

УДК 655.512

Л. И. Петрова, кандидат филологических наук, профессор (БГТУ)**СОЦИАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ МАССОВО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КНИГИ**

В статье рассматривается социальная функция массово-политической книги. Специфика массово-политической литературы проявляется в том, что она отражает различные стороны социальной жизни. Массово-политические издания призваны вооружать читателей знанием законов общественного развития, разъяснять теоретические основы и практический смысл политики государства. Данный вид литературы прежде всего должен помочь читателю разобраться в закономерностях объективной действительности, в сложных проблемах общественной практики и политики. К массово-политической книге относится и публицистика. Именно публицистика как часть массово-политической литературы обуславливает ее популярность. Именно в этом и состоит успех массово-политической литературы.

This article discusses the secret of success of mass-political books. The specific character of mass-political literature is manifested in the fact that it reflects different aspects of social life. Mass-political publications are called to arm the readers with the knowledge of the laws of social development, to explain theoretical bases and common sense of the policy of state. This form of literature, first of all, must help the reader to be dismantled at laws governing the objective reality, at the complex problems of public practice and policy. By the mass political book refers journalism. That is journalism as part of a mass of political literature makes it popular. That this is the success of the weight of Kosovo and political literature.

Введение. 2012 год объявлен годом книги, и это не случайно. В Беларуси за прошедший год издано 34 миллиона книг. Это 4 книги на каждого белоруса. Говоря об успехе какой-либо литературы, не стоит забывать, что кризис чтения — это кризис мышления. Ни для кого не секрет, что в наше время люди стали все меньше читать. Это связано с тем, что появились новые источники информации. Если не говорить об электронных изданиях, которые тоже имеют право называться книгами, то все же остается такой источник информации, как интернет. В большинстве своем поколение XXI века предпочитает все мировые новости узнавать из интернета и средств массовой информации. И тем не менее книгоиздательское дело продолжает существовать. Не без трудностей, конечно. Давайте рассмотрим проблему массово-политической литературы.

Основная часть. Как известно, массово-политическая литература освещает широкий круг различных тем в форме, понятной массовому читателю.

Массово-политическое издание — издание, содержащее материалы общественно-политической тематики, изложенные в форме, доступной для массового читателя. Рассчитано на широкий круг читателей. Массово-политические издания по широте тематики весьма разнообразны. Это книги и брошюры по истории, философии, экономике, научно-техническому прогрессу, усовершенствованию и организации производства и повышению производительности труда, проблемам высших и средних учебных заведений и т. д.

Массовая литература, паралитература (от греч. *παρά* — около) — совокупность литературных жанров и форм, обращенных к некалифицированному читателю, воспринимающему произведение без рефлексии по поводу его художественной природы, и поэтому носящих упрощенный характер.

К массово-политической литературе относится и публицистика. Именно публицистика как часть массово-политической литературы обуславливает ее популярность. Но почему?

Публицистика — литература по актуальным общественно-политическим вопросам современности, текущей жизни общества. Произведения такого жанра монолитны, просты по построению. Слова употребляются в прямом или четко обусловленном переносном значении. Яркие оценки направляют эмоции автора по нужному руслу. Произведение характеризуется исключительной концентрированностью вокруг явно обнаруживаемого центра. Важная черта — стремление к солидной обоснованности выводов. Силен разъяснительный момент. Характерная ошибка авторов — нарушение равновесия между информативностью и оценочностью, экспрессивностью. Главное требование к литературе данного вида — это достижение поставленной цели, воздействие на слушателя, читателя [1].

Отсюда вытекает главная проблема, стоящая сегодня не только перед массово-политической, но и перед другими видами литературы. Книга сама должна искать своего читателя, а не наоборот. Для этого ей нужна реклама. Причем такая реклама, которая привлечет

внимание человека, не склонного к чтению и уж тем более к покупке книг.

Достойным примером может служить реклама нашумевшего журнала «Планета», хотя и тут возникает проблема. Реклама хоть и получила захватывающую, однако она не внушает доверия к публикуемому в журнале материалу. Скорее всего, если человек под влиянием рекламы и купит этот журнал, то лишь для того, чтобы удовлетворить свое любопытство касательно того, действительно ли все так захватывающе, как рекламируют, он купит журнал не для обогащения новыми знаниями, а в качестве журнала с фантастической тематикой.

К сожалению, с каждым годом количество книг массово-политической тематики неуклонно снижается [2]. Популярны те издания, при чтении которых не надо задумываться, можно отдохнуть от реальности и на мгновение очутиться в ином мире. Это литература для чтения в общественном транспорте, поезде, самолете.

