

Екатерина Ульянова*Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко
(Украина)*

СТАНОВЛЕНИЕ ВОСТОЧНОУКРАИНСКОЙ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПЕРИОДИКИ: НАЦИОНАЛЬНО-ЭТНИЧЕСКИЕ И ЖАНРОВО- ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Активизация духовно-культурного развития украинского населения в первые десятилетия XX в. в значительной мере повлияла на механизмы функционирования его творческой мысли, что проявилось в планомерном поиске новых форм и явлений отображения социальной действительности. Результатом такого преобразования в журналистской деятельности стало создание нового типа журнальной периодики, основанного на эстетическом выражении общественного сознания. Особый научный интерес вызывают литературно-художественные журналы Донбасса, которые до сих пор не стали объектом отдельных исследований.

Первыми литературными периодическими изданиями на этой территории были журналы еврейской общины, которая в то время отличалась большой численностью в городе. Первый из них – еженедельный педагогический научный детский журнал «Гапрахим» (в переводе с еврейского – «Цветы») – выходил в г. Луганске на иврите под редакцией П. Левнера, просуществовав с 1907 по 1913 г. Позднее здесь же появился детский еженедельник «Юный Израиль» (1909–1912 гг.), редактором которого был Ш. Люрие, а с 1910 г. – Ц. Лейфер. На протяжении 1909–1911 гг. журнал имел иллюстрированные приложения: шесть нумерованных выпусков детских брошюр «Еврейская детская библиотека», а в 1910-м – словарь «Малютка». Следует отметить, что на страницах «Юного Израиля» отображены основные приоритеты и национальные интересы еврейского общества, его материальный достаток, свобода в вероисповедании, ответственность в воспитании молодого поколения. Концепция журнала четко обозначена в его подзаголовке – «дать еврейскому ребенку еврейскую книжку на русском языке». Объединенная сильными религиозными и культурно-национальными связями, но разделенная территориально, еврейская община своей печатной продукцией стремилась воспитать у юных читателей дух патриотизма, гражданское сознание, выражая тем самым наиболее яркие идейно-национальные принципы.

Заслуживает внимания и ежедневный иллюстрированный журнал для еврейских детей «Цветник Иудеи», который издавался в Луганске

И. Житомирским на протяжении 1912–1913 гг. К сожалению, сегодня не сохранилось ни одного номера этого издания.

Все вышеперечисленные еврейские журналы были первыми на территории Екатеринославской губернии научными, специализированными для детей и семьи литературными изданиями, отличающимися широкой иллюстративностью подачи материала и разнообразием жанров. С самого начала своего существования пресса еврейской общины задавала высокие профессиональные стандарты. Необходимо добавить, что Луганск был единственным городом в Российской империи, где издавалась еврейская продукция в таком большом объеме. Светская еврейская культура Донбасса развивалась в рамках еврейского литературно-художественного общества, которое было создано в Луганске в 1912 г. под руководством И. Борштейн. В это время популяризировалось множество как периодической, так и непериодической литературы в крае.

Усиление влияния публицистического слова в советский период, материализованного, прежде всего, в журнальном издании, способствовало формированию высокой политической культуры. Журнал как наиболее действенный вид социалистической пропаганды все чаще становился организатором социальных преобразований, внедрения общественно-политических и эстетических установок, взглядов. Литературно-художественную периодику Донбасса данного периода репрезентирует журнал «Забой» (с 1932 г. – «Литературный Донбасс», с 1958 г. – «Донбасс»), который был создан как приложение к газете «Всероссийская кочегарка» в сентябре 1923 г. и выходил под редакцией известного в то время ленинградского писателя Н. Слонимского. Особый интерес к развитию журнальной периодики Донбасса также проявляли талантливый журналист В. Валь (который позже был назначен соредктором новообразованного «Забоя») и известный литератор А. Селивановский. Основной целью редакционного коллектива была мобилизация местных украинских и российских писателей и концентрация молодых талантов Донбасса в пределах одного издания. Итак, спустя несколько недель на страницах «Забоя» смело проявляла свое творчество молодая плеяда восточнукраинских литераторов – В. Затонский, Н. Донбасский, М. Вознесенский, Н. Гайворонский, Н. Никитин, М. Зоценко, К. Квацов, М. Олейников и др.

Проблемно-тематическая палитра «Забоя» была всеобъемлющей. Авторский коллектив пытался целостно и точно обрисовать богатый природными ресурсами Донбасс.

