

РЕФЕРАТ

Отчет 50 с, 10 рис., 24 источн.

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ, ГАЗЕТА, ЖУРНАЛ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ ИЗДАНИЯ, ЗАГОЛОВОК, ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС, КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗДАНИЯ, ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ИЗДАНИЯ, РЕКЛАМА, PR-ПРОДВИЖЕНИЕ

Объектом исследования являются общественно-политические газеты «Звязда» и «СБ. Беларусь сегодня», а также общественно-политический и литературно-художественный журнал для детей «Бярозка». Предметом исследования стали журналистские материалы, размещенные на страницах данных изданий.

Цель работы – выявить и охарактеризовать основные инструменты реализации информационной функции периодических изданий.

В результате работы были изучены механизмы реализации информационной функции в журнале и газете; выявлены и описаны элементы формы и содержания периодических изданий (тема, идеиное содержание, структурирование материалов, рубрикация и др.); проанализированы речевые стратегии воздействия на общественное мнение; разработаны рекомендации для работников медиасферы Беларуси по грамотному использованию инструментов реализации информационной функции периодического издания.

ВВЕДЕНИЕ

Роль газет и журналов в жизни общества огромна. Журналы, газеты, научно-популярная и художественная литература являются основным средством хранения и передачи от поколения к поколению всех достижений науки и культуры. Для людей всех возрастов журналы и газеты служат источником знаний, помогают узнать и оценить жизнь, понять законы общественных отношений и явлений природы. Особенно велика роль печати для формирования социальных и нравственных идеалов человека, для усвоения ими норм общественного поведения [1]. Поэтому так важна правильная реализация информационной функции периодических изданий.

Цель исследования – выявить и охарактеризовать основные инструменты реализации информационной функции периодических изданий.

Задачи:

- 1) охарактеризовать информационную функцию периодического издания, ее роль в функциональном предназначении газеты и журнала;
- 2) выявить и описать механизмы реализации информационной функции издания посредством его содержания и формы;
- 3) описать обусловленность информационной функции периодического издания его целевым назначением и читательским адресом;
- 4) проанализировать речевые стратегии информирования читателей на примере заголовочного комплекса периодических изданий;
- 5) сформулировать рекомендации для журналистов и редакторов по созданию оптимальной модели подачи информации.

Основную эмпирическую базу исследования составляют журналистские материалы, размещенные на страницах газет «Звязда» и «СБ. Беларусь сегодня», а также журнала «Бярозка».

«СБ. Беларусь сегодня» – белорусская общественно-политическая газета. Издается с 9 августа 1927 года. До 1937 года она имела название «Рабочий». С 1943 года выходит на белорусском и русском языках. В 2013 году был создан печатный общественно-политический холдинг, который объединил пять крупнейших белорусских изданий («СБ. Беларусь сегодня», «Народная газета», «Рэспубліка», «Сельская газета» и «Знамя юности»). В 2015 году холдингу присоединилась также одна из старейших радиостанций Беларуси «Альфа Радио». В сентябре 2018 года произошло переименование организации в «Издательский дом “Беларусь сегодня”». В декабре 2018 года издательский дом зарегистрировал первое в Беларуси сетевое издание sb.by.

По данным БЕЛТА читательская аудитория одного печатного номера и электронной версии газеты – до миллиона человек. Тираж «СБ. Беларусь сегодня» на данный период – более 400 тысяч экземпляров.

Основные вопросы, рассматриваемые в газете, – это вопросы общественно-политической, экономической и культурной жизни Беларуси, проблемы международного сотрудничества и спорта.

Газета «Звязда» – единственная ежедневная общественно-политическая белорусскоязычная газета Беларуси. Это старейшая газета Беларуси, которая издается уже больше века. Ее первый номер вышел в свет еще до Октябрьской революции – 9 августа 1917 года. На данный момент ежедневный тираж издания составляет около 20 000 экземпляров.

Сегодня газета «Звязда» знакомит читателя со всеми важнейшими аспектами жизни Беларуси и мира. Политика, экономика, культура, история, краеведение – спектр обсуждаемых тем неограничен.

Журнал «Бярозка» – это белорусский ежемесячный общественно-политический и литературно-художественный журнал для детей среднего и младшего школьного возраста, в котором рассматриваются образовательный, воспитательный, психологический, литературный, искусствоведческий и религиозный аспекты. Важно отметить, что других белорусскоязычных литературно-художественных журналов, читателями которых являются подростки, на территории Беларуси не издается. Таким образом, мы можем сказать, что журнал «Бярозка» является уникальным продуктом в своей сфере.

Журнал издается с 1924 года и первоначально имел название «Беларускі піянер» (до 1929 г.), однако позже редакционная коллегия разделилась и началось издание газеты «Піянер Беларусі» и журнала «Іскры Іліча», которые выходили в период с 1929 по 1941 гг. Во время Второй мировой войны их издание приостановилось, и только в 1945 году возобновилось издание журнала уже под названием «Бярозка».

Для исследования нами выбраны издания для разного читательского адреса (взрослые и подростки), чтобы можно было проследить зависимость информационной функции от читательского адреса.

Актуальность исследования обусловлена следующими факторами:

- недостаточным уровнем изученности современных подходов к проектированию газеты и журнала, которые бы были конкурентоспособными на фоне современных медиа и разнообразных интернет-ресурсов;
- необходимостью создания учебных ресурсов для журналистов и редакторов, позволяющих формировать профессиональные компетенции с учетом динамичной общественно-политической ситуации в стране;
- необходимостью разработки рекомендаций для работников сферы медиапространства Беларуси по грамотному использованию инструментов реализации информационной функции периодического издания.

Для выполнения научного проекта использованы общенаучные методы (сбор информации, сравнение, сопоставление, описание, обобщение), а также специальный научный метод книговедения – редакторский анализ, которые позволяют определить существующие тенденции в использовании различных стратегий воздействия на общественное мнение и разработать соответствующие рекомендации.