Многие массово-политические издания остаются на плаву лишь благодаря тому, что размещают на своих страницах рекламу различных компаний. Здесь проблема отсутствия читателей перекладывается на плечи рекламодателей, прибыль которых напрямую зависит от числа людей, увидевших их рекламу.

В какой-то мере можно говорить о том, что публицистика является лицом всей массово-политической литературы. Причем публицистика как выражает общественное мнение, так и формирует его. Можно сказать, что публицистика относится к науке об обществе и государстве, как технология к естествоведению: она черпает из науки обобщения и превращает их в наставления. Популяризирует ли публицист выводы науки или сообщает результаты своего исследования, он делает это не для обучения, а для поучения, для воздействия на общественное мнение. Поэтому в область публицистики входят только насущные вопросы, имеющие решающее значение в направлении текущей жизни. Ускоренный пульс общественной жизни, требующий от своих руководителей всегда определенного и готового мнения, не оставляет в публицистике места сомнению и колебанию.

Характерными чертами публицистики являются:

- активный наступательный дух;
- теоретическая глубина;
- принципиальность;
- политическая острота;
- правдивость;
- тенденциозная заостренность;
- конкретность;
- типичность;
- документальность;

- страстность;
- образность;
- остроумие.

Для массово-политической литературы большую роль играет эмоциональность и в то же время доступность слова. Публицистика — это литература по общественно-политическим вопросам современности. Предмет публицистики — жизнь в обществе, политика, экономика, — касается интересов каждого человека. А там, где есть интерес, не может быть безразличия, индифферентности. Невозможно бесстрастно писать о том, что волнует миллионы людей, например, об этнических конфликтах, о ценах и инфляции. Вялые выражения, обтекаемые формулировки здесь просто неприемлемы, невозможны. Необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов. По самой своей сути публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение. Публицист не пассивный регистратор событий, а активный их участник, страстно и открыто отстаивающий идеи, которым он привержен.

Важным в публицистике является язык, которым написано то или иное произведение. Тематическая неограниченность такой литературы определяет необычайную широту и разнообразие ее лексики. С этой точки зрения публицистика — наиболее богатая разновидность литературы. Очень любопытны цифры, характеризующие общее количество слов у крупнейших писателей мира: Гораций — 6084 слова, Данте — 5860 слов, Мильтон — 8000 слов, Шекспир — 15 000 слов.

Однако словарь речей президента США В. Вильсона оказался богаче в количественном отношении, чем у Шекспира. Тексты массово-политической литературы еще богаче в этом отношении. Тем не менее количество употребляемых слов хотя и показательно для общей характеристики лексики, но не свидетельствует о ее внутренних качествах, о ее богатстве, выразительности. Количество не всегда переходит в качество. Надо более глубоко охарактеризовать саму публицистику.

Важнейшие функции публицистического стиля — информационная и воздействующая. Информационная функция текстов, относящихся к этому стилю, состоит в том, что авторы таких текстов имеют целью информировать как можно более широкий круг читателей, зрителей, слушателей о значимых для общества проблемах и о взглядах авторов на эти проблемы.

Информационная функция присуща всем стилям речи. Специфика информационной функции в публицистическом стиле заключается в характере информации, ее источниках и адресатах.

Телевизионные передачи, газетные и журнальные статьи информируют общество о самых разнообразных сторонах его жизни: парламентских дебатах, экономических программах правительства и партий, происшествиях и преступлениях, состоянии окружающей среды, повседневной жизни граждан.

Информация в публицистических текстах не только описывает факты, но и отражает мнения, настроения, содержит комментарии и размышления авторов. Это отличает ее от научной информации. Другое отличие связано с тем, что перед публицистическими произведениями не ставится задача полного всестороннего описания того или иного явления, публицист стремится писать о том, что вызывает интерес у определенных общественных групп, выделяя те стороны жизни, которые важны для его потенциальной аудитории.

Информирование граждан о положении дел в общественно значимых сферах сопровождается в публицистических текстах осуществлением второй важнейшей функции этого стиля — функции воздействия. Цель публициста состоит не только в том, чтобы рассказать о положении дел в обществе, но и в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости определенного отношения к излагаемым фактам и в необходимости определенного поведения. Публицистическому стилю присущи открытая тенденциозность, полемичность, эмоциональность, что как раз и вызвано стремлением публициста доказать правильность своей позиции.

Функция воздействия является для публицистического стиля системообразующей, именно она выделяет этот стиль среди других разновидностей литературного языка. Хотя эта функция характерна также для официально-делового и разговорного стиля, на отбор языковых средств она активно влияет именно в текстах публицистических.

