

# V. ЖУРНАЛИСТИКА: НОВАЯ ПАРАДЫГМА ИНФАРМАЦЫЙНАГА ЎЗАЕМАДЗЕЯННЯ

Маджид аль Бослани

*Белорусский государственный университет  
(Беларусь)*

## ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И ЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЫ СТРАН АРАВИИ

Арабская журналистика только на пути освоения законов журналистского мастерства. В наши дни для большинства аравийских аудиовизуальных студий особенно ощутима потребность в высокопрофессиональных радио- и телевизионных журналистах, чья задача не только уметь излагать перед микрофоном свои мысли, но и, прежде всего, способствовать выявлению мыслей собеседника. Во-первых, по нашему убеждению, только с глубоких знаний жанровой типологии начинается настоящее мастерство. Вопреки всем современным веяниям, жанр остается основой произведения, так как в рамках жанра выработан узнаваемый слушателями или зрителями стиль коммуникации – убеждающий, основанный на творческом применении ряда принципов и сочетающий в себе логическую и контекстуальную аргументацию. Во-вторых, журналистами арабских студий радио и телевидения применяются особые приемы в использовании семантико-синтаксических фигур в риторике, свои способы и приемы подачи информации, которые способствуют внедрению в массовое сознание мировоззренческих установок, отвечающих общенациональным интересам. Например, репрезентация руководящей идеи редакции канала практически в большинстве аналитических программных телевизионных арабских передач идет по линии «прошлое – настоящее – будущее», что создает ощущение неизбежного поражения «сил регресса» и победы «сил прогресса». В современный исторический период данный прием вполне этически оправдан и в публицистическом дискурсе оказывает укрепляющее морально-психоло-

гическое воздействие на аудиторию, вселяя в массы веру в неизбежность достижения единства народа и его процветания.

К сожалению, многие предлагаемые Западом учебные и методические пособия по аудиовизуальной журналистике очень низкого качества и иногда совершенно не адаптированы для арабских обычаев и социальных норм, не придерживаются порой даже элементарных законов журналистики. Например, такие современные пособия по телевизионной журналистике приводят классификации вопросов интервьюера, но изучение этих классификаций можно использовать лишь на первом этапе изучения журналистики, так как это не обеспечивает понимания того, из чего рождается «хороший» вопрос в распространенной разговорной арабской телепрограмме, выходящей в прямом эфире, и не дает ответа на главный вопрос: что является базой, основой эффективной журналистской беседы? Что выходит на первый план в работе тележурналиста: раскрытие собеседника или проявление своего авторского «я» и какую роль в этом играет удовлетворение потребностей аудитории? Получив ответы на все эти вопросы, мы поймем, возможно, формулу журналистского профессионализма.

Конечно, выбор поведенческих стратегий, особенно в прямоэфирной программе, стиля общения журналиста с аудиторией, как указывают исследователи, зависит от многих факторов: условий общения, количества участников, характера ситуации, целей общения, жанра. И здесь, на наш взгляд, необходимо помнить, что определяющими факторами являются авторская концепция и целевая установка. Именно концепция журналиста и поставленная цель диктуют выбор средств воздействия (формулировку и тональность вопроса) как на собеседника, так и на аудиторию.

Говоря о реализации авторской стратегии, можно посмотреть на работу журналистов Производственной медийной компании AGPC арабских стран Персидского залива: авторы программ демонстрируют хорошую подготовленность к беседе и хорошее знание обстоятельств, связанных с героями передач, развивают микротемы, для иллюстрации включают в структуру передач видеофрагменты. Наблюдая за их работой в эфире, можно попытаться сформулировать основные концептуальные особенности модели процесса воплощения идеи и цели в программе. «Первичные» цели (или частные задачи) мы можем сформулировать как информирование и развлечение. «Вторичная» цель – формирование того или иного образа интервьюера (как правило, образа положительного), а также определенных жизненных стереотипов.

Искусство телевизионного диалога в арабской телевизионной программе, безусловно, предполагает умение задавать вопросы, но прежде всего – это умение строить сам стиль общения, создавать ситуацию гармонизирующего, а не разрушающего диалога. В проектах эмиратской телекомпании AGPC демонстрируется именно такой диалог, и это свидетельствует об эффективной реализации журналистской стратегии. Однако наблюдение за языком и стилем журналистов известной телепрограммы «Аль Джазира» позволяет прийти к выводу, что далеко не всегда журналистская беседа соответствует предполагаемой стратегии, которая и подразумевает реализацию первичной и вторичной целей журналиста. Например, настойчивые, жесткие, провокационные вопросы, возможно, вполне допустимы (если это продиктовано журналистским замыслом) в беседе с политиками, но нередко мы можем наблюдать подобные выпады в рамках весьма позитивных, с точки зрения стратегии, телевизионных передач. С одной стороны, это понятно: жесткое время диктует жесткие правила во всем. С другой стороны, почему интервью становится полем боя, а не поводом для созидания и гармонии? И дело вовсе не в том, что любой диалог журналиста должен строиться исключительно на принципе добродушия, но, видимо, профессионализм предполагает, что каждый вопрос должен оттачиваться в соответствии с журналистской стратегией компании.

