

М. Южык) і адмысловых рубрыках, якія факуюць увагу чытача на меркаванні (напрыклад, «Літаратурныя погоды» ў газеце «СБ – Беларусь сёння»; «Слова» на тэлеканале «Белсат»; «Пяцікніжка свабоды» на «Радыё Свабода»; «Сучбелліт» на партале «Naviny.by»).

Функцыі літаратурнай журналістыкі – свочасовае інфармаванне грамадства аб падзеях літаратурнага працэсу, канстатацыя пэўных тэндэнцый гэтага працэсу і першаснае асэнсаванне вызначальных для грамадства з’яў, адлюстраваных у гэтым працэсе, а таксама папулярызацыя літаратуры і прыцягненне ўвагі да яе шырокіх мас. Стыль і мова літаратурнай журналістыкі падпарадкаваныя яе функцыям. Журналісты аддаюць перавагу лаканічнаму выкладу інфармацыі, простым словам, празрыстаму і лагічнаму разгортванню думкі. Часта для прыцягнення чытацкай увагі ў загаловах выкарыстоўваюцца прэцэдэнтныя тэксты, яркія вобразы візуальнага шэрагу, у саміх тэкстах пашыраны апеляцыйныя да штодзённага досведу чытача (у тым ліку побытавага).

Літаратурная журналістыка не з’яўляецца заняткам менш вартым, чым крытыка або літаратуразнаўства, ані ёсць яна заняткам, які заслужоўвае меншае павагі ці вымагае меншых высілкаў. Яе функцыі і структура, праяўленыя ў жанрах, прынцыпова іншыя, чым у літаратурнай крытыцы або літаратуразнаўства.

1. Иванова, Н. Между. О месте критики в прессе и литературе / Н. Иванова // Новый мир. – 1996. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/1996/1/ivanova.html. – Дата доступа: 25.08.2010.

2. Озеров, В. М. Литературно-художественная критика и современность / В. М. Озеров // Вопросы литературы. – 1972. – № 4. – С. 3–39.

3. Менцель, Б. Гражданская война слов / Б. Менцель. – СПб.: Академический проект, 2006. – 389 с.

4. Чупринин, С. Творческая индивидуальность критика и литературный процесс 1960–1980-х годов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.02. / С. Чупринин. – М., 1993. – 39 с.

5. Żółkiewski, S. Pomysły do teorii odbioru dzieł literackich / S. Żółkiewski // Pamiętnik Literacki. – 1967. – № 67/3. – S. 39.

Галіна Багданава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АРТПРАПАГАНДА Ў ПОЛІ ВІЗУАЛЬНАЙ КУЛЬТУРЫ

Сёння, калі вырасла некалькі пакаленняў, літаральна замбаваных нізкапробнымі заакіяніскімі баевікамі і камедыямі, што ў 1990-я гг. бескантрална траплялі на кіна- і тэлеэкран, калі некаторыя сюжэты перадач «ЧП» на «НТВ» і «Зоны Х» на «Первом» (нацыянальным) выглядаюць як рэальнае рэха сканструяваных у тых самых баевіках вобразаў, грамадства, і ў першую чаргу сродкі масавай інфармацыі, мусяць калі не пераарыентаваць чытача і глядача, то хаця б даць яму права выбару. І гаворка можа ісці не столькі і не толькі пра выхаванне на прыкладзе лепшых узораў культуры, колькі пра артпрапаганду.

Калі мы звернемся да энцыклапедычных даведнікаў, то слова «прапаганда», якое дакладна перакладаецца з лацінскай, як «падлягае распаўсюджванню», мае даволі дакладнае сэнсавое вызначэнне: «дзеянсць, накіраваная на папулярызацыю і ўкараненне ў грамадскай свядомасці пэўных ідэй, поглядаў, вобразаў» [1, с. 14].

Для тых, хто выхаваны найперш на візуальнай культуры (кіно, тэлебачанне, відэа, камп’ютар), найбольш рэальна даносіць інфармацыю праз вобразы. Як сцвярджаюць псіхолагі, новыя, з маленства візуалізаваныя пакаленні выдатна ўспрымаюць і часта больш глыбока адчуваюць і разумеюць не літаратурныя, а візуальныя вобразы, прытым не толькі ўбачаныя па тэлебачанні, у кіно, у тэатры, але і на выставах выяўленчага мастацтва. Іншая рэч, што такія прасторава-часавыя віды мастацтва, як тэлебачанне, кіно, тэатр, на сёння больш папулярныя і ў старэйшага пакалення, і ў моладзі. Затое вобразы прасторавых відаў мастацтва, у прыватнасці жывапісу, графікі, скульптуры, дэкаратыўна-прыкладнога мастацтва, дызайну, здольныя ўздзейнічаць на свядомасць і падсвядомасць больш працягла час, да іх глядач можа вяртацца шмат разоў, галоўнае ж, іх можна дэталёва разгледзець, а значыць, больш глыбока ўспрымаць. Дарэчы, тыя, хто сёння маніпулюе падлеткавай субкультурай, найперш выкарыстоўваюць якраз візуальныя сродкі ўздзеяння. Коміксы, графіці, знакі, тату – усё гэта замбіруе свядомасць яшчэ больш моцна, чым фільмы.

