

банком, отмечалось: «Страны, не имеющие сил подняться на гребень информационной волны и скользить по ней, будут опрокинуты ею и сокрушены. Тогда они обречены быть в будущем еще беднее, чем сегодня».

Мы стоим перед вызовом наиболее развитых информационных обществ, которые в условиях глобализации стремятся сконцентрировать у себя всю или почти всю индустрию СМИ, становясь в то же время источником основных информационных ресурсов, производителем доминантных информационных технологий.

До тех пор, пока на государственном уровне в Беларуси не будут приняты программы в области масс-медиа Интернета, ситуация вряд ли изменится.

Екатерина Гуртовая

**ФОТОПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОКА  
В РЕГИОНАЛЬНОМ ИЗДАНИИ  
(на примере газеты «Край Смалявіцкі»  
за январь – ноябрь 2006 г.)**

Каждое периодическое издание в зависимости от своего типа и аудитории формирует (целенаправленно или стихийно) собственную персоналистическую концепцию, показывая человека сквозь призму тех или иных социальных ролей. Обобщенный образ современника формируется как текстовыми, так и фотографическими публикациями. Среди последних доминирующее положение в формировании образа человека занимает жанр фотопортрета. Хотя, если рассматривать проблему более широко, любой жанр – и фотозарисовка, и фотообвинение – может участвовать в формировании образа современника, даже если человек формально и не присутствует на фотографии.

Жанр фотопортрета сегодня широко представлен во многих региональных изданиях. Например, в районной газете «Край Смалявіцкі» за январь–ноябрь 2006 года 56,9 % опубликованных снимков относятся к жанру фотопортрета, которые проанализированы с точки зрения:

– источника снимка (фотокорреспондент, информационное агентство и т. д.);

– методологической позиции фотожурналиста, в случае его авторства (при съемке портрета может быть применен репортажный и постановочный метод);

– тематической принадлежности (в какой сфере показан человек: профессиональной, культурной, семейно-бытовой и т. д.).

В газете «Край Смалявіцкі» преобладают снимки штатных фотокорреспондентов, которые формируют стиль издания. Снимки информационных агентств не представлены вообще, что обусловлено спецификой регионального издания, отражающего события районного масштаба. Используются портреты (11,2 %) из личных архивов героев публикаций, часто представляющие собой в буквальном смысле «фото на паспорт». Они смотрятся нелепо, даже комично на газетных полосах. Время от времени публикуются снимки из коллекций дешевых цифровых фотоизображений типа «Клип-Арт» (4,3 %), которые также следуют признать неуместными, т. к. «гламурные» портреты слишком явно контрастируют с простыми лицами доярок и водителей района, создают стилевую эклектичность.

В съемке портретов, авторами которых являются фотокорреспонденты, доминирует постановочный метод (78,2 %), который предполагает присутствие на фотографии человека в заранее продуманной, контролируемой манере. Степень контролирования фотожурналистом объекта съемки, является важным смыслообразующим фактором, оказывающим существенное влияние на восприятие фотопортрета читателем.

В наиболее «жестком» варианте (который и характерен для газеты «Край Смалявіцкі») объект съемки полностью подчинен диктату фотографа. Он определяет фон, позу, жесты и даже мимику человека. («Возьмите телефонную трубку, повернитесь вот так, а теперь улыбнитесь!») Человек скрывается под маской, надетой на него фотографирующим. Если в репортажном методе постулируется главным образом «незримое присутствие» (А. Картье-Брессон стремился чувствовать себя «прозрачным»), то здесь режиссура фотографа настолько явна, что для зрителя становится невозможным (иногда бессознательно) верить в фотографический образ человека как часть действительности, как выражение его собственной сущности.

Наиболее приемлемым для автора представляется применение и внедрение на страницах региональных изданий репортажного метода, т. к. репортажные портреты смотрятся менее официально. Возможен также постановочный метод в наиболее «мягкой» форме, при котором фотожурналист, определяя место и момент съемки, не подчиняет фотографируемого человека своей воле, но позволяет ему самому позировать перед камерой, сообразно его характеру и представлениям о себе. В данном

случае партретируемы́й такжэ прэдастае перэд зрыцелямі в «маске», но эта маска раскрывае яго самога.

Что касается тематической принадлежности, то в подавляющем большинстве героями фотопортрета газеты «Край Смалявіцкі» являются люди, показанные сквозь призму их профессиональной деятельности, что акцентируется постоянным введением в сцену атрибутов, указывающих на профессиональную принадлежность фотографируемого человека, которых он либо касается, глядя в объектив, (стопка документов, кассовый аппарат, телефон, дверца трактора, микроскоп), либо держит в руках (крупная рыба, сноп колосьев, яблоко). 75,3 % от общего количества фотографий, опубликованных на первой полосе, занимают подобные однообразные снимки-штампы. Практически не показан в издании человек вне его профессиональной деятельности, в естественной обстановке.

В целом можно сделать вывод, что образ человека практически полностью сводится к профессиональной деятельности, которая является очень важной, но все-таки не единственной частью многообразного мира человека. Кроме того, этот образ излишне официален, частично надуман. Автор полагает, что фотопортрет в региональном издании должен стать более единообразным по стилю и разнообразным методологически и тематически, что обеспечит создание более яркого и живого образа современника, в котором читатель газеты узнает себя самого.

**Пётр Дарашчонак**

### **СТАНАЎЛЕННЕ РАЁННЫХ ГАЗЕТ ЯК МАСАВАЙ ПЕРЫЁДЫКІ (1930–1935 гг.)**

Мясцовы друк у канцы 20-х гадоў быў нешматлікім па колькасці: крыху больш 30 цэнтральных і акруговых газет (Беларусь у 1924 г. падзялілі на 10 акруг, 100 раёнаў, 1202 сельсаветы). Абласцей, як адміністрацыйных адзінак, не існавала да канца 30-х гг. Настаў час пераходу мясцовага друку на масавую аснову, бо тыражы акруговых не перавышалі 6–7 тыс. экзэмпляраў. Чаму ўзнікла неабходнасць стварэння масавага раённага друку? Газеты былі ідэйным рупарам партыі, узмацнялася класавая барацьба. А яшчэ калектывізацыя, з’яўленне масавага пісьменнага чытача, далучэнне рабочых і калгаснікаў, інтэлігенцыі да сацыялістычных ідэалаў. І, урэшце рэшт, наспела стварэнне сеткі нацыянальных друкаваных СМІ для рэспублікі з насельніцтвам і плошчай сярэдняй еўрапейскай краіны.