Исследуя контент арабских информационных программ за последнее десятилетие, мы наблюдаем постепенную трансформацию информационной идеи, заключающуюся в неприкосновенности главной государственной идеологии, что было наиболее характерно для саудовских телепрограмм, в русло нового подхода к информации. Наблюдается процесс трансформации содержательной стороны экранного продукта, оправданный и естественный в период освоения телевидением новейших компьютерных технологий, под воздействием социально-политических перемен. Например, телевидение Дубая в последнее десятилетие претерпело значительные изменения. В связи с переменами во внутренней и внешней медийной политике журналисты телевидения получили большую свободу, расширился круг вопросов, которые разрешено доносить до широкой аудитории. Главное назначение информационных жанров – выступать основными носителями оперативной информации, позволяющей аудитории осуществлять своего рода постоянный мониторинг наиболее значимых, интересных событий в той или иной сфере дей-

ствительности. В «живых», так называемых эфирных, репортажах стало особенно ярко проявляться уникальное свойство телевидения – его абсолютная оперативность. Скажем, репортажи, передаваемые в эфире различных программ дубайского телевидения, различаются не только по содержанию, но и по форме. Также особенно динамично развивающимся информационным жанром телевидения является интервью, которое можно определить как целенаправленную беседу, основная задача которой состоит в получении ответов на вопросы, предусмотренные программой. Главной отличительной чертой интервью на телевидении является визуальный эффект. За последнее десятилетие жанр интервью в журналистике ОАЭ в значительной степени стал более «телевизионным». Прежде всего, это происходит благодаря динамичному развитию телевизионного кадра, использованию в полной мере передовой методики и цифровых технологий.

Значительно преобразились аналитические жанры. Они приобрели определяющую роль: представляют широкое полотно фактов, которые трактуются, обобщаются, служат материалом для постановки определенной проблемы и ее всестороннего рассмотрения и истолкования. Разнообразие видов аналитических выступлений на современном дубайском телеэкране неограниченно, но неизменным является то, что основу дифференциации в группе аналитических жанров составляет, как и в информационных жанрах, способ освещения фактов. Жанр беседы имеет глубокие корни в истории национального арабского языкового общения. В беседе как тележанре на арабском телеэкране не принято обсуждение личных, интимных тем, сплетен. Надо сказать, что одним из существенных достижений арабского общества в последнее десятилетие можно считать равноправие мужчин и женщин, поэтому так называемые гендерные вопросы на телевидении отсутствуют. Особое отношение при проведении беседы проявляется к пожилым людям.

Что касается так называемых служебных жанров, то они функционируют для того, чтобы передать конкретную полезную информацию зрителям. Йеменские тележурналисты утверждают, что это их приоритет. В эмиратских медиа можно выделить в этой группе инструкционный жанр, социально-служебный жанр и рекламу. Через привлечение телевизионной рекламы и услуг развлечения каналы получают финансирование (спортивные состязания, шоу-бизнес, искусство, наука и техника, финансы). Телевидение предоставляет бизнесу широкие и выгодные возможности на 11 аналоговых телеканалах и 90 цифровых

платных кабельных телеканалах. Предоставляется полный бизнес-пакет радиовещательного и интернет-телевизионного обслуживания с 10 аналоговыми и 19 цифровыми радиослужбами. Телевизионный бизнес-центр имеет 7 спортивных объектов и 16 культурных площадок, а также офисы, работающие на создание печатных СМИ (газеты и журналы) и на обслуживание новостных веб-сайтов.

**Зоряна Галаджун**

*Национальный университет «Львовская политехника»  
(Украина)*

## **КОНТЕНТ ЖЕНСКИХ И МУЖСКИХ ЖУРНАЛОВ В УКРАИНЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ (за период 2012–2016 гг.)**

С появлением женских и мужских журналов, как отдельных сегментов средств массовой информации (далее СМИ), началось явное гендерное разделение изданий. Именно эти СМИ становятся ярким примером в разграничении интересов женщин и мужчин. Для того чтобы рассмотреть все тонкости различия контента этих изданий, мы проанализируем наиболее популярные образцы такого типа, а именно мужской журнал «МАХИМ» и женский журнал «Cosmopolitan». Именно эти журналы, в результате проведенного опроса читателей, определены как наиболее популярные мужской и женский журналы в Украине.

В современном журналистиковедении активно разрабатывается тематика гендерно-маркированных глянцевого издания. Украинские ученые также интересуются этой тематикой, в частности Н. Клименко, В. Шкляр, Г. Дзюбенко, Н. Олейник, В. Демченко, А. Сушкова, К. Липатников, М. Сухомлин, В. Здоровега, И. Дьяченко, В. Каленич и другие. Весомой теоретической основой в исследовании гендерной проблематики является пособие М. Сухомлина «Гендерный погляд» и «Гендерный погляд – 2» в которых «на конкретных примерах рассмотрен весь спектр типичных журналистских ошибок, связанных с гендерными аспектами и весьма распространенных в практике отечественных масс-медиа» [9].

Причиной и предпосылкой возникновения гендерной прессы, которую мы сегодня привыкли видеть, стали политические и социальные изменения, произошедшие в истории украинского общества. В процессе зарождения специализированной прессы возник вопрос о создании