліваюць магчымасць выражэння асабістага меркавання ў шырокай аўдыторыі. Уступаючы ў актыўную палеміку ў радыёэфіры, вядомыя асобы фарміруюць накіраванасць мыслення аўдыторыі, тлумачаць аўдыторыі шматлікія аспекты культуры, якія звыклы чалавек не здольны зразумець. Дзякуючы прысутнасці экспертаў на радыё, людзі атрымліваюць рэчаіснасць у расшыфраваным выглядзе, што дазваляе звесці да мінімуму працэнт перадузятых адносін да культурных праблем у сучасным грамадстве.

Выхаваўчая функцыя заключаецца ў магчымасцях СМІ фарміраваць разнастайна развітую асобу чалавека, даваць яму мадэлі паводзінаў, г. зн. тыя прыклады прафесійнага і творчага самавыяўлення людзей, якім бы ён сам мог прыпадабняцца ў сваім уласным жыцці. І ў гэтым сэнсе выхаванне тычыцца не толькі выхавання дзяцей, падлеткаў, юнакоў і дзяўчат. Гэта і ўплыў на дарослую аўдыторыю і, перадусім, мастацкімі перадачамі на тэлебачанні і радыё пазнавальнага характару – канцэртамі, спектаклямі, паведамленнямі са свету навукі і тэхналогій, з досведу адукацыі, культуры, спорта. Выхаванне асобы сродкамі радыёжурналістыкі – незаўважны, карпатлівы і вельмі тонкі працэс.

Блок культурна-асветніцкіх функцый складаюць эстэтычная і асветніцкая функцыі. Эстэтычная функцыя дазваляе чалавеку ары-

ентавацца ў бязмежным свеце мастацтва, беспамылкова разрозніваць яго прыўкрасныя і адмоўныя якасці, адрозніваць у любым выглядзе высокае і нізкае ў любым творы культуры. СМІ не толькі здольныя адказаць на важныя пытанні эстэтычнай вартасці і карыснасці мастацтва для чалавека (напрыклад, у жанры рэцэнзіі), але і даць узоры, эталон высокага і нізкага ў літаратуры, музыцы, жывапісе, скульптуры і архітэктуры. На радыё гэтыя ўласцівасці праяўляюцца, напрыклад, на ўзроўні вяшчання спектакляў, пастановак, канцэртнага выканання.

Радыёвяшчанне становіцца не толькі барометрам эстэтыкі як спецыфічнага вымяральніка твораў мастацтва, але і папулярызатарам адмысловага эстэтычнага густу, прышчапіць які на базе айчыннай і сусветнай мастацкай прасторы здольныя аўдыявізуальныя СМІ і, у прыватнасці, радыё.

Калі казаць аб асаблівасцях адукацыйнай функцыі радыёжурналістыкі ў асвятленні міжкультурнага ўзаемадзеяння, то гэта, безумоўна, мае дачыненне да адвятлення новага і цікавага з набытку іншых культур, напрыклад, інфармацыя пра новыя спектаклі і пастаноўкі, пра новыя музейныя экспанаты і музыкальныя калектывы. Калі слухач не разумее сэнсу некаторых твораў мастацтва, эксперты на радыё дапамогуць яму зразумець пасыл, задуму і спосаб рэалізацыі аўтарскай задумы.

Радыё, з моманту свайго стварэння, разумеецца як сродак вяшчання, які перадае сігнал на пэўную адлегласць. Гэта стала магчымым дзякуючы тэхналогіі, якая нясе ў сабе гукавую інфармацыю праз інтэрнэт і атрыманню яе з дапамогай тэлекамунікацыйнай інфраструктуры. Тэмпамі сучаснага грамадства інтэрнэт-кантэнт можа выйсці на новы ўзровень сучасных інавацый. Некаторыя сеткавыя радыёстанцыі ўжо дазваляюць слухачам ствараць уласныя праграмы перадач, дзе, у адроненне ад звычайных радыёстанцый, абмежавання ў магчымасцях выбару кантэнту няма.

# МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ АУДИОКОММУНИКАЦИИ БРЕНДОВ

**А. В. Колик**
*Белорусский государственный университет*

Создание и развитие современных брендов предполагает ключевую роль медиакоммуникации в осуществлении данных процессов. Медиакоммуникация обеспечивает передачу информационных сообщений брендов до аудитории и формирует в сознании потребителей ментальный образ бренда. Аудиокоммуникация брендов традиционно представлена в комплексе коммуникации ведущих белорусских брендов, поскольку в настоящее время белорусское радио пользуется популярностью у значительной части аудитории разных возрастов и мест проживания. Так, по информации белорусской Ассоциации рекламных организаций радио сохраняет достаточно большую долю на рекламном рынке Беларуси (8,4 %). По сравнению с предыдущим годом доля радио сократилась незначительно (0,6 %) [1].

Медиасследования предоставляют возможность получить комплекс информации о медиапространстве, в котором размещаются сообщения компаний о брендах. Медиаисследования преимущественно представляют собой социологические и маркетинговые исследования (количественные опросы, фокус-группы, глубинные интервью), а также мониторинг и медиаизмерения. А. П. Дурович дает следующее определение данного термина: «Медиаисследование – направление маркетинговых исследований по определению популярности средств распространения рекламной информации и мониторингу рекламно-пропагандистских мероприятий в средствах массовой информации» [2, с. 379]. Авторы социологического словаря определяют социологические исследования следующим образом: «Познавательная деятельность социолога или группы социологов, включающая систему методологических и теоретических оснований, аналитических процедур, методов сбора и обработки данных и имеющая целью получение нового знания или технологии решения» [3, с. 172].

По нашему мнению, необходимо отметить значение медиаисследований для управленческих решений, которые принимаются на

основе полученной специалистами в сфере коммуникации информации. В. П. Коломиец отмечает факт сосредоточенности на сборе информации для принятия управленческих решений, направленных на повышение экономической эффективности [4, с. 8]. Для планирования коммуникации брендов руководителям организаций и персоналу, занятому в сфере коммуникации, важно обладать информацией о медиапространстве, целевых аудиториях бренда, радиостанциях, рекламном рынке.

Исследования в Республике Беларусь проводятся такими авторитетными организациями как Институт социологии Национальной академии наук Беларуси, Центр социологических и политических исследований Белорусского государственного университета и другими.

В настоящее время исследователей интересуют различные аспекты аудиокоммуникации брендов в отечественном медиапространстве, среди которых мы в первую очередь выделим такие как:

- восприятие целевой аудиторией контента сообщений брендов;
- имеющаяся у целевой аудитории информация о брендах;
- отношение целевой аудитории к сообщениям брендов;
- наиболее популярные радиостанции;
- характеристики целевой аудитории;
- информация о месте и времени получения аудиосообщений;
- информация об устройстве, посредством которого аудитория получает сообщения;
- полученный в результате коммуникации эффект.

Наиболее часто для исследования аудиокоммуникации брендов применяются такие методы как:

- опрос;
- фокусированное интервью;
- глубинное интервью;
- тестирование.

Опросы позволяют собрать эмпирические данные, которые могут быть обобщены с помощью методов статистики, поэтому они относятся к количественным методам и являются наиболее распространенными в социологии вследствие высокой степени их валидности. В результате проведения опросов специалисты в сфере коммуникации с большой степенью точности определяют доли слушателей определенных радиостанций и их демографические харак-

теристики, запомнившуюся слушателям информацию, поведение аудитории после получения сообщений и другое.

В настоящее время метод фокусированного интервью также получил широкое распространение для изучения аудитории средств массовой информации. Особенность этого качественного метода заключается в возможности более глубинного интервьюирования группы, репрезентирующей аудиторию слушателей радиостанций. Применение данного метода позволяет оптимизировать рекламную и PR-коммуникацию брендов за счет полученной в ходе интервью информации. Глубинное интервью сходно с фокусированным, но носит индивидуальный характер и применяется в настоящее время реже.

Тестирование проводится в основном на этапе создания рекламных сообщений брендов с целью исследования восприятия аудиторией рекламных роликов и внесения необходимых изменений. Этот метод применяется реже, чем опросы, фокусированные интервью, глубинные интервью, хотя технология проведения тестирования достаточно несложная и позволяет в значительной степени повысить эффективность сообщений брендов.

По нашему мнению, в перспективе планирование аудиокоммуникации брендов будет осуществляться преимущественно посредством применения комплекса методов исследований. Важно также отметить наблюдающуюся на сегодняшний день тенденцию роста количества исследований в Интернете (в первую очередь опросы, тестирование), что позволяет обеспечить оперативность проведения полевого этапа исследовательских работ.

**Библиографические ссылки**

1. Ассоциация рекламных организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://aro.by/?page_id=354. – Дата досупа: 05.12.2021.

2. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: ТетраСистемс, 2009. – 432 с.

3. Социологический словарь / Отв. ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев; уч. секр. О. Е. Чернощек. – М.: Норма: Инфра-М, 2010. – 608 с.

4. Коломиец, В. П. Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия / В. П. Коломиец // Социологические исследования. – 2017. – № 6. – С. 3–14.

