

пэўны момант прыпыніўшы разгортванне сюжэтнай дзеі, пераходзіць на адкрыты каментарый, на ўласна-аўтарскую развагу. Акрамя адступленняў такога тыпу сустракаюцца адступленні асацыятыўныя, як быццам непасрэдна не звязаныя ні з мастацкай ідэяй твора ці яе асобнымі кампанентамі, ні з раскрыццём сутнасці вобразаў дзеючых асоб.

Непасрэдна, таксама ў форме адкрытага аўтарскага маналогу, уводзяць у свет аўтарскага ідэалу, дапамагаюць спасцігнуць мастацкую ідэю твора і адступленні, заснаваныя на філасофскай аснове.

Публіцыстычныя адступленні звычайна робяцца ад імя самога аўтара. Ён, як гаворыцца, ідзе да публікі з адкрытым забралам. Але такога плана адступленні могуць рабіцца і вуснамі дзеючай асобы твора, пераважна галоўнай. Гэта магчыма ў тых выпадках, калі прэзінт пераўвасабляецца ў дзеючую асобу свайго твора і разгортвае апавяд ад яе імя, “дазваляючы” ёй уласна аўтарскую філасофскую канцэпцыю, палітычныя погляды, маральныя ўстаноўкі і г.д.

Трэба бачыць розніцу паміж публіцыстычнымі адступленнямі такога тыпу і так званым унутраным маналагам, які прыйшоў у прозу з драмы. Унутраны маналог нібыта дэманструе “незалежнасць” дзеючай асобы ад аўтара ў поглядах, пазіцыі, самааналізе і служыць у многіх выпадках ахоўнікам свайму стваральніку.

Паэзія ў сэнсе адкрытага аўтарскага самавыяўлення стаіць да публіцыстыкі яшчэ бліжэй, чым проза. Падкрэслім: не ўвогуле, а менавіта ў сэнсе самавыяўлення. І не толькі грамадзянская паэзія, якая па сутнасці сваёй наскрозь публіцыстычная. Выказаны тэзіс датычыць усіх паэтычных плыняў і форм.

У наш час для пісьменніка важна не толькі карыстацца асобнымі прыёмамі з выяўлення-структурнага і жанравага патэнцыялу публіцыстыкі, але і ўвогуле валодаць, поруч з мастацкім і публіцыстычным метадам. Публіцыстычная практыка прывучае да сціслай арганізацыі аўтарскага апавяду і аўтарскага маналогу, да “эканоміі” слова.

А.К. СВОРАБ

НЕКАТОРЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ Ў АФАРМЛЕННІ СУЧАСНЫХ ГАЗЕТ

Для газетнай графікі, як і для любога віду прыкладнога мастацтва, характэрны утылітарныя і эстэтычныя функцыі, карыснае і прыгожае.

Вызначаючы тэндэнцыі ў афармленні перыядычнага друку, можна акрэсліць некалькі галоўных напрамкаў:

- тэхніцызм — максімальна спрошчаны дызайн, які ахвяруе прывабнасцю;
- функцыяналізм — афармленне, пры якім пераважае значэнне мае утылітарная функцыя. Эмацыянальная афарбоўка знешняй формы не дапускаецца;
- дэкаратыўнасць — падмена сапраўднай, арганічнай прыгажосці вонкавай прывабнасцю;
- эстэтызм — афармленне, якому ўласціва пагоня за прыгажосцю;
- функцыянальна-мастацкі напрамак, які аб’ядноўвае ў сабе каштоўныя рысы названых арыентацый і зыходзіць з дыялектыкі прыгажосці і карысці.

Апошні накірунак у афармленні газет з’яўляецца найбольш прагрэсіўным. Яго прытрымліваюцца “сталыя” беларускія выданні (“Звязда”, “Белорусская нива”, “Советская Белоруссия”, “Літаратура і мастацтва”). Ім уласціва стрыманае, дзелавое, спакойнае афармленне.

Выразна-экспрэсіўную афарбоўку маюць маладзёжныя газеты, разлічаныя на эмацыянальнага чытача (“Знамя юности”, “Чырвоная змена”, “Беларуская маладзёжная”).

Дэкаратыўна-мастацкага напрамку прытрымліваюцца амаль усе рэкламна-інфармацыйныя выданні, якія максімальна выкарыстоўваюць стылізаваныя шрыфты, арнаменты, “падкладкі” і г.д. (“Из первых рук”, “Экспресс-контакт”, “Рекламное приложение к газете “Вечерний Минск” і інш.).

Рэцыдывы эстэтызму найбольш характэрны для так званай “бульварнай” прэсы (“Криминал. Обзорение. Дайджест”, “Детективная газета”, “Алиби”, “Летучий голландец” і інш.). Крыкліваць, празмерная імправізацыя ў выкарыстанні графічных сродкаў разлічаны на чытача непатрабавальнага, з заніжаным

мастацкім густам. Колькасць такіх газет, на жаль, не змяншаецца, і, што больш прыкра, іх "эстэтыка" непазбежна ўплывае на вонкавы выгляд іншых выданняў.