Эксперымент, які ў 2010 г. правяла рэдакцыя «Комсомольской правды в Белоруссии», як нам здаецца, заслужоўвае пільнай увагі і сур’ёзнага

аналізу. Па сутнасці, упершыню былі актыўна папулярызаваныя, прапагандаваныя ў полі візуальнай культуры класічныя творы выяўленчага мастацтва. Якасна выдадзеныя 30 альбомаў сусветнага жывапісу «Вялікія мастакі» былі актыўна ўключаны ў кантэкст газеты з самым вялікім тыражом. Варта адзначыць, што для выдання абраныя жывапісцы-класікі, творчасць якіх здатная гарманізаваць наш настрой і нашу падсвядомасць. Гэта ўсё прадстаўнікі не абстрактнага, а фігуратыўнага мастацтва, вобразы якіх зразумелыя людзям рознага ўзросту і рознага ўзросту, – 16 замежных мастакоў (пачынаючы з эпохі Адраджэння) і 14 рускіх (у асноўным перасоўнікі). Рэдакцыя вельмі прафесійна рэалізавала сучасныя спосабы папулярызавання, а па сутнасці – артпрапаганды. Першы том «Рафаэль» быў прададзены як дадатак да свежага нумара газеты, а ў кожным нумары ёсць рэклама ўнікальнай серыі. У аўторак, калі ў кіёсках з'яўляецца чарговы том, у газеце змяшчаюць невялікі займальны артыкул пра гэтага мастака (аўтары – супрацоўнікі «КП»). Скарыстаны і такі папулярны сёння ў рэкламе элемент гульні: тамы серыі выстройваюцца ў карціну Клода Манэ «Дама ў садзе». Улічваючы, што набываць альбомы будзе найперш інтэлігенцыя, у якой фінансавыя сродкі абмежаваныя, рэдакцыя дала магчымасць знайсці альбом і пазней – у спецыяльных кіёсках. Эксперымент, які правяло выдання на прасторах СНД выданне, мяркуем, можа быць выкарыстаны беларускімі папулярнымі газетамі. Пры правільнай арганізацыі рэкламы творы сусветна вядомых замежных і беларускіх мастакоў таксама будуць запатрабаваныя. Але павінны быць улічаны наступныя аспекты:

- 1) высокая якасць і адносна таннасць выданняў;
- 2) падрыхтоўка выдання з улікам мэтавай аўдыторыі;
- 3) мова выданняў (двухмоўныя – беларуска-англійскія ці трохмоўныя – беларуска-руско-англійскія);
- 4) сістэмнасць папулярызавання на старонках газеты;
- 5) гульнівы элемент.

Падобныя эксперыменты могуць праводзіць супрацоўнікі не толькі сродкаў масавай інфармацыі, але і музеяў. Сёння ў нас яшчэ ёсць магчымасць з дапамогай масмедыя аптымізаваць візуальную артпрасторы.

1. Беларуская энцыклапедыя: у 18 т. – Мінск: БелЭн, 2001. – Т. 13. – 176 с.

Аксана Бязлепкіна

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ЛІТАРАТУРНЫЯ ДЫСКУСІІ МЯЖЫ ХХ–ХХІ стст.: СПРОБА КЛАСІФІКАЦЫІ

У якасці асобных дыскусійных тэм, якія закранаюцца ў артыкулах, канферэнцыйных дакладах і нават інтэрнэт-публікацыях апошніх дзесяцігоддзяў, можна вылучыць наступныя: літаратура XIX ст., класіка XX ст., сучасная літаратура.

Пры абмеркаванні літаратуры XIX ст. асноўная ўвага звяртаецца на два ўзаемазвязаныя аспекты: моўны і ідэалагічны. Літаратура XIX ст. па гістарычных прычынах з'яўляецца шматмоўнай: на тэрыторыі Беларусі пісьменнікі стваралі свае творы на польскай, беларускай і рускай мовах. Ужо тады абмяркоўвалася ідэалагічнае пытанне: якую літаратуру лічыць беларускай. Як крайнія можна вылучыць пазіцыі Р. Падбярэскага (калі каратка: беларуская літаратура – літаратура тэрыторыі Беларусі) і А. Кіркора (беларуская літаратура – літаратура на беларускай мове). На доўгія дзесяцігоддзі перамог другі погляд: з аднаго боку, гэта абядніла беларускую літаратуру, бо яна страціла ў момант амаль усё, створанае да XX ст. Тэксты этнаграфічнага характару, а таксама жартоўныя і павучальныя сталі тым пунктам, з якога трэба было выводзіць гісторыю беларускай літаратуры, адкінуўшы, напрыклад, сусветныя шэдэўры А. Міцкевіча. У канцы 1980-х гг. пачынаецца паступовае вяртанне іншамоўных беларускіх тэкстаў (гл. дысертацыі М. Хаўстовіча [11] і С. Кавалёва [8]) – вяртанне навуковае і ўласна мастацкае, бо тэксты перакладаліся на беларускую мову. Разам з тым гэта быў акт ідэалагічны [12] (пазнейшыя даследаванні Д. Вінаходава даказалі, што ў некаторых перакладах узмацняўся беларускі элемент [3; 4]). Вяртанне тэкстаў XIX ст. пацягнула за сабой іншыя пытанні: чаму іншамоўныя тэксты XIX ст. лічацца беларускай літаратурай, а рускамоўныя тэксты XX і XXI стст. маюць нізкі статус у літаратурных колах. Пэўная рэакцыя з боку беларускамоўных пісьменнікаў [5] на іншамоўную беларускую літаратуру XIX ст. можа вытлумачацца а) пераглядам месца рускамоўных пісьменнікаў у літаратурным працэсе і б) месцам у вучэбных праграмах па літаратуры.

Наступнай важнай дыскусійнай тэмай стала класіка XX ст. Калі аб'ядноўваць усе пытанні, то ўдзельнікі дыскусій падзяляюцца на два бакі: тыя, хто аспрэчвае чалавечы аўтарытэт класікаў, і тыя, хто яго аба-