# МЕДИАКРИТИКА В КОНТЕКСТЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАССМЕДИА, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ НА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КУЛЬТУРЫ

**А.П. Короченский**
*НИУ БелГУ, Российская Федерация*

В современном социуме область культуры так же основательно медиатизирована, как и другие области общественной жизни. Для многих наших современников, живущих в условиях медиатизированных социумов, произведения культуры становятся доступными лишь вследствие их репрезентации в массмедиа. Коммерциализация медийный сферы породила немыслимый прежде по масштабам поток массовой культуры в информационную среду, формирующую не только картину мира, но и культурные предпочтения, вкусы среднего гражданина. Доминирующий повсеместно агрессивный коммерциализм медиатизированного масскульта вытесняет из публичного оборота либо маргинализирует произведения культуры, не укладывающиеся в прокрустово ложе маркетингового подхода (так называемого «рейтингового диктата»). Так, на многочисленных российских и зарубежных подписных телеканалах, специализированных на кинопоказе, демонстрируются по преимуществу примитивные развлекательные фильмы и сериалы, значительные же произведения мирового кинематографа, по сути, игнорируются. В медиа, рассчитанных на массовую аудиторию, существует фактический запрет на репрезентацию произведений высокой культуры. В итоге, несмотря на сверхизобилие действующих медийных каналов, культурные запросы значительной части российской аудитории не принимаются во внимание. На ведущих российских телеканалах, за исключением канала «Культура», уже многие годы нет передач с демонстрацией значительных оперных и балетных постановок ведущих театров России и мира. Однако считающиеся низкорейтинговыми культурные манифестации в действительности способны привлечь в масштабах большой страны миллионные аудитории. Безусловно, восприятие передач такого рода требует от зрителя пристального внимания и определенной эстетико-культур-

ной подготовки. Но люди, на протяжении десятилетий воспитанные на потреблении поверхностного коммерческого масскульта, уже не склонны напрягать свой интеллект и чувства для вживания в «сложные» произведения.

Масскульт, созданный с прицелом на широкое транснациональное распространение, полностью вытеснил из медиа фольклор, формирующий базовые смысловые и культурные коды национальной идентичности. Уже выросли новые поколения россиян, не приобщенные к фольклору, если об этом не постарались их родители. На место народному творчеству пришли коммерчески раскрученные образы и сюжеты, исключающие формирование у молодежи культурной причастности к своему этносу, своей родине. И если же производители масскульта обращаются к использованию художественного строя фольклора, созданный ими продукт ничего общего не имеет с культурной первоосновой. Так, в созданной в России корпорацией «Дисней» кинотрилогии «Последний богатырь» персонажи не имеют, за исключением имен, никакой связи со своими фольклорными прототипами. Как, впрочем, и действующие лица российского мультсериала о русских богатырях весьма далеки от героев богатырских былин.

Безусловно, учитывая неудовлетворенные в наши дни культурные потребности значительной части аудитории, существует возможность создания в компьютерно-сетевых вариантах специализированных на культуре каналов, способных зарабатывать деньги на обслуживании публики с другими эстетическими запросами. Но не следует забывать и о массовой аудитории, обделенной по части доступа к действительным сокровищам мировой культуры. На телевизионных и радийных каналах должны транслироваться (и появляются) передачи, нацеленные на культурно-эстетическое развитие «обычных» представителей медиатизированного социума. Одновременно существует и явная оппозиция деятельности такого рода, ссылающаяся на неуспех эстетического воспитания людей в советскую эпоху [2].

Культурная политика государства подчинена сегодня более престижно-имиджевым задачам и не отличается четким концептуальным оформлением и последовательностью. В условиях отсутствия прямых и открытых форм цензурирования наблюдение над функци-

онированием медиа в сфере культуры и её оценивание может происходить через массмедиа, специализирующиеся на выполнении роли медийных культурных институций (к их числу относится как российский государственный телевизионный канал «Культура», так и белорусский радиоканал «Культура»).

Перспективной формой реализации этой задачи в наши дни становится сравнительно новая область журналистики – медиакритика, предметом которой является социальное функционирование массмедиа. Ее не следует отождествлять только с критикой журналистских аспектов деятельности медийного комплекса. В медийном содержании нередко превалируют нежурналистские компоненты: художественный, документальный, рекламно-справочный, иллюстративный. Поэтому медиакритика не может ограничиваться – и не ограничивается на практике – одной лишь журналистской сферой, несмотря на чрезвычайную важность последней. Современная медиакритика охватывает не только аспекты функционирования СМИ, связанные с журналистикой, с деятельностью журналистских коллективов и редакционной политикой, но вторгается в широкий круг проблем, постановка которых предполагает изучение и оценку медийного контента, интеракции средств массовой информации с их аудиторией и обществом в целом. Критическое познание системного социального института, каковым являются массмедиа в современном обществе, призвано охватывать все элементы этой системы, что обеспечивает комплексный характер, целостность знаний о его функционировании. Это познание осуществляется в единстве таких когнитивных операций, как мониторинг массмедиа, анализ и интерпретация значимых аспектов информационного производства, влияющих на характеристики создаваемого контента; анализ, интерпретация и оценка медийного содержания и его репрезентации, а также оценивание функционирования медиа с позиций адекватности воздействия на общество. Касается это и произведений культуры, транслируемых через массмедиа.

В современных условиях, когда интеракции людей, их взаимодействие с общественными институтами во всё большей степени опосредованы техническими средствами коммуникации, насущной проблемой становится целенаправленная подготовка граждан к умелому и сознательному взаимодействию с массмедиа. Поскольку

рыночно ориентированные медиа обычно избегают участия в такого рода медиапросветительской деятельности, ее могут взять на себя медийные организации, специализированные на освещении культуры. Их государственный статус обеспечивает им определенную степень независимости от рыночных императивов, влияющих на деятельность коммерческих массмедиа. Медиакритика обладает просветительской функцией, позволяющей наращивать как медиакомпетентность аудитории, так и ее способность к самостоятельной оценке медийного содержания, включая его культурные компоненты. Эта область журналистского творчества обеспечивает широкую трансляцию исторического и современного социально-культурного опыта общения с медиа. Подобно литературно-художественной критике медиакритика участвует в формировании эстетического опыта массовой аудитории, ее способности оценивать содержание и форму медийных произведений через призму требований эстетики. Поэтому медиакритика является видом деятельности, вполне соответствующим статусу медийных организаций, специализированных на освещении культуры.

Особой функцией медиакритики является коррекционная функция. Критическое познание средств массовой информации и формируемой ими в сознании аудитории ментальной картины реальности, соотнесение этой картины с действительностью с целью выявления адекватности сообщаемых прессой сведений и социального реализма создаваемых ими образов предоставляют медиакритике возможности для оказания коррекционного влияния на рецепцию медийного содержания массовой аудиторией. Эти возможности базируются на способности медиакритики дополнять анализируемую ею информационную картину недостающей информацией или предлагать аудитории альтернативные сведения, «выправляющие» эту картину. Коррекция в медиакритике может осуществляться также через снятие информационной энтропии, которая порождается переизбытком фрагментированной медийной информации – феноменом «информационного шума». Медиакритике принадлежит исключительная роль в выявлении и коррекции смыслового восприятия манипулятивных элементов медийного содержания, в коррекционном изменении рецепции аудитории в тех случаях, когда она становится жертвой манипулирования в политических и коммерческих целях

либо вследствие медийной репрезентации социально ущербных произведений культуры.

Развитая медиакритика способна также выполнять регулятивную роль. Она опосредованно, через общественное мнение, влияет на внутренние отношения и настроения в профессиональных корпорациях журналистов и других создателей медиаконтента, формируя у них определенные представления о нормативности деятельности, побуждая профессионалов к общественно необходимым переменам в своей среде, к внутрикорпоративной консолидации на почве приятия новых профессиональных норм и правил. При этом научно-экспертная (академическая) и массовая медиакритика выступают в качестве важного внешнего дополнительного фактора развития внутрикорпоративной ценностно-нормативной основы медийного производства. Они же косвенно воздействуют на развитие внутрикорпоративной профессионально-творческой регламентации, осуществляемой в рамках сообществ журналистов и других работников СМИ – включая создателей художественного контента и медиатекстов о культурной жизни.

Чтобы обеспечить права и запросы аудитории, редакции обязаны развивать социологические исследования, выявляющие действительные интересы, потребности и реакции аудитории. В настоящее время такие исследования проводятся, хотя не часто и далеко не всеми медийными организациями. Однако, учитывая прагматическую «зауженность» целей и диапазона таких исследований, а также тот факт, что медийные организации обладают монополией на трактовку их результатов и свободой принятия решений относительно того, как реагировать на выявленные запросы и претензии потребителей информации, необходимо признать, что изучение интересов потребителей информации (как и обратная связь между аудиторией и СМИ) само по себе не обеспечивает ни реализацию информационных прав граждан, ни общественное наблюдение и контроль за деятельностью медийных организаций.

Последние имеют возможность игнорировать мнение граждан и их потребности (включая культурные) до тех пор, пока граждане не организованы, не сплочены в рамках тех или иных влиятельных общественных структур, создаваемых ими для отстаивания своих информационных прав и интересов.

Развитая медиакритика, поддерживающая стабильную обратную связь с аудиторией, способна выражать назревшие общественные потребности в культурной сфере, включая репрезентацию культуры в массмедиа. Однако массовая медиакритика, осуществляемая силами профессиональных журналистов из рыночно ориентированных массмедиа, не всегда справляется с этими задачами. Российский исследователь Р. П. Баканов отмечает зависимость медиакритиков, работающих в составе медийных организаций, от редакционной политики, подчиненной рыночным императивам [1]. В связи с этим повышается роль научно-экспертной медиакритики, реализуемой представителями научного сообщества. Весьма перспективным представляется также участие в обсуждении и оценке медийной репрезентации культуры со стороны граждан и общественных объединений, озабоченных нынешним состоянием данной деятельности. Необходима мобилизация общественности для обоснования и отстаивания полноценной миссии журналистики как института культуры. Зарубежный опыт деятельности гражданских медиакритических объединений свидетельствует о том, что такие проекты могут быть поддержаны средствами, поступающими от заинтересованных граждан.

**Библиографические ссылки**

1. Баканов, Р. П. Медийная критика в российской прессе: проблемы становления / Р. П. Баканов // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2010. – № 18 (89). – Вып. 7. – С. 183–197.
2. Разлогов, К. Э. Что же такое медиаобразование? / К. Э. Разлогов // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 68–75.

## ОСНОВНЫЕ ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ СОВРЕМЕННОЙ РАДИОСТАНЦИИ

**А. Л. Лебедева**
*Белорусский государственный университет*

Вне зависимости от того, посредством какой платформы в конечном итоге радиопродукт будет доставлен потребителю, изначально

как часть общего эфирного потока, он обусловлен *типологическими признаками* радиостанции. Речь идет о так называемых первичных типологических признаках – типоформирующих (типообразующих), которые, по мнению А. И. Акопова, представляют собой «основной вид типологических признаков, непосредственно влияющих на возникновение, развитие и трансформацию типа издания» [1, с. 108].