С весны 1924 г. «Забой» стал двухнедельным изданием, а осенью родилась и писательская организация Донбасса, первыми членами которой стали А. Селивановский, Б. Горбатов, М. Диманштейн (Снежин), Г. Баглюк, П. Беспощадный, Н. Олейников, П. Трейдуб, Ф. Ковалевский, В. Харчевников и др. Впоследствии журнал вошел в состав Всероссийской ассоциации пролетарских писателей (ВАПП), а Б. Горбатов стал членом ее правления.

В 1926 г. по решению пленума Союза писателей Донбасса издательство журнала было временно переведено из Бахмута в Луганск, что способствовало росту и укреплению местного литературного объединения, которое дало имена М. Матусовского, Л. Заломанова, Ю. Черкасского, Ю. Жукова, П. Эсельсона и др. А сотрудник «Забоя» А. Селивановский, став с 1926 г. редактором городской газеты «Луганская правда», издал литературно-художественный сборник писателей-луганчан «Десять октябрей», многие из произведений которых были обнародованы в «Забое».

Наряду с литературно-художественными произведениями на страницах «Забоя» печатались материалы научно-популярного и рекреативного характера. Среди сатирических жанров распространенными были карикатуры, помещенные на «Страничке юмора». Развлекательный характер имели и многочисленные логические упражнения и задачи, которые подавались под рубрикой «Задачи». Изредка печатались критические обзоры, автором которых был А. Селивановский. Среди собственно журналистских жанров доминируют статьи и заметки.

Процессы украинизации национальной культуры отразились и на деятельности украинской пролетарской прессы, каковым считался и «Забой». После длительного перерыва в сентябре 1929 г. журнал выходит на украинском языке и остро реагирует на новые тенденции. В начале существования украиноязычного «Забоя» все же преобладают русскоязычные материалы, в основном поэзия, критика и публицистика. Впоследствии ситуация меняется в обратную сторону – на начало 1930-х гг. журнал меняет название на «Литературный Донбасс» и начинает ориентироваться на украинскую литературную жизнь. Обновленный журнал смело и мощно заявил о своих национальных возможностях, сразу задав довольно высокие профессиональные стандарты. Здесь впервые открыто прозвучали слова о полноценности родной культуры, проявилась значимая способность к самостоятельности духовно-культурного и общественно-политического прогресса.

Таким образом, история литературно-художественной периодики Восточной Украины имеет относительно давнее и своеобразное в на-

ционально-этническом плане происхождение. Развитие мощного индустриального сектора этого региона определило специфику его журналистики, которая заключалась в прочной связи с научной коммуникацией в области горно-механического и инженерного дела, не исключая стремления к литературно-художественной деятельности, что в дальнейшем вызвало необходимость утверждения соответствующего типа периодики. Литературно-художественная составляющая творческого процесса на Донбассе наиболее глубоко и выразительно воплотилась в журнальной прессе, раскрывая социальную природу журналистики, подчеркивая ее созидательный аспект в удовлетворении духовных запросов восточноукраинского общества.

Чжан Хайянь

Белорусский государственный университет

ВУЛЬГАРИЗАЦИИ НОВОСТНОГО КОНТЕНТА В КИТАЙСКОЙ ПРЕССЕ

Городская газета – это популярная газета, главными характеристиками которой являются «массовость», «популяризация», «увлекательность». По сути, эти определения больше соотносятся с массовой культурой. Китайской городской печати свойственна определенная коммерциализация. Это продиктовано условиями рыночной экономики, предусматривающей рост потребительского спроса на товары. Журналистский контент – тоже товар, предназначенный для массового потребления.

В китайских городских газетах большой удельный вес информации, способной резко привлечь внимание необычными историями, событиями, не имеющими официальных подтверждений, но содержащими «коммерческую ценность». Курс на коммерциализацию превратил городскую газету в центр увлекательных историй и «талисман», обещающий читателям приятное время. Если эту тенденцию не контролировать, то это может привести к «вульгаризации» информации как таковой. «Вульгаризация» – это такое явление, когда СМИ в новостных сообщениях пренебрегают социальной значимостью, угрожают потребностям аудитории, предлагая порой низкопробную информацию. Они в большей степени акцентируют внимание на эмоциях и воздействуют на органы чувств с помощью сенсационного материала и запутанного сюжета и даже создают ложные новости для привлечения читателей. Например, китайский ученый Ч. Дзянганг отметил, что некоторые СМИ «преуве-