

Прайм-тайм на телеканале «МИР» заполняется в основном художественными фильмами и сериалами. На новостной выпуск отводится 25 минут. В условиях межпрограммного вещания нет полного взаимного исключения передач. «Новости» МТРК «МИР» начинаются в 19.00, вступая с телеканалом «Беларусь 1» в контрпрограммирование. Зритель, желающий посмотреть новости, прибегнет к выбору, на каком телеканале остановиться. Для белорусской аудитории наиболее предпочтительным будет телеканал «Беларусь 1». Ведь в «Новостях содружества» МТРК «МИР» освещаются события всего СНГ.

Таким образом, верстка новостных программ на телеканалах основывается на максимально возможном тематическом разнообразии – в каждый