В процессе формирования ряда классифицирующих признаков исследователи используют различные подходы. Одна из наиболее распространенных классификаций предполагает деление современных радиостанций на три основные группы: *по форме собственности, по типу вещания (в основе – процентное соотношение информации и музыки), по формату* [3, с. 13–21]. Д. А. Подобед, предлагая деление радиостанций, в качестве первичных типологических признаков выделяет *форму собственности, цель, аудиторию* [6, с. 53–57]. Е. Р. Раскатова, изучая современное радиовещание, берет за основу деление типологических признаков на типоформирующие, вторичные и формальные, предложенное А. И. Акоповым для периодических изданий [1, с. 311–317]. В результате исследователь к типоформирующим (первичным) признакам относит *владельца радиостанции, цель вещания и аудиторию* [7]. По ее мнению, именно аудитория сегодня является определяющим фактором, способствующим возникновению типологического разнообразия радиостанций. Причина – в переходе вещания из так называемых универсальных (массовых) категорий в сегментированные, которые подразумевают специализацию на определенной аудиторной нише. Представитель классической московской исследовательской школы Л. Д. Болотова классифицирует радиостанции *по принадлежности тому или иному собственнику, по охвату аудитории, по содержательно-тематической направленности* [2, с. 147–161]. Ю. В. Клюев в качестве основных признаков и характеристик типологии радиостанций называет: *по административно-территориальному признаку / масштабу вещания*, *по форме собственности*, *по технологии вещания*, *по контенту вещания/содержанию передач* [4, с. 91–94]. Классификация радиостанций по первичным типологическим признакам, предложенная В. А. Колодкиным, который проводит анализ принципов функционирования радиовещания в интернете, включает *тип собственности, формат (тип программирования), характер*

*частоты вещания, аудиторную направленность* [5, с. 54–61]. Внимания заслуживает классификация, предложенная В. А. Сухаревой, где исследователь делит радиостанции по таким признакам, как: *формат, аудитория, принцип формирования сетки вещательного дня и манера ведения эфира, принципы отбора и построения новостей* [8, с. 8–45].

Таким образом, типологические признаки «являются характерными чертами, свойствами типа как модели» [7] и оказывают существенное влияние на процесс классификации радиостанций. «Ведь если типологический признак – существенная характеристика издания, то и классификация по нему отразит сущностную классификацию» [7]. Вместе с тем следует понимать, что представленные исследователями типологические признаки радиостанций, в той или иной степени состоятельны применительно лишь к определенному объекту исследования в конкретных рамках временного либо географического характера. В связи с этим, исходя из предложенных вариантов классификации, предлагаем собственный подход к градации радиостанций (в частности белорусских) по типологическому первичному признаку с учетом особенностей их развития, условий сложившегося рынка, сформировавшихся традиций, а также трендовых направлений в контексте общей цифровизации:

- *по форме собственности* (государственные – «Першы нацыянальны канал Беларускага радыё», «Радиус FM», «Минская волна», «Культура», «Беларусь», «Сталіца», «Альфа радио», «Радио-Минск»), смешанной формы собственности («Радио “Юнистар”», «Пилот-FM», «Новое радио», «Радио Би-Эй»), частные (коммерческие – «Радио «Рокс», «Русское радио», «Юмор FM», «Авторадио», «Легенды FM»и др.);
- *по формату* (определяющей является музыкальная концепция);
- *по типу программирования* (содержательно-тематической направленности): широковещательные (включают широкий программный спектр – «Першы нацыянальны канал Беларускага радыё», «Минская волна», «Беларусь», «Сталіца», «Альфа радио») и узкоформатные (большинство радиостанций);
- *по типу вещания* (информационные – главный компонент – информационные и информационно-аналитические программы

(«Першы нацыянальны канал Беларускага радыё»), информационно-музыкальные («Минская волна», «Сталіца», «Радио-Минск»), музыкально-информационные («Радиус-FM», «Радио Рокс», «Юнистар», «Радио Би-Эй»), музыкальные («Мелодии века», «Хит-FM», «Легенды FM»);

- *по территориальному охвату,* несмотря на трансграничность: республиканские (общенациональные – «Першы нацыянальны канал Беларускага радыё», «Радиус FM»), региональные (областного значения – «Минская волна»), локальные (районного и городского значения), корпоративные («Радио МТЗ», «Радио “Интеграл-FM”»).
- *по степени и уровню дигитализации эфирного контента* (сайт, социальные сети, мессенджеры, интернет-каналы).

Как уже было упомянуто выше, Е. Р. Раскатова в качестве одного из основных типологических признаков современной радиостанции называет цель вещания. По мнению ученого, «цель радиостанции – это определяющий, коренной признак, с которого выстраивается вся концепция ее вещания, формируется ее структура, определяются внутренние и внешние взаимосвязи» [7]. Несмотря на то, что, по утверждению исследователя, «на практике четкого, однозначного деления по цели не встречается, поэтому речь идет именно о преобладающей в содержании и объеме вещания целевой установке» [7], деление радиостанций по данному признаку, по версии Е. Р. Раскатовой, выглядит следующим образом:

- радиостанции, ставящие перед собой преимущественно общественно-политические цели;
- радиостанции, ставящие перед собой преимущественно коммерческие цели;
- радиостанции, ставящие перед собой преимущественно просветительские цели;
- радиостанции, ставящие перед собой преимущественно информационные цели;
- радиостанции, реализующие преимущественно развлекательные цели [7].

Применительно к представленной выше классификации отметим, что, во-первых, для большинства современных радиостанций, в том числе белорусских, развлекательные и информационные цели

являются средством для достижения другой цели – привлечения рекламодателей и получения прибыли. Во-вторых, информационные цели как содержательная составляющая эфира в той или иной степени в обязательном порядке присутствуют у каждой радиостанции. По этой причине, на наш взгляд, размещение их в отдельной категории теряет всякую смысловую нагрузку. Вопрос лишь в том, насколько определяющими они являются на этапе формирования общей вещательной концепции радиостанции и какова степень их влияния на данный процесс в дальнейшем. От этого, как и в целом от ряда типологических признаков, по нашему мнению, зависит не только структурный, но и тематический профиль радиостанции.

**Библиографические ссылки**


1. Акопов, А. И. Типологические признаки сетевых изданий / А. И. Акопов // Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет). Ростов-на-Дону: ООО «Терра», НПК «Гефест», 2005. – 342 с.
2. Болотова, Л. Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы/ Л. Д. Болотова // Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 237 с.
3. Бубукин, А. В. Эфирные тайны / А. В. Бабукин. – Новосибирск: издательство «FM-реклама», 2003. – 148 с.
4. Клюев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии: Учебное пособие / Ю. В. Клюев. – СПб.: Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. Коммуникаций», 2015. – 151 с.
5. Колодкин, В. А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов: дис. … канд. фил. наук. 10.01.10 / В. А. Колодкин; Воронеж. 2005. – 183 с.
6. Подобед, Д. А. Современное радиовещание Ростова-на-Дону: становление, развитие, особенности функционирования (1992–2009 гг.): дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Д. А. Подобед; Ростов-на-Дону, 2010. – 177 с.
7. Раскатова, Е. Р. Типологические подходы к исследованию радиовещания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.relga.ru/Environ/. – Дата доступа: 23.12.2021.

8. Сухарева, В. А. Отечественное радиовещание в условиях демонополизации эфира (1985 – 1997 гг.) / В. А. Сухарева // Отечественное радио в современных условиях. Сборник статей. Под ред. А. А. Шереля и В. В. Гаспаряна. – М., 1998. – С. 8–45.

## БЕЛОРУССКОЕ РАДИО И ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРОЦЕСС

**Л. И. Мельникова**
*Белорусский государственный университет*

Раскрывая феномен аудиокультуры XX века, А. Шерель подчеркивал особую роль литературного радиотеатра, акцентируя внимание на умение «в отборе, подготовке, а, если требуют условия программирования, то и в определенной трансформации литературного текста для передачи в эфир» [1, с. 276]. Исторический опыт белорусского художественного радиовещания свидетельствует о формировании национального литературного радиотеатра, в котором, наряду с традиционными литературными чтениями у микрофона, были широко представлены постановочно-драматические программы со сложной художественной структурой и оригинальными драматургическими решениями: литературные радиокомпозиции, радиопьесы, радиопостановки, радиоинсценировки, радиорассказы и пр. – «драматургические жанры» и формы радиоискусства [2, с. 101]. Для создания радиоспектаклей приглашались ведущие актеры белорусских драматических театров: М. Захаревич, Л. Рахленко, С. Станюта, В. Тарасов и др., заложившие основы актерской школы радиотеатра. О высоком художественном уровне национального радиотеатра свидетельствует, в частности, тот факт, что в 1980-х гг. не менее двух-трех белорусских радиоспектаклей ежегодно звучали в эфире Всесоюзного радио.

В 1980-х – начале 1990-х гг. в эфире Белорусского радио состоялись порядка 140 премьер радиоспектаклей по произведениям белорусских писателей, при этом радиоэфир для некоторых из них стал первой «сценой» [3, с. 10]. Национальный литературный радиотеатр характеризовался не только формированием собственной актерской школы, но и созданием оригинальных музыкальных произведений,

предназначенных для радиопостановок. В разные годы для литературных спектаклей Белорусского радио писали музыку композиторы Г. Вагнер, С. Кортес, И. Лученок, Ю. Семеняко, Л. Захлевный и др.