Рассмотрим в качестве примера реализации этих функций заметку из газеты «Округа» от 4.08.2011 под названием «"Князя Владимира" ссылают в провинцию». Заметка имеет подзаголовок «Столичные чиновники поддерживают шведских автомобилей "Вольво"». В то же время заметка воздействует на читателя, формируя определенное отношение к позиции руководителей, на словах агитирующих за поддержку отечественного товаропроизводителя.

В различных публицистических жанрах, которые будут рассмотрены в дальнейшем, одна из указанных функций может выступать в качестве ведущей, при этом важно, чтобы функция воздействия не вытесняла информационную функцию: пропаганда полезных для общества идей должна опираться на полное и достоверное информирование аудитории.

Кроме информационной и воздействующей, тексты публицистического стиля, конечно же, выполняют и все остальные присущие языку функции:

- коммуникативную;
- экспрессивную;
- эстетическую.

Заключение. Публицистика рассказывает о том, что волнует каждого. Кажется, именно в этом и состоит успех массово-политической литературы, в той роли, которую она играет в современном обществе. А для выполнения своей задачи публицисты, журналисты, писатели используют все богатства языка, что только прибавляет популярности массово-политической литературе.

Литература

1. Редакторская подготовка изданий / под ред. С. Г. Антоновой. — М.: Логос, 2004.
2. Розенталь, Д. Справочник по правописанию, произношению и литературному редактированию / Д. Э. Розенталь. — М.: Юрист, 2001.

Поступила 13.03.2012

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

УДК [004.9:655](073)

М. С. Шмаков, кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой (БГТУ);

К. Н. Колосов, студент (БГТУ)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОБУЧАЮЩИХ СИСТЕМ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

В статье рассматривается подход к проектированию электронных мультимедийных образовательных ресурсов для изучения полиграфического оборудования. Для создания обучающих систем, разработан визуальный редактор, являющийся платформой для разработки различных информационных обучающих систем. При этом упрощается процесс проектирования таких систем.

Describes an approach for the design of electronic multimedia training resources for study of printing equipment. To create training systems, developed the Visual Editor, which is a platform for the development of various information training systems. This simplifies the multimedia training resources design process.

Введение. Современное полиграфическое оборудование является сложным в управлении и, как правило, дорогостоящим. Учреждения образования, занимающиеся подготовкой специалистов полиграфического направления, не всегда имеют возможность купить подобное дорогостоящее оборудование для учебных целей. В этой связи разработка информационных систем, виртуальных тренажеров, симуляторов печатных процессов является актуальной задачей при подготовке и повышении квалификации специалистов полиграфического профиля.

Основными видами компьютерных средств учебного назначения являются [1]: сервисные программные средства общего назначения; программные средства для контроля и измерения уровня знаний, умений и навыков обучающихся; электронные тренажеры; программные средства для математического и имитационного моделирования; программные средства лабораторий удаленного доступа и виртуальных лабораторий; информационно-поисковые справочные системы; автоматизированные обучающие системы; электронные учебники; экспертные обучающие системы; интеллектуальные обучающие системы; средства автоматизации профессиональной деятельности (промышленные системы или их учебные аналоги).

Ключевую роль в создании мультимедийных образовательных ресурсов играет методическое обеспечение разработок. Однако не менее важную роль играет также компьютерная реализация методического наполнения.

Основная часть. В работе рассмотрен подход к созданию мультимедийной обучающей системы для освоения полиграфического оборудования, позволяющей автоматизировать обу-

чающий процесс от получения до контроля знаний. Особенностью работы является разработка визуального редактора (оболочки), который дает возможность упрощать и ускорять проектирование электронных мультимедийных обучающих ресурсов.

При разработке системы управления мультимедийным обучающим комплексом была создана отдельная директория, содержащая определенные каталоги и файлы.

Каталог `config` содержит файл конфигурационных настроек окна, а также файл, хранящий зашифрованные пары логин — пароль для входа в административный раздел.

Каталог `images` предназначен для хранения файлов графических форматов. Данные файлы используются для визуального преобразования интерфейса.

Каталог `libs` хранит файлы библиотек JavaScript, а также файлы, предназначенные для решения глобальных задач, таких как вычисление хэш-функций, загрузка конфигурационных файлов.

Каталог `logs` служит для хранения результатов выполненных тестов.

В каталоге `scripts` хранятся файлы, напрямую отвечающие за работу приложения, вызов и проверку всех функций.

Каталог `styles` предназначен для хранения `css` файлов стилей интерфейса, а также базовых изображений.

Файл `about` представляет собой `html`-документ с информацией о разработчике и версии приложения.

Файл `index.hta` является точкой входа в программу. Он служит для отображения интерфейса и интерактивного реагирования на действия