

сущей наибольшую смысловую нагрузку. Проще всего добиться нужного эффекта, набрав заголовок строчным шрифтом, а выделяемую группу слов – прописным. Можно выделить ударную часть заголовка, оформив ее шрифтом другой гарнитуры или другого начертания. Если, например, заголовок набран прямым полужирным шрифтом, то для выделения часто применяют курсив.

Прием акцентирования в заголовке оправдан, если он применяется осмысленно, с пониманием его целей и возможностей. Зачастую в самых разных газетах при оформлении двухстрочных заголовков допускают одну и ту же ошибку: пытаются уравнивать обе строки по длине. Если не получается добиться этого с помощью шрифта одной гарнитуры, следует набирать каждую из строк шрифтами разных гарнитур. Особенно часто для этого применяют шрифты гротесковых гарнитур, близких по своему рисунку, что иногда приводит к непреднамеренному акцентированию, при котором происходит неоправданное выделение какого-либо слова.

В последнее время достаточно часто на страницах газет встречаются приемы наложения заголовков на иллюстрации. Это, естественно, усиливает его визуальную выразительность. Однако и здесь должно быть чувство соразмерности. Чрезмерно насыщенный шрифт может уменьшить значимость иллюстраций.

Се И

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛ КАК ТИП ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

В современном мире насчитывается огромное количество красочных периодических изданий – газеты, журналы, электронные версии средств массовой информации в сети Интернет. С каждым годом появляется множество новых изданий, а отдельные издания уходят в прошлое. Журнал как тип издания появляется в социальном ареале более трехсот лет назад после того, как книга, а позднее и газета, прочно утвердились в нем, заняли свое место в жизни общества. В процессе развития печат-

ти (как и во всяком другом общественном процессе) постоянно происходит поиск новых форм и явлений. Во второй половине XVII века общественная потребность вызвала к жизни появление нового типа печатного издания – журнала. Этим как бы восполнялся большой пробел между книгой и газетой; журнал явился такой промежуточной формой, которая соединила в себе и фундаментальность книги, и оперативность газеты.

Журнал – периодическое печатное издание, отличающееся от газеты объемом, пространственно-композиционным решением, способом подачи информации. Более долгий издательский цикл предполагает меньшую оперативность информации и более основательный подход к ней. Для журнала в меньшей степени характерны репортажи и зарисовки, в большей – интервью и аналитические статьи.

Историю журналов начинают отсчитывать с 1665 г., с момента выхода «*Journal des savans*», который принято считать первым журналом в мире [1]. Формат и объем издания были небольшие по размеру страницы 7,5х13 см, полоса набора включала 34 строки по 39 знаков, число страниц в номере – от 20 до 25. К этому времени издание книг в Европе имело уже двухвековой опыт. Появление журналов было принципиально новым явлением, не связанным с книжной функцией публикации нового знания. Функция журналов первоначально заключалась в регистрации опубликованных материалов или деятельности учреждений науки, культуры, образования. Развиваясь в духе времени и во многом параллельно газете, такие издания ставили перед собой задачу учитывать и классифицировать книги и другие творения ученых всей Европы.

Современные СМИ создают и распространяют информацию о принципах организации и функционирования общества, воспроизводят нормативные образы и модели поведения, тем самым активно участвуя в процессе формирования социальной реальности. Важная роль СМИ заключается в их способности к быстрому реагированию на происходящие актуальные события и процессы, трансляции в обществе идей, тенденций, культурных явлений. Социологи рассматривают СМИ не только как институты социализации (родители, школа), но и как агенты

влияния, механизмы конструирования идентичности. Именно медиа поставляют нормативные образцы, которые затем получают распространение и воспроизводятся индивидами в повседневной жизни. СМИ, являясь одним из основных агентов социализации, оказывает непосредственное влияние на формирование ценностных ориентаций подрастающего поколения, создает и воспроизводит культурные мифы.

СМИ находятся в сфере определенного коммуникативно-пространства, обусловлены его спецификой и отражают его состояние. Из фактора производства и распространения информации СМИ превратились в форму организации массовых информационно-коммуникативных процессов. Они начинают определять характер протекающих в обществе социальных процессов. Средства массовой коммуникации становятся основным инструментом социализации, а транслируемая ими массовая культура — основным источником ценностей социализирующихся поколений [2].

В журнальной периодике современного Китая преобладают издания, в основном специализированные по проблемам общественных и естественных наук, а также научно-популярные, общественно-политические и литературно-художественные журналы. Большой интерес аудитории к научной и научно-популярной периодике связан главным образом с тем, что современный Китай проходит этап ускоренной научно-технической модернизации. Некоторые из этих изданий активно поддерживали идеи либерализации китайского общества, что также привлекло к ним внимание части интеллигенции и научно-технических работников.

1980-е гг. стали периодом реформирования китайской журналистики и стремительного развития периодической печати — как по количеству изданий, так и по масштабам их распространения. Под влиянием реформационных процессов меняется содержание китайской прессы. Расширилась тематика выступлений, живее стал стиль материалов, разнообразнее лексика журналистских произведений. Сегодня даже в партийной периодике нередки скандальные (с точки зрения бытующих в Китае представлений о морали) публикации, способствующие повышению читательского рейтинга изданий.

Журнал как тип издания на современном этапе во всем мире, включая Китай и Беларусь, представляет собой важнейшее средство массовой и специальной информации и пропаганды. Развитая система пропаганды Китая в последние годы активно осваивает новые возможности журнальной массовой коммуникации для расширения своего присутствия в мировом информационном пространстве.

Літаратура

1. Газета и журнал как тип издания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jurnalistedu.ru/gos-2/49-gazeta-i-zhurnal-kak-tipy-izdaniya.html>. – Дата доступа: 05.09.2012.
2. Массово-культурный тип журнального издания, формирующего общественное мнение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-195835.html>. – Дата доступа: 05.09.2012.

Татьяна Силина-Ясинская

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛЬНАЯ ПЕРИОДИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ЦИФРАХ И ФАКТАХ

В разные годы в период существования СССР (с 1917 до 1990 г.) в Беларуси (БССР) выходило от 9 до 40 различных наименований журналов. За десятилетие с 1991 по 2000 г. количество издаваемых журналов выросло с 56 до 256 [1, с. 142–145]. Это говорит об активизации журнального сектора печатной периодики в ответ на ряд политических и экономических преобразований в стране. Сильно повлияла на рост количества журналов возможность частной собственности на СМИ, а также расширение тематического спектра не только публикаций, но и направлений журналов в целом. Лидерами по количественным показателям в первое «суверенное» десятилетие Республики Беларусь стали журналы общественно-политического и социально-экономического направления, научно-практические и технические, массовые, т. е. для семейного чтения и досуга. Однако «количественного пика» белорусские журналы достигли к 2005 году (421 журнал против 722 газет) [2, с. 5].