«…Не пора ли нам взяться за Вильяма нашего Шекспира?», – о популярности любительских драмкружков и народных театров как формы организации досуга советских людей, приобщения к литературе свидетельствует не только культовая кинокомедия «Берегись автомобиля» режиссера Э. Рязанова (1966 г.), но и пристальное внимание, которое Белорусское радио уделяло самодеятельным театральным коллективам. В передачах цикла «В эфире – народный театр», используя драматургические приемы радиокомпозиции, аудиальные портреты участников народного тетра, их мысли и чувства органично сочетались с отрывками из любительских спектаклей. В 1980 – начале 1990-х гг. Белорусское радио познакомило слушателей с народными театрами Слонима, Мозыря, Гомеля, Рогачева, Молодечно, Слуцка, Пинска, Барановичей, Столбцов, Ивенца, которые поставили спектакли по произведениям Я. Купалы, Я. Колоса, К. Крапивы, В. Дунина-Марцинкевича, В. Короткевича, А. Макаенка, И. Шамякина, М. Чарота, В. Быкова, А. Дударева.

Радиостудия литературно-драматических программ (в 1980-х гг. – Главная редакция литературно-драматического вещания, позднее – редакция литературно-драматических программ) Белорусского радио уделяла также внимание любительским театральным коллективам, которые вводили в репертуар спектакли по произведениям молодых белорусских литераторов. Благодаря этому слушатели узнали, в частности, что Рогачевский районный Дом культуры работает над пьесой «Тишина» молодого драматурга В. Ткачева, а народный театр Дворца культуры Минского тракторного завода поставил спектакль по пьесе А. Асташонка «Комедианты», посвященной жизни и творчеству В. Дунина-Марцинкевича. Постановке на подмостках Молодечненского городского Дома культуры драматической поэмы «Суд Алаізы» В. Ковтун, посвященной белорусской поэтессе Алоизе Пашкевич (Тетке), радиостудия литературно-драматическая программ Белорусского радио посвятила две передачи [3, с. 11–12].

В первой половине 1990-х гг. «золотой фонд» Белорусского радио пополнили инсценировки произведений В. Быкова, В. Гигеви-

ча, Л. Дайнеки, Г. Далидовича, А. Жука, В. Казько, В. Полторан, А. Рыбака, И. Чигринова. В радиоэфире прозвучали почти все оригинальные пьесы Н. Гилевича, для радиотеатра были существенно переработаны пьесы А. Петрашкевича, Н. Ореховского, драматические поэмы Н. Арочки, В. Дзюбы, аналитическо-драматические эссе В. Орлова, а также радиокомпозиции ранее записанных спектаклей по пьесам Е. Поповой, А. Дударева, Н. Матуковского, А. Макаенка, К. Крапивы [3, с. 20].

Широкое распространение радиопрограмм сложной драматургической конструкции, в том числе постановочных, использовавших широкие возможности и выразительные средства радио как аудиального искусства, не вытеснило из белорусского радиоэфира 1980–1990-х гг. традиционные «Литературные чтения», в которых звучали произведения И. Шамякина, Я. Брыля, В. Быкова, Н. Гроднева, П. Прудникова, С. Кухарева, В. Дайлиды, А. Шлега и многих других белорусских писателей. Как справедливо отмечает А. Шерель, «Чтение и постановочные программы не противоборствуют в эфире, а дополняют друг друга, утверждая разнообразие художественной палитры радиоискусства, его неисчерпаемые возможности в просвещении и эстетическом воспитании» [1, с. 283].

Таким образом, традиции национального литературного радиотеатра, сформированные благодаря функционированию редакции литературно-драматических программ Белорусского радио, являются фундаментом для дальнейшего эффективного продвижения самобытной духовной культуры страны, приобщения аудитории к белорусской и мировой литературной классике, вовлечения радиослушателей в современный литературный процесс.

**Библиографические ссылки**

1. Шерель, А. А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию / А. А. Шерель. – М.: Прогресс-Традиция. 2004. – 576 с., илл.

2. Яканюк, Д. Л. Радиовещание и художественная радиожурналистика / Д. Л. Яканюк. – Минск: Энциклопедис, 2015. – 276 с.

3. Пацёмкін, М. Беларуская літаратура на радыё / М. Пацёмкін // Эфір і час: чэрвень–жнівень 1994. – Мінск, 1994. – С. 9–21.

# РАДИОГАЗЕТА 1970-90-ЫХ ГГ. КАК СУБКУЛЬТУРНОЕ СООБЩЕСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ РИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ

**Е. И. Морозова**
*Белорусский государственный университет*

В условия развивающегося медиарынка, чтобы выдерживать конкуренцию с подкастами, крупные радиостанции вынуждены искать новые специфические риторические стратегии для коммуникации со своей аудиторией. Однако пока авторы преимущественно копируют формальные средства у зарубежных коллег, недооцененным остается собственный исторический опыт.

На рынке, как следует из работ, например, Дж. Суэлза, показывают наибольшую конкурентоспособность и устойчиво развиваются те медиа, которые формируют со своей аудиторией дискурс-комьюнити, то есть сообщество с единой субкультурой, где адресаты и адресанты информации объединены общими целями и темами, используют общие средства коммуникации и механизмы привлечения новых участников [1]. Здесь стоит вспомнить, что во второй половине XX века кроме национального белорусского радио, которое стремилось быть понятным и интересным миллионам людей, существовали относительно небольшие радиогазеты, где авторами и слушателями являлись люди, работающие на одном заводе. Важно подчернуть, что их аудитория этих медиа по объему была примерно такой же, как сейчас у среднего подкаста. Например, на заводе Оржоникидзе – предприятии в сфере компьютерной электроники и оборонной промышленности – трудилось примерно 23 тысячи человек, потенциальных слушателей и авторов радиогазеты «Импульс», выпуски которой стали материалом для этого исследования.

Простым и эффективным, на наш взгляд, был способ привлечения в радиогазету новых авторов: на одном из этажей завода установили почтовый ящик, где все желающие могли оставлять свои литературные работы: в выпусках радиогазеты нередко зачитывали рассказы и стихи, причем с конца 1980-ых гг. это была преимущественно гражданская лирика, где авторы осмысливали актуальные социальные преобразования. Как вспоминают те, кто писал для ра-

диогазеты, например, инженер-конструктор Н. Стародынов, редколлегия стремилась как можно меньше править тексты, очевидно, понимания, что главными стимулом для гражданского корреспондента писать в газету является стремление высказать том, о чем он думает, чем интересуется, выразить свою индивидуальность. Чтобы повысить квалификацию самодеятельных авторов, при заводских медиа создавали школы, где студенты и аспиранты Белгосуниверситета рассказывали о правилах написания сценариев в разных жанрах.

Важно понимать, журналисты и слушатели радио «Импульс», работая в одном коллективе, находились в непосредственном контакте, могли встретить друг друга, например, на лестничной клетке во время обеденного перерыва. Авторы имели возможность услышать искреннее и не всегда лестное мнение о своем материале в частной беседе, из первых уст. Поиск взаимопонимания генераторов контента и его адресантов был вопросом даже не столько высокого заработка и престижа, сколько комфортного сосуществования людей в обыденной жизни. О стремлении авторов создавать материалы в первую очередь для простых слушателей, рядовых работников завода, свидетельствует тот факт, что в выпусках было много статей, которые можно отнести к жанру информации для потребителя (consumer information) [2, с.40]. Так, уже во второй половине 1970-ых гг. в радиогазетах, например, врачи-диетологи озвучивали свои рекомендации по питанию, а главный художественный руководитель Рижского дома моделей Эрика Паузере рассказывала о тенденциях женской моды.

Радиогазета издавалась параллельно с печатным органом завода, многотиражкой (5 тыс. экз.) «Электрон», которая выходила с 1978 года, и, как вспоминает главный редактор А. Сарапкин, зачастую включала те же материалы, только адаптированные для восприятия на слух. Стремясь, чтобы зритель отождествлял себя с героями журналистских материалов, авторы радиогазеты создавали образы не просто передовиков производства, а хороших семьянинов, творческих личностей. Так, например, рассказывали про заводчанина, который, хоть и не был художником, сам вызвался создать памятник И. Орджоникидзе во дворике завода или об инженере-конструкторе, который собирал все, что связано с личностью А. Пушкина. Характерно, что автор в этих материалах все чаще выступал не просто

репортером, который получает информацию, но и заинтересованным собеседником, высказывая личное мнение. При этом постепенно коммуникация авторов и аудитории радиогазеты становилась всё более специфичной: от обмена информацией, которая должна быть интересна для широкого круга обывателей, переходили к обсуждению правил поведения в обществе, нравственных ценностей. В рубрике «Прозвон», авторы на первый взгляд только высмеивали своих коллег, которые приходили на работу нетрезвыми. Однако при более внимательном рассмотрении становится понятно, что в материалах нередко звучала критика, например, бюрократии. Сатирический подтекст создавался при помощи лексического контраста, когда советские штампы, а также официально-деловую лексику, которая использовалась в делопроизводстве и на партийных собраниях, включали в чуждый для неё обыденно-бытовой контекст. Например, говорили, что инженер Аркадий Вайнер, который «имеет слабость к горячительным напиткам. Однажды, приняв шкалик-другой, напролом пошёл через проходную на завод, чтобы лично принять непосредственное участие в руководстве техническим прогрессом на производстве» (газета «Электрон», 1 января 1978 г.). Важно отметить также, что название рубрики «Прозвон» является примером использования в переносном значении профессиональной лексики, и это также придавало сообщению ироническую окраску и одновременно способствовало установлению доверительного контакта авторов и аудитории. На жаргоне наладчиков ЭВМ «прозванивать» означало подключать прибор в электрическую цепь для того, чтобы проверить его работоспособность. В цепи был динамик, который звонил, если прибор исправен. На наш взгляд, чётко представляя свою потенциальную аудиторию, авторы национального радио в XXI веке также могут использовать знакомую ей профессиональную и жаргонную (сленговую) лексику в том числе в ироническом контексте, что будет способствовать формированию ощущения непосредственности, спонтанности и правдивости сообщения.