Л.П. САЯНКОВА

СМІ ЯК ВІД МАСАВАЙ КУЛЬТУРЫ

У канцы XIX ст. рускі мысліцель К. Лявонцьеў прадказваў, што працэсы эгалітарызацыі (фр. *egalite* — роўнасць), лібералізацыі (лат. *liberalis* — свабодны), якія пачаліся ў Еўропе, прывядуць не толькі да дэмакратычных пераўтварэнняў. Дэмакратызацыя жыцця непазбежна скончыцца панаваннем сярэдняга класа, да якога, па К. Лявонцьеву, адносяцца "аднородного ума люди, не слишком много работающие и счастливые в своей одинаковости". Філасоф лічыў, што з'явіцца "сярэдні чалавек", які будзе з'арыентаваны толькі на штохвілінныя патрэбы, на бясконцае патрабаванне сваіх правоў і свабод, прыроды і сутнасці якіх ён не ведае. Другі рускі філасоф М. Фёдораў называў Еўропу "цивилизацией молодых". Яе галоўную асаблівасць ён бачыў у тым, што "сыны человеческие сняли с себя обязанности перед предками, т.е. перед традицией, отделились от них в своей гордыне, перестали считаться с прошлым" ("Притча о блудном сыне стала символом европейского образа жизни").

"Сярэдні чалавек", які ўзвёў у культ свае патрэбнасці, адмовіўся ад традыцый, упэўнены ў тым, што пачуццё ўласнай годнасці залежыць толькі ад ступені задавальнення прагі да багацця, выявіў і сваё светаўспрыманне, свае этычныя нормы і эстэтычныя прынцыпы. Патрабаванне самых розных свабод абярнулася лозунгам "Бог памёр", адменай усіх табу на тэмы, якія раней высокай класічнай думкай ніколі не закраналіся, — секс, вар'яцтва, крымінал; зацвердзілася філасофія, якая адмовілася ад паслуг заканадаўчага розуму на карысць інтэрпрэтаванага, менавіта такога, які стаў арыентавацца на паўсядзённа-звычайную жыццёвую практыку.

Час-прастора (хранатоп) існавання сярэдняга класа — эпоха постмадэрна, якая пачалася на рубяжы вякоў і дасягнула свайго апагея ў канцы XX ст. Менавіта для гэтай эпохі важнымі сталі паняцці "ўжыванне", "продаж", "масавая", "дэгуманізацыя", "гульня", "паўсядзённае", "магчымае". Постмадэрн "узбагаціў" культуру, мастацтва неаязычніцкімі формамі, сімптомам з'яўлення якіх стала такая з'ява, як бодзіцэнтрызм.

У эпоху постмадэрна сфарміраваўся асаблівы тып культуры — масавы, сутнасць якога бачна з таго, як змяніліся функцыі: адукацыйна-выхаваўчая функцыя культуры змянілася на кампенсатарна-забаўляльную функцыю маскультуры. У канцы XIX—пачатку XX ст., літаральна ў той час, калі адбыліся істотныя змены ў эканамічнай, светаўспрымальнай, этычнай сферах, былі зроблены адкрыцці і ў тэхнічнай сферы, якія паўплывалі на выгляд цывілізацыі XX ст.: вынаходства фанографа, тэлеграфа, радыё, кіно. Спачатку тэхнічныя пераўтварэнні, потым эстэтычна-інфармацыйныя патрэбы сфарміравалі чатыры грамадскія інстытуты — прэсу, радыё, кіно, рэкламу. (Зараз ёсць сэнс гаварыць не проста пра кіно, а пра экранна-відовішчную індустрыю.) Чатыры інстытуты, якія адразу сталі чатырма відамі масавай культуры, забралі ў спадчыну ўсе традыцыі постмадэрна і галоўную ўстаноўку сярэдняга класа — прадаваць, каб спажываць. Гэтыя віды масавай культуры адразу сталі часткай фінансаво-камерцыйнай структуры. Сэнс функцыянавання прэсы, радыё, экрана, рэкламы звёўся да пошуку таго, што людзі будуць спажываць.

Прынцыпы прэсы маскультуры былі закладзены ў канцы мінулага стагоддзя амерыканскімі выдаўцамі Джозэфам Пулітцэрам і Ральфам Херстам. Амерыканская і еўрапейская журналістыка развівалася, узбагачаючы прынцыпы заснавальнікаў масавай прэсы. Здаецца, прэса большасці краін СНД, як і іншыя СМІ, у апошнія гады імкнулася даказаць, што яна таксама мае дачыненне да нашчадкаў Пулітцэра–Херста. Сваё месца ў гэтым працэсе займаюць і беларускія СМІ, асабліва прэса. Адамуленне ад традыцый, арыентацыя на штохвіліннае, падмена паняцця "ісціна" паняццем "магчымасць", пошук сэнсу замяняецца пошукам нерацыянальнага, залішняй увагай да рытуальных неязычніцкіх дзеянняў: фізічнага насілля, сексу, маніякальных з'яў — гэта толькі некаторыя рысы беларускай прэсы эпохі постмадэрнізма і масавай культуры.