

**Выданны па мастацтве
ў прадукцыі беларускіх недзяржаўных выдавецтваў:
тэндэнцыі развіцця (1990—1994 гг.)**

*Ірына ДРЫГА, аспірантка кафедры дакументазнаўства
і бібліяграфіі Беларускага ўніверсітэта культуры*

Найбольш актыўна недзяржаўныя выдавецтвы і выдавецкія арганізацыі займаліся вытворчасцю выяўленчых выданняў. Удзельная вага іх прадукцыі ў розных відах выяўленчых выданняў складала ад 100 да 35%.

Сярод грамадскіх арганізацый найбуйнейшым выдаўцом быў Саюз мастакоў Рэспублікі Беларусь. Існуючы пры ім мастацка-вытворчы камбінат (Мінск) на працягу доўгага часу з'яўляўся адзінай выдавецкай арганізацыяй, якая займалася выпускам эстампаў і гравіраваных партрэтаў. У 1990—1994 гг. ім выдадзены 421 эстамп і 193 гравіраваныя партрэты, у асноўным арыентаваныя на задавальненне патрэб навучальных і выхаваўчых устаноў. Зніжэнне попыту прывяло да спынення іх выпуску ў 1992 г.

Вядучыя пазіцыі ў вытворчасці іншых відаў выяўленчых выданняў занялі камерцыйныя прадпрыемствы і прыватныя выдаўцы.

За 1990—1994 гг. камерцыйнымі выдавецтвамі і выдавецкімі арганізацыямі было выпушчана 69 назваў паштовак, што складала 52% ад агульнай колькасці выданняў гэтага віду. Вядучымі выдавецтвамі сталі мінскія прадпрыемствы: НВКФ “Баленок і К” (21 назва), ТАА “Кавалер” (8 назваў) і іншыя. Сярод выданняў гэтага віду пераважалі віншавальныя паштоўкі (32 назвы) і паштоўкі-фотаэцюды (23 назвы).

У вытворчасці календароў бралі ўдзел звыш 20 мінскіх выдавецтваў і выдавецкіх арганізацый, такіх, як рэкламныя агенствы “РекАрт”, “APTIS”, фірма “VLAD”, ТАА “Кавалер” і іншыя. За пяць гадоў імі выдадзена 104 назвы календароў (71%). Сярод іх пераважалі календары па пытаннях тэхнікі (51 назва), мастацтва (19 назваў), эканомікі (15 назваў), прысвечаныя рэкламе прадукцыі беларускіх прамысловых прадпрыемстваў, паслуг банкаў, страхавых кампаній, творчасці мастацкіх калектываў і артыстаў.

За 1990—1994 гг. у прадукцыі недзяржаўных выдавецкіх арганізацый мы налічылі 114 (70%) кніжак-цацак, у тым ліку 109 альбомаў для размалёўвання, па 2 кніжкі-канструктары і кніжкі-карцінкі і кніжка-самаробка. У вытворчасці кніжак-цацак удзельнічалі звыш 20 камерцыйных прадпрыемстваў, прыватных выдаўцоў, грамадскіх арганізацый, такіх, як ВП “МЕТ” (25 назваў), фірмы “МЕТЭКС” і “Глосса” (па 6 назваў), ТВЦ “Полифакт”, РВЦ “Сказ” (па 5 назваў) і інш. Выбар тэматыкі абумоўліваўся забавляльнасцю і пазнавальнасцю мэтам: героі мультфільмаў (29 назваў), казак (12 назваў), пацкі (12 назваў), алфавіт і лічбы (10 назваў), сродкі транспарту (9 назваў), жывёлы (8 назваў).

Перамены ў культурным жыцці Беларусі зрабілі магчымым узбагачэнне структуры выяўленчых выданняў новымі відамі — коміксам, пераважную большасць якіх выпусцілі камерцыйныя выдавецтвы. Першыя самастойна выдадзеныя беларускія коміксы з'явіліся ў 1991 г., усяго за 4 гады іх выяўлена 22 назвы. Выданнем коміксаў займаліся фірма “Красико”, НВКФ “Баленок і К”, МП “ИКА” і іншыя. У адпаведнасці з сусветнымі традыцыямі беларускія коміксы падраздзяляюцца на выданны з арыгінальным сюжэтам і перапрацоўкі літаратурных твораў, па тэматыцы сярод іх пераважалі навукова-фантастычныя, прыгодніцкія, гумарыстычныя.