В 1980-е гг. коммуникация авторов и аудитории радиогазеты уже была построена не только на обмене полезной информацией для организации быта и повседневности (то, что сегодня называют «лайфхак»), но и на интегрирующих представлениях о культуре в узком смысле, как об принятых нормах поведения, и в широком – как о

сохранении традиций. Невежество критиковали в радиофельетонах, создавая собирательные образы и типичные ситуации. Так, например, рассказывали об инженере Молчанове, который «недавно на чердаке своего дома нашёл скрипку старинной работы. Тщательно соскоблив неразборчивую надпись «Страдивариус» и освежив потемневший лак, он отнёс ее в комиссионный магазин» (газета «Электрон», 16 января 1978 г.). О растущей важности культурно-образовательной функции радиогазеты свидетельствует и тот факт, что в ее выпусках во второй половине 1980-ых гг. появились рубрики «компас в книжном мире», где рассказывали о новинках печати, а также «Кинотеатр Октябрь», где методист кинотеатра А. Свинкина регулярно рассказывала про фильмы, которые недавно вышли на экраны. Причём с течением времени в эти кинообозрения включали все больше критики, личного мнения автора относительно актуальности сюжета, точности игры актеров и т. д. Так, в одном из выпусков автор подчёркивала общественно-политический характер фильма «Забытая мелодия для флейты», утверждая, что «Поместив своих героев в Главное управление свободного времени, ввергнув их в пучины бездумно-бездарных заседаний, наградив тупой канцелярской лексикой, наделив единственным ведомым им страхом – страхом потери уютного кабинета и мягкого кресла, – создатели этой сатирической трагикомедии вынесли свой безжалостный приговор всему чиновничьему племени» (газета «Электрон», 8 января 1988 г.).

Работники завода по сути создавали внутри советского общества собственный социум активно формируя общее культурное поле: во второй половине 1980-ых годов начали выпускать материалы, посвящённые истории городов и населенных пунктов, как, например, Пятигорска, где некоторое время жил Лермонтов (газета «Электрон», 15 января 1989 г.). С конца 1980-ых годов такие радиопутешествия получали все больше общественно-политического звучания, так рассказывая про Вильнюс, авторы говорили, что реставрация архитектурных памятников города идёт быстро, но далеко не всегда качественно (газета «Электрон», 15 января 1989 г.). От осознания истории и художественной культуры как общей для них ценности авторы и аудитория радиогазеты постепенно приходили к формированию культуры социально-политической. Например, ког-

да в одном из выпусков 1990-ых гг. старший мастер В. Даниленко спрашивал, кто такой вице-президент США Дэн Куэйл, в ответ ему не ограничились биографическими сведениями об определённой персоне, а объясняли правила избрания и должностные обязанности вице-президента в США (газета «Электрон», 15 января 1989 г.)

Таким образом, актуальность опыта заводских радиогазет второй половины XX века обусловлена тем, что их создатели, четко представляя потенциальную аудиторию и ориентируясь в своей работе преимущественно на ее запросы, смогли сформировать со своими слушателями дискурсное сообщество, цели которого усложнялись с течением времени от обмена полезной в быту информацией до осознания и сохранения общих историко-культурных ценностей. Основные риторические стратегии, которые применяли в таком взаимодействии, в том числе, ирония с использованием лексических контраста и многозначности специальной лексики, персонифицированная подача информации, обращение автора к зрителю как к другу, использование героя-посредника между автором и слушателем, с которым слушатель может себя отождествлять, необходимо использовать в работе национального радио, что будет способствовать повышению конкурентоспособности передач.

**Библиографические ссылки**

1. Swales, J. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings / J. Swales. – United Kingdom: Cambridge University Press, 1990. – 260 с.

2. Damkojer, M. S. Armchair Tourism: The Travel Series as a Hybrid Genre / M. S. Damkojer, A. M. Waade // Travel Journalism. Exploring Production, Impact and Culture: сборник статей / Palgrave Macmillan; F. Hanusch, E. Fürsich. – New York, 2014. – P. 39–60.

# МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗМЕРЕНИЮ РЕЙТИНГОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАДИОВЕЩАНИЯ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

**А. В. Посталовский**
*Белорусский государственный университет*

В современных условиях развития общества измерение рейтинга средств массовой информации выступает объективным индикатором востребованности и популярности среди аудитории. Рейтинговый замер позволяет выявить степень информационного воздействия и сформировать прогнозную аналитику в отношении развития и дальнейшего функционирования различных сегментов национального информационного поля. В отличие от классического социологического замера востребованности практик медиапотребления измерение рейтинга предполагает непрерывность и постоянство исследовательских наблюдений за аудиторией. Разовый социологический опрос в указанных контекстах не может отражать рейтинговый потенциал того или иного источника воспроизводства информационного контента. В данном случае приобретает актуальность применение эффективных методик реализации рейтинговых замеров для получения валидных и репрезентативных данных, отражающих уровень влияния конкретного источника воспроизводства информационного контента.

Особенности и специфика проведения медиаизмерений радиовещания выступают, как правило, предметной сферой маркетинговых исследований. Вместе с тем, получение верифицированных результатов требует соблюдения методологических требований, предъявляемых к реализации измерения аудитории. Для содержательного понимания потенциала и методологических возможностей фиксации рейтинговых показателей радио необходимо рассмотрение актуальных подходов к медиаизмерению указанного сегмента национального информационного поля. Ниже представлен реферативный сравнительный анализ методик радиоизмерения, позволяющий оценить особенности и ограничения каждого из перечисленных ниже методов.

Day after recall (DAR) без образования панельной выборки (генеральная совокупность – городское население) – регулярные массо-

вые опросы городского населения в отношении радиопрослушивания. Структура инструментария (анкеты) массового опроса включает в себя четыре группировки вопросов. Первая группировка вопросов выступает условным скрининговым этапом, в рамках которого оператор должен понять, подходит ли случайным образом отобранный методом дозвона по случайным комбинациям цифр (Random Digit Dialing – RDD) респондент для участия в исследовании (город, возраст).

Вторая группировка вопросов ориентирована на получении информации о прослушивании радио в течение недельного периода (последних семи дней – «Какие радиостанции Вы слушали в течение недели?»).

Третий этап предполагает фиксацию воспоминаний о вчерашнем дне прослушивания с точным фиксированием 15-минутных интервалов (оператор уточняет у респондента время прослушивания названной радиостанции, например – станция «X», время прослушивания – 9.00–10.30 – 6 временных интервалов AQH – 9.00–9.15, 9.15–9.30, 9.30–9.45, 9.45–10.00, 10.00–10.15, 10.15–10.30) и условной разбивкой на 4 временных промежутка: 06:00–12:00 (утро) / 12:00–18:00 (день) /18:00–00:00 (вечер) / 00:00–06:00 (ночь) («Какие радиостанции Вы слушали вчера утром?», «Какие радиостанции Вы слушали вчера днем»? и т.д.).

Четвертый этап предполагает фиксацию таких показателей, как уровень образования, тип занятости, материальное положение и готовность участия в проекте радиоизмерений в дальнейшем (условный рекрут предполагаемой панели постоянных участников исследования радио).

Day after recall (DAR) без образования панельной выборки – наиболее простой в плане организации метод радиоизмерения, нет необходимости проводить установочное исследование, что снижает издержки на реализацию проекта, построение выборки осуществляется на основании данных о численности городов Беларуси, взвешивание данных производится на основании данных Национального статистического комитета (ГС – городское население). В качестве недостатков указанной методики выступает необходимость наличия значительных объемов выборки для получения содержательных эмпирических данных – 7500 за два месяца для ре-

спубликанского рейтинга, в идеале 22500 – для получения данных для малых радиостанций. При этом нужно учитывать, что общий процент респондентов реально слушавших радио вчера (основной вопрос методики) будет составлять 28–30 % от общего числа респондентов.

Отдельные итоговые медиапоказатели невозможно корректно рассчитать, в частности, Reach Weekly и Reach Mounth.

Day after recall (DAR) с образованием панели (генеральная совокупность – слушатели радио) – регулярные массовые опросы слушателей радио, объединенных в исследовательскую группу постоянных участников исследования (панель). Образование панельной выборки предполагает проведение установочного исследования (3500–5000 респондентов). Панельная выборка с сохранением методики (DAR) позволяет получить более точные данные, чем регулярные телефонные опросы значительного количества респондентов. Основная нагрузка на исследовательский Call-центр ложится во время проведения установочного исследования, непосредственно сама фиксация радиопрослушивания будет занимать значительно меньше времени (измерительную компанию интересует только вчерашний день прослушивания), чем классическое интервью (15–17 вопросов анкеты). Также в отличие от DAR без образования панели корректно будут рассчитываться медиапоказатели Reach Weekly и Reach Mounth. К недостаткам указанного метода необходимо отнести дополнительные затраты на установочное исследование (в том числе и сроки его поведения), а также затраты на мотивацию участия в панели. Кроме того, сам по себе принцип DAR предполагает ориентацию на память респондента о радиопрослушивании (субъективный фактор) в отличие от пассивных методов измерения аудитории.

«Метод общей оценки аудитории» и «Recency-Frequency». Методика соединяет в себе элементы количественного и качественного исследований, есть возможность адаптации под интересы конкретной радиостанции. Данная методика считается устаревшей, поскольку классический DAR более эффективный и точный в плане измерения. При использовании данной методики используется значительный объем вопросов анкеты, что затрудняет коммуникацию с респондентом, формируются неточные данные, получаемые на основании памяти респондента.

DIARY («Дневниковая панель») электронные дневники (приложения, бумажные дневники) – фиксация радиопрослушивания посредством отражения респондентом своих практик слушания в недельных дневниках с последующим предоставлением результатов в исследовательскую компанию. Для реализации указанной методики радиоизмерения необходимо установочное исследование (3500–5000 респондентов). К достоинствам дневниковой панели необходимо отнести возможность проведения качественного исследования аудитории (дополнительные вопросы о прослушивании радио), отсутствие необходимости иметь в наличии собственный call-центр, администрирование панели может осуществлять 2–3 панелиста, корректный расчет суточных и недельных охватов. К недостаткам данной методики относятся более высокие затраты на содержание панели, чем при панели DAR, поскольку респондент сам заполняет дневник. В «дневниковой панели» явно выражен субъективный фактор заполнения данных, при DAR измеритель сам контролирует ход сбора информации, в «дневниковой панели» измеритель находится в зависимости от дисциплинированности участников исследования. Кроме того, очень часто возникают ситуации, когда респондент заполняет дневник не каждый день, а за день–два до даты передачи данных дневника в измеритель, фактически «рисуя» показатели первых дней недельного прослушивания.

PPM (Portable People Meter) – фиксация измерения рейтинговых показателей радиовещания посредством портативных устройств – портативный переносной пиплметр (например, фитнес-браслет с программным обеспечением фиксации прослушивания посредством записи звуковых аудиосигнатур). Данный метод сбора эмпирической информации является пассивным методом радиоизмерения. Также как и дневниковая панель, указанная методика требует обязательного проведения установочного исследования. Пассивное измерение обеспечивает высокую точность замеров рейтинга, полностью исключен субъективный фактор, поскольку эмпирическая информация фиксируется на основе считывания сигнала сигнатуры. Память человека о вчерашнем дне не используется. Само по себе использование данного метода предполагает переход на более высокий уровень измерений, ранее PPM не использовался масштабно в Республике Беларусь. К недостаткам указанной мето-

дики необходимо отнести высокую стоимость приборов (500–1000 условных единиц) постоянную необходимость периодической починки приборов, высокие показатели утери либо выхода из строя. В ряде случаев могут происходить технические «баги» ввиду того, что пишется исключительно звук. Кроме того, возникает ситуация неосознанного выбора радиостанции – например, человек пришел в кафе, он не выбирал радиостанцию и фактически ее не слушает, но прибор фиксирует звуковой ряд, что может привести к пертурбации показателей.

Также в истории радиоизмерений использовался такой метод замера рейтинговых показателей радиостанций, как «метод синхронного телефонного исследования» Клода Хупера (проект Hooperatings). В рамках указанного исследовательского проекта телефонные звонки делались с 8:00 до 22:30 и респондентам задавались четыре вопроса:

– Вы слушали радио только что?

– Какую передачу Вы слушали?

– На какой станции выходила эта передача?

– Реклама каких товаров выходила в этой передаче?

Вместе с тем методика Day-After-Recall (DAR) позволяет проводить замеры рейтинговых показателей без обращения к панельной выборочной совокупности, формирование которой предполагает обязательное проведение установочного исследования (УИ) с целью выявления контрольных параметров, влияющих на радиослушание, что, в свою очередь, приводит к увеличению стоимости исследовательских работ. Кроме того, при использовании DAR исследовательская компания в период сбора эмпирической информации (телефонный опрос) находится во взаимодействии с респондентом посредством прямого контакта.

В свою очередь, при использовании дневникового метода радиоизмерения (DIARY) получение информации (заполненный недельный дневник прослушивания) не предполагает ежедневного взаимодействия измерителя с участником исследования, вследствие чего дневник, как правило, заполняется не каждый день семидневного периода, а в заключительный день, вспоминая при этом первые дни прослушивания. В данном случае степень воздействия субъективного фактора человеческой памяти повышается, поскольку участ-

ник исследования вспоминает не вчерашний день прослушивания, как в Day-After-Recall, а практически весь недельный период, что приводит к искажению эмпирических данных. Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить, что условного универсального и «идеального» способа измерения радиовещания не существует, поскольку каждая из описанных методик имеет свои достоинства и ограничения. В указанных контекстах на первый план выходят, прежде всего, материальные и организационные возможности исследовательской компании при осуществлении итогового выбора методики замера аудитории радиовещания.

## НОВЫЯ ФОРМЫ ВЯШЧАННЯ Ў СУЧАСНЫМ БЕЛАРУСКІМ РАДЫЁЭФІРЫ

**Д. А. Шэйка,**
навуковы кіраўнік – Г. Л. *Лебедзева*
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Тэхналагічны прагрэс прывёў да трансфармацыі спосабаў дастаўкі інфармацыі і доступу да яе, размывання граніц паміж медыя, збліжэння і узаемаўплыву розных відаў СМІ. Працэс змяшэння традыцыйных і новых медыя прывёў да ўдасканалення кантэнту і стварэння альтэрнатыўных медыяпляцовак. Такія сродкі масавай інфармацыі як тэлебачанне, друкаваныя выданні і радыё паступова перамяшчаюцца ў інтэрнэт-прастору. Спачатку сеціва ўспрымалася прафесіяналамі радыё толькі як дадатковы сродак для распаўсюджання даведачнай інфармацыі пра радыстанцыю. З часам інтэрнэт стаў успрымацца як новы перспектыўны канал распаўсюджання інфармацыі.

Структура медыяспажывання кардынальна змянілася за апошнія два дзесяцігоддзі. Прычын таму шмат. Сярод іх вылучаюць агульную лічбавізацыю медыя, з’яўленне персанальных сродкаў і асяроддзяў спажывання, укараненне новых камунікацыйных стратэгій, змены ў эканоміцы медыя, карэнны зрух у тэматычнай і фарматнай структуры запыту грамадства на інфармацыю, змяненні ў распарадку дня спажыўцоў, зрух пакаленняў.

Звычкі карыстальнікаў змяняюцца разам з распарадкам дня, укараняюцца новыя інструменты спажывання. Раней спажыванне праходзіла праз настольныя камп'ютары, на графіках наведвання былі бачныя два ўсплёскі – ранішні пасля прыходу на працу і падключэнні да сеціва і вячэрні, характэрны для ўладальнікаў дамашніх персанальных камп'ютараў. Пазней графік наведвання згладзіўся. Медыяспажыванне з мабільных прылад заняло такія слоты часу, як паездка на працу і з працы, абедзенны перапынак. З'явілася дамашняе ранішняе спажыванне з мабільных прылад адразу пасля сну і падчас сняданку. Можна канстатаваць своеасаблівы рэнесанс аўдыякультуры, якая да гэтага, пражыўшы росквіт у эпоху распаўсюджання радыё, сышла ў цень праз дамінаванне культуры экраннай. Пры гэтым цікавасць да відэа- і тэкставага кантэнту не знік, і аўдыякантэнт, набыўшы разнастайнасць фарматаў, стаў каціравацца не менш за іншыя віды кантэнту.

У працэсе актыўнага выкарыстання сучасных тэхналогій з'яўляюцца новыя формы вяшчання. На думку М.М. Лукіной, да такіх можна аднесці наступныя чатыры формы [1, с. 199]. Першая – трансляцыя эфіру аналагавых радыёстанцый у інтэрнэце. Гэта азначае толькі перанос традыцыйнага радыёвяшчанне на новае тэхналагічнае поле. Другая форма – вяшчанне радыёстанцый толькі ў сеціве і толькі для інтэрнэт-аўдыторыі. Падобны тып вяшчання можна назваць анлайн-радыёвяшчаннем. Да трэцяй формы адносяць інтэрнэт-сэрвісы, якія выкарыстоўваюць тэхналогію аўдыяскроблінгу. Прыкладам служыць партал Last.fm, здольны аналізаваць музычныя густы карыстальніка і на іх аснове прапаноўваць кліенту яго асабісты паток аўдытрэкаў. Чым больш наведвальнік сайта слухае музыку, тым больш сістэматызаванай становіцца інфармацыя аб яго перавагах і тым больш дакладныя рэкамендацыі новай музыкі ён атрымлівае. Чацвёртая форма трансляцыі аўдыяфайлаў у інтэрнэце – падкастынг. Ён спалучае ў сабе ўсе пазітыўныя бакі радыёвяшчання, узмацніўшы іх перавагамі новага канала распаўсюджання інфармацыі – інтэрнэта. Сярод станоўчых момантаў вылучаюцца гібкасць і лёгкасць распаўсюджання інфармацыі, неабмежаванасць ахопу аўдыторыі. Да найбольш значных пераваг адносіцца магчымасць самастойнага выбару праграм, навін і музычных трэкаў, якая

з’яўляецца ў слухача, які выкарыстоўвае дадзеную тэхналогію прыёму сігналу.

Беларускае радыёвяшчанне ў інтэрнэце прадстаўлена ў асноўным аналагавымі радыёстанцыямі, якія маюць уласны сайт, дзе размешчана асноўная інфармацыя аб радыёстанцыі, яе вядучых, праектах і г. д. Асаблівасцю аналагавага вяшчання ў інтэрнэце з’яўляецца спосаб трансляцыі кантэнту. Першапачаткова існавала пэўная станцыя ў FM-дыяпазоне, а затым, са з’яўленнем інтэрнэта, яна пачала рэтрансляваць сваё вяшчанне ў сетку. Па такім шляху пайшлі многія буйныя сродкі масавай інфармацыі – Першы Нацыянальны канал Беларускага радыё, канал «Культура» Беларускага радыё, станцыі «Радиус FM», «Unistar», «Новое радио» і іншыя.

Менш распаўсюджаная форма ў сучаснай беларускай медыяпрасторы – вяшчанне радыёстанцый толькі ў сеціве і толькі для інтэрнэт-аўдыторыі. Прыкладам такога варыянту вяшчання з’яўляецца Wargaming.FM. Гэта інтэрнэт-радыё для аматараў відэагульняў World of Tanks, World of Warships і World of Warplanes. Сетку вяшчання складаюць музычныя блокі і інфармацыйна-забаўляльныя праграмы для прыхільнікаў відэагульняў. Існуе нават спецыяльная мадыфікацыя, якая дазваляе слухаць Wargaming.FM непасрэдна ў кліенце камп’ютарнай гульні. Адной з візітовак станцыі з’яўляецца перадача «Кадровый резерв 2.0». Яна выходзіць у інтэрнэт-эфір ад панядзелка да чацвярга. Асноўныя рубрыкі – «Турнир 1x1», «Даёшь реплей» (агляд найбольш значных дасягненняў карыстальнікаў у гульнях), «Музыкальный барабан» (музычная віктарына), «Звуковая разведка», «Ты кто такой?» (танкавая віктарына), «По КД», «Самый лучший день» (розыгрыш падарункаў за выкананне творчых заданняў). Таксама ў анлайн-эфіры гучаць праграма прывітанняў і віншаванняў «Полевая почта», агляд музычных навінак тыдня «Курс музыкального бойца» і іншыя праекты. Яшчэ адным прыкладам анлайн-радыё ў нашай краіне служыць інтэрнэт-радыё Radio Plato. На дадзены момант радыё працуе ў рэжыме кругласутачнага джукбокса, але з часам плануецца ўвядзенне жанравых праектаў, аўтарскіх перадач і прамых трансляцый з пазаэфірных вечарын.