Нотная прадукцыя недзяржаўных выдавецтваў і выдавецкіх арганізацый у 1990—1994 г. прадстаўлена 24 назвамі, што склала 15% ад агульнай колькасці нотных выданняў. Найбольш актыўна ў гэтым накірунку працавалі ТАА “ИТЛІ БК”, НВЦ “Аматар”, ТАА “Нота”. Акрамя камерцыйных выдавецтваў у выданні нотаў бралі ўдзел каталіцкія і пратэстанцкія рэлігійныя арганізацыі, якія выпусцілі зборнікі культавай музыкі і вакальных твораў духоўнага зместу.

За пяць гадоў недзяржаўныя выдавецтвы і выдавецкія арганізацыі выдалі 36 назваў кніг на мастацтве і рэжысёрскіх сцэнарыяў мастацкіх фільмаў, але іх дзейнасць у гэтым накірунку характарызувалася эпізядычнасцю, выпадковасцю выбару тэматыкі і мэтавага прызначэння выданняў.

Абагульненне вынікаў даследавання паказала, што выдавецкая дзейнасць творчых саюзаў і таварыстваў абумоўлівалася задачамі і зместам іх работы. Немастацкія грамадскія аб’яднанні выпускалі адзінкавыя выяўленчыя і нотныя выданні ў асноўным дзеля рэкламы або атрымання фінансавых сродкаў для сваёй дзейнасці. Па-іншаму будавалася дзейнасць камерцыйных арганізацый. Яе вызначаў рынкавы падыход да выбару напрамкаў укладання фінансавых сродкаў, відаў і тэматыкі выданняў.

Здаецца мэтазгодным прапанаваць некаторыя магчымыя накірункі далейшага развіцця дзейнасці недзяржаўных выдавецтваў і выдавецкіх арганізацый у галіне мастацтва. Пажаданым уяўляецца ўзбагачэнне тэматыкі такіх відаў выяўленчых выданняў, як паштоўкі і календары, за кошт шырэйшага выкарыстання сюжэтаў, звязаных з гісторыяй і культурай Беларусі. Не трэба сідваць з рахунку пазнавальныя магчымасці кніжак-цацак, коміксаў, ствараючы, напрыклад, выданні ў дапамогу тым, хто вывучае замежныя мовы.

Пажаданы больш шырокі ўдзел камерцыйных выдавецтваў у выпуску папулярнай, даведкавай і навучальнай літаратуры па мастацтве, якая карыстаецца попытам і недастаткова прадстаўлена на беларускім кніжным рынку.

Беларускамоўная літаратура ў складзе недзяржаўных выдавецтваў

*Ала ФЯДОРЫНА, старшы выкладчык кафедры
дакументазнаўства і бібліяграфіі
Беларускага ўніверсітэта культуры*

Родная мова з’яўляецца асновай светапогляду, падмуркам для вывучэння і ўспрымання нацыянальнай і далучэння да здабыткаў сусветнай культуры і літаратуры. Менавіта праз нацыянальную мову ў першую чаргу праўляецца менталітэт народа, яго светаадчуванне, светаўспрыманне, светаразуменне.

Прыняцце ў свой час у Беларусі шэрагу законаў, праграм, якія датычаць нацыянальнага адраджэння, спрыяла павелічэнню выпуску беларускамоўнай літаратуры. Аб гэтым сведчаць вынікі праведзеных у канцы 80-х — пачатку 90-х гадоў XX ст. даследаванняў. Але сёння выдавецкая справа ў Беларусі, як і іншыя сферы жыцця, перажывае крызіс. Лідэрства на кніжным рынку цяжка стала ўтрымліваць нават буйным дзяржаўным выдавецтвам. Прыстасоўваючыся да складаных эканамічных умоў, ім даводзіцца арыентавацца на выпуск камерцыйна выгадных выданняў. Аднак апошнім часам у рэспубліцы значна змянілася структура выдавецкай сеткі. Акрамя дзяржаўных ствара-