Актыўна беларускія станцыі выкарыстоўваюць такую новую форму вяшчання як падкастынг. Варта звярнуць увагу на досвед айчыннай радыёстанцыі Unistar. Яна выпускае падкаст «Англий-

ский по песням», які дапамагае слухачам засвойваць англійскую мову па кампазіцыях, якія гучаць у эфіры радыёстанцыі. Аўдыторыі прапануюць разабрацца, пра што спяваюць у хітовых кампазіцыях. Падкаст даступны для праслухоўвання на афіцыйным сайце радыёстанцыі, на Apple Podcasts, Spotify, «Яндекс. Музыка» і іншых падкаст-пляцоўках. Праект ствараецца адмыслова для інтэрнэт-аўдыторыі. Іншыя беларускія станцыі ў форме падкастаў прапануюць матэрыялы, якія ўжо гучалі ў радыёэфіры. Такім чынам, на афіцыйным сайце радыёстанцыі «Радиус FM» публікуюцца выпускі праграмы «В теме», фрагменты ранішняй перадачы «Утро в большом городе», рубрыкі «Кинолюкс», «Бренд-ВОХ». На сайце «Нового радио» у раздзеле падкастаў публікуюцца фрагменты ранішняй перадачы «Wake Up Show». Радыёстанцыя «Альфа Радио» прапануе на сваім сайце запісы перадач «Нужные книги», «Твой ЗОЖ», «Герои нашего времени», «Всё безупречно», «В интерьере политики».

Такім чынам, у сучасным беларускім радыёэфіры выкарыстоўваюцца новыя формы – вяшчанне аналагавай станцыі ў інтэрнэце, вяшчанне радыёстанцыі выключна ў сеціве і падкастынг. Большасць падкастаў уяўляюць сабой размешчаныя ў інтэрнэце перадачы, якія ўжо гучалі ў радыёэфіры. Па-ранейшаму ў аснове вяшчання ляжыць гукавы вобраз. Пытанне мэтазгоднасці выкарыстання таго ці іншага гукавога або тэкставага элемента залежыць ад журналісцкай задачы. Праца журналіста з разнастайнымі формамі патрабуе выканання зместава-стылістычных стратэгій падрыхтоўкі аўдыяльнага кантэнту.

**Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Интернет СМИ: Теория и практика / Под ред. М. М. Лукиной.– М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

2. Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций [Электронный ресурс] / М. Г. Шилина // Электронный журнал «Медиаскоп». – 2009. – Вып. 3. – Режим доступа: http://www. mediascope. ru. – Дата доступа: 10.11.2021.

# КУЛЬТУРА КАК ИМИДЖ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ В КИТАЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ

**Цзя Фань,**
научный руководитель – Е. И. Кононова
*Белорусский государственный университет*

Провинция Хэнань является одной из центральных по географическому положению, важнейшей по экономическому потенциалу и логистическим возможностям административной частью Китая. Согласно переписи населения, проводившейся в 2020 г., в провинции проживает 99 365 000 человек [1]. В столице провинции городе Чженчжоу находится головной офис и студия регионального Радио и телевидения провинции Хэнань, в городах и административных центрах провинции расположены многочисленные студии радиовещания, в которых работают преданные своему призванию специалисты.

На протяжении многих десятилетий радио- и телевизионные журналисты Хэнаньского радио и телевидения осуществляли непростой в творческом отношении путь, стремились создавать популярную аудиовизуальную продукцию, которая отличалась актуальностью, качеством производства и была признана как местными потребителями, так и на общенациональном уровне. Однако не всегда качественное и количественное производство радиопрограмм демонстрировало соответствие. В разное время и по различным причинам на региональных студиях возникали кризисные явления, что отражалось на снижении популярности местных вещательных каналов, наблюдался отток творческих кадров, работников медиаиндустрии не удовлетворяли места второго десятка в рейтинге среди провинциальных студий.

Для выхода из застоя и стагнации руководители регионального радио и телевидения обратились к научному обоснованию стратегии своей деятельности. В работе «Позиционирование и размышления об имидже бренда Хэнаньского радио и телевидения с «традиционной культурой» исследователь Сюй Цзяньфэн проанализировал и выявил три основных преимущества в позиционировании и развитии СМИ провинции, которые объединяли следующие факторы:

1) Регион культурно богат и населен талантливыми людьми; 2) Относительно слабая конкуренция со стороны соседних телеканалов; 3) Хэнаньское радио и телевидение создало эксклюзивные программы («Всемирная Лига Борьбы», «Лиюаньчунь»), которые позволяют установить лидерство в культурной направленности и идентичности производимой продукции. Таким образом был сформулирован имидж аудиовизуального вещания, а стратегия Хэнаньского радио и телевидения была призвана отображать симбиоз традиционной и современной инновационной культуры [2, с. 36]. Ученый предложил позиционирование бренда как анализ характеристики культуры: расширение коннотации, соответствие времени, социальная ответственность, непрерывность программ, масштабность состава аудитории. Теоретически и с практической проекцией обосновывалась целесообразность представления радио и телевидения Хэнань как канала культуры, которую следует рассматривать как источник или направленность для разработки и позиционирования культурного бренда аудиовизуального вещания провинции Хэнань.

Начиная с 2012 г. работа сотрудников радио провинции Хэнань подверглась серьезной перестройке и корректировке в целях укрепления культурного позиционирования, новый бренд был четко зафиксирован и адресован аудитории, что выразилось в переменах стиля вещания, подготовке новых программ и изменениях их акустического оформления. В 2013 г. радио провинции Хэнань продолжило новый творческий кейс, связанный с культурной направленностью и привлечением внимания всех слоев населения оригинальными программами, многофункциональными связями и моделями сотрудничества. Иллюстрацией этого может служить запущенная в 2013 г. программа «Герой китайского иероглифа», когда знаменитые деятели культуры были приглашены на запись программы в студию в качестве судей, и с ними были записаны интервью. Эти интервью транслировались по радио, что рекламировало программу и придало ей большой авторитет. Отбор участников проводился по всей стране, внедрялись новые технологические элементы производства радиопрограммы, которые сочетались с традиционной культурой, а компания Akiyip сотрудничала с интернет-вещанием с целью привлечения внимания СМИ к феномену китайского иероглифа. Государство нацелило всю систему вещания извлечь уроки из этой идеи

и активно создавать оригинальные культурные программы, которые продвигают и передают богатство традиционной культуры и наследия Китая. Этот факт свидетельствует об интеграции аудиовизуальных программ региональных станций в общенациональном масштабе. Радио промотировало тематику программы, давало анонсы, выполняло роль «круглого стола» с обсуждением экспертами главной темы. Программа «Герой китайского иероглифа» действительно выполнила свою миссию, достигнув третьего места в стране по рейтингу программ и вызвав огромный интерес к этой теме среди зрителей [3].

Произошли организационные изменения в структуре радиовещания. В 2017 г. «Народное радио Хэнани» и «Телевидение Хэнани» объединились и образовали «Радио и Телевидение Хэнани» (Henan Broadcasting System, сокращенно: HBS). Слияние двух станций заложило институциональную основу для интенсивного развития радио и телевидения в провинции Хэнань путем объединения ресурсов, структурной оптимизации, повышения конкурентоспособности, а также способствовало процессу интеграции традиционных СМИ с новыми медиа. Программы культурной тематики по-прежнему оставались приоритетными в радио- и телевизионной сетке. Развитие и обновление Хэнаньского радиовещания продвигалось по пути позиционирования культурной идентичности и сделало своей миссией передачу и продвижение лучших образцов китайской традиционной культуры. Многие начинания в китайской радиовещательной практике были именно ее достижением. Перед коллективом журналистов, занимающихся аудиовизуальным вещанием в провинции Хэнань, встала задача реорганизации и реформы институционального механизма в подготовке конечного интеллектуального продукта. Это подкреплялось новым интернет-мышлением, которое мотивировало творческую энергию и являлось важным фактором успеха в их деятельности.

В 2020 г. компания «Хэнаньское радио и телевидение» создало Центр маркетингового планирования всех СМИ. Центр представлял собой полную платформу медиапропаганды для радио и телевидения, объединяющую графику, аудио, видео и мультимедиа. Рекламные ресурсы, выпуски новостей и события всех частотных каналов станции интегрировались и координировались, реализуя режим

работы, как «интегрированная координация СМИ, дебют новых медиа и полное сопровождение СМИ» [4]. Для реализации идеи продвижения китайской культуры большую поддержку оказала головная компания «Хэнаньское радио и телевидение», предоставив начальное финансирование для радиостудий. Центр маркетингового планирования «Хэнаньского радио и телевидения» создал основную команду специалистов, большинство из которых выросли из радио- и телевизионного производственного бизнеса рубежа веков, соответствующих профессиональных и технических должностей, и не только обладали солидными профессиональными навыками, но и огромным опытом творческого видения. Планирование программ культурной направленности проходило с учетом показателей по маркетинговой деятельности в изучении контингента слушателей, в частности, специалистов китайской компании CSM Media Research. CSM – профессиональный институт по исследованию аудитории радио и телевидения в Китае, занимающийся профессиональным исследованием рынка телепросмотров и радиопрослушивания, предоставляющий надежные и бесперебойные услуги аудиовизуальных исследований для медиаиндустрии материкового Китая и Гонконга.

Развитие и обновление Хэнаньского радио и телевидения в течение последнего времени продвигалось по пути позиционирования культурной идентичности и сделало своей миссией передачу и продвижение лучших образцов китайской традиционной культуры. Многие начинания в китайской телевизионной практике были именно его достижением. Радиовещание становилось пионером многих тематических направлений. Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий, усиление конкуренции между телевидением и другими СМИ, расширение развлекательной индустрии, глобальные процессы и изменения в структуре человеческих потребностей требуют динамичного обновления палитры радиожанров, «мутации» привычных жанров и форматов, адаптации старых жанров к новой коммуникативной среде [5, с. 234]. Это доказывает, что система радио и телевидения провинции Хэнань работает на повышение качественного уровня вещания, социокультурного сознания населения, инновационного развития китайской журналистики.

## Библиографические ссылки

1. Communiqué of the Seventh National Population Census (No. 3) (англ.). National Bureau of Statistics of China.

2. Сюй, Цзяньфэн. Позиционирование и размышления об имидже бренда Хэнаньского радио и телевидения с «традиционной культурой» / Цзяньфэн Сюй // Журналистика. – 2010 (12). – С. 34–38.

3. Сеть Синьхуа. «Герой китайского иероглифа» распространяет положительную энергию и снова начинает увлечение китайским иероглифом [EB/OL] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.xinhuanet.com/ent/2013-08/26/c_125237431.htm. – Дата доступа: 08.09.2021.

4. Хэнаньский центр планирования маркетинга для радио и телевидения был официально создан в 2020 году [EB/OL] [Электронный ресурс] // Sohu News. – Режим доступа: https://www.sohu.com/a/386286412_100124375. – Дата доступа: 04.08.2021.

5. Алекберова, А. А. Понятие и система радио- и телевизионных жанров / А. А. Алекберова // Современная филология: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). – Уфа: Лето, 2011. – С. 230–234.

## ЗМЕСТ

ПРЫВІТАЛЬНЫЯ СЛОВЫ ЎДЗЕЛЬНІКАМ КАНФЕРЭНЦЫІ

**Самусевіч В. М.,** *дэкан факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта* ..... 3

**Эйсмант І. М.,** *старшыня Белтэрерадыёкампаніі* ..... 4

**Васюкевіч А. Б.,** *генеральны прадзюсар Беларускага радыё* ..... 5

**Трапянок У. А.,** *дырэктар радыёканала «Культура»* ..... 6

**РАЗДЗЕЛ 1.** РАДЫЁКАНАЛ «КУЛЬТУРА» – 20 ГАДОЎ: НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ ТРАДЫЦЫІ, ГІСТАРЫЧНАЯ ПАМЯЦЬ, АГУЛЬНАЧАЛАВЕЧЫЯ КАШТОЎНАСЦІ

**Басава Г. І., Сітнік К. А.** *Дапрафесійная падрыхтоўка ў сістэме медыяадукацыі на прыкладзе сумесных праектаў факультэта журналістыкі БДУ і канала «Культура» Беларускага радыё* ..... 9

**Булацкий В. Г.** *Радиоканал «Культура» в контексте современного аудиовизуального пространства Беларуси* ..... 12

**Гальпяровіч Н. Я.** *Роля літаратурна-мастацкага сегмента радыёканала «Культура» ў выхаванні культурнай асобы і развіцці нацыянальнай культуры* ..... 15

**Градюшко А. А.** *Специфика развития Instagram-аккаунтов радиостанций в цифровой среде (на примере радиоканала «Культура»)* ..... 17

**Гулевіч Т. Б.** *Дзіцячае вяшчанне на «Культуры»: вучыць, выхоўваць, эстэтычна развіваць* ..... 22

**Давыдик А. С., Пушнегина Е. С.** *Концепция и позиционирование радиоканала «Культура»* ..... 27

**Зразікава В. А.** *Асаблівасці дзіцячага вяшчання на канале «Культура»* ..... 31

**Кузьмінава А. Ю.** *Камунікатыўна-прагматычны патэнцыял радыёканала «Культура» ў рэалізацыі прыярытэтаў дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі* ..... 35

**Курейчик А. В.** *Что стоит за брендом «Канал “Культура”»?* ..... 38

**Локтевич Е. В.** *Философско-эстетическая парадигма радиопрограммы «Духовное наследие» в контексте культурной памяти* ..... 41

**Лысова Н. Б.** *Слова пра «Культуру», або некалькі заўваг замест віншавання* ..... 47

**Малмыга Т. У.** *Асаблівасці праграмнай палітыкі і кантэнту радыёканала «Культура»* ..... 51

**Нядзвецкая П. А.,** *Спецыфіка работы радыёжурналіста ў прамым эфіры (на матэрыяле радыёканала «Культура»)* ..... 57

**Самусевіч В. М.** *Канал «Культура» ў фарміраванні нацыянальна-культурнай прасторы* ..... 60

**Смірнова А. А.** *Радыёканал «Культура»: перадумовы стварэння* ..... 68

**Сцяжко Н. Р.** *Радыёканал «Культура»: вытокі папулярнасці* ..... 71

**Петрусёва Е. А.** *Образ писателя и литературы в тематических программах радиоканала «Культура»* ..... 73

**Саенкова-Мельницкая Л. П.** *«Диалоги о культуре» как историко-культурная и художественно-эстетическая ценность (канал «Культура» Белорусского радио)* ..... 77

**Тачыцкая Н. А.** *Сацыяльныя сеткі як фактар паспяховага прасоўвання радыёстанцыі: вопыт канала «Культура»* ..... 80

**Трапянок У. А.** *Роля радыёканала «Культура» ў фарміраванні духоўных каштоўнасцей беларускаў* ..... 84

**Шэйка Д. А.** *Радыёканал «Культура» ў захаванні нацыянальнай ідэнтычнасці ў эпоху глабалізацыі* ..... 91

**РАЗДЗЕЛ 2.** ТВОРЧАЯ ЛАБАРАТОРЫЯ РАДЫЁЖУРНАЛІСТА КАНАЛА «КУЛЬТУРА»

**Голубович А.С.** *«Важно делать то, что поможет другим людям»: Наталья Сиротко* ..... 97

**Гиргель Д. Н.** *«Радио для меня – любовь»: Татьяна Гулевич* ..... 100

**Кузьміч Н. В.** *«Самы вялікі гонар – гэта магчымасць працаваць у камандзе прафесіяналаў»: Марыя Дуброўская* ..... 105

**Малмыга Т. У.** *«Культура ствараецца чалавекам і стварае чалавека»: Таццяна Песнякевіч* ..... 110

**Малмыга Т. У.** *«Дарыць эфірнае свята слухачам»: Галіна Шаблінская* ..... 114

**Малмыга Т. У., Барысюк К.** *«Задача канала “Культура” – прадстаўляць і адкрываць сапраўдныя скарбы»* ..... 117

**Малмыга Т. У., Чарняўская Г. Г.** *«Канал “Культура” – работа па душы»: Святлана Колмак* ..... 119

**Петрусёва Е. А.** *«Мне нравится работа на радио и у микрофона»: Анжелика Пташук* ..... 122

**Прановіч Т. І.** *«Захаванне і развіццё здабыткаў папярэднікаў, на мой погляд, з’яўляецца сутнасцю паняцця культура»: Кацярына Агеева* ..... 125

**Смірнова А. А.** *«Пісьменнік быў сваім чалавекам на радыё...»: Алег Вінярскі* ..... 132

**РАЗДЗЕЛ 3.** АЎДЫЯКУЛЬТУРА Ў СУЧАСНАЙ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ

**Давыдик А. С.** *Ностальгия – неосвоенный формат в белорусском радиовещании* ..... 137

**Зубчонак Н. А.** *Каштоўнасць культуры ў кантэксце гісторыі* ..... 141

**Іўчанкаў В. І.** *Слова ў эфіры: камунікатыўныя рызыкі і вербальны код сучаснасці* ..... 144

**Кавалеўскі А. М.** *Міжкультурнае ўзаемадзеянне ў сучасным радыёэфіры* ..... 148

**Колик А. В.** *Методы исследований аудиокоммуникации брендов* ..... 152

**Короченский А. П.** *Медиакритика в контексте деятельности массмедиа, специализированных на репрезентации культуры* ..... 155

**Лебедева А. Л.** *Основные типологические признаки современной радиостанции* ..... 160

**Мельникова Л. И.** *Белорусское радио и литературный процесс* ..... 165

**Морозова Е. И.** *Радиогазета 1970–90-ых гг. как субкультурное сообщество: актуальные риторические стратегии* ..... 168

**Посталовский А. В.** *Методологические подходы к измерению рейтинговых показателей радиовещания: сравнительный анализ* ..... 173

**Шэйка Д. А.** *Новыя формы вяшчання ў сучасным беларускім радыёэфіры* ..... 178

**Цзя Фань, Кононова Е. И.** *Культура как имидж аудиовизуального вещания в китайской провинции Хэнань* ..... 182

*Навуковае выданне*

# СУЧАСНАЯ БЕЛАРУСКАЯ АЎДЫЯКУЛЬТУРА ВА ЎМОВАХ ЦЫВІЛІЗАЦЫЙНЫХ ВЫКЛІКАЎ

*Матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 20-годдзю канала «Культура» Беларускага радыё (г. Мінск, 16-18 лютага 2022 г.)*

Адказны за выпуск *А.М. Вараксін*

Карэктары: *В.А. Горбач, Н.В. Кузьміч, М.П. Цыбульская.*

Падпісана да друку 20.02.2018. Фармат 60х84/16.
Папера афсетная. Друк лічбавы.
Ум. друк. арк. 10,93. Ул.-выд. арк. 11,25.
Наклад 90 экз. Заказ 52.

Выдавец: індывідуальны прадпрымальнік А.М. Вараксін.
Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вырабніка і распаўсюджвальніка друкаваных выданняў № 1/99 от 02.12.2013.

E-mail: artmanager3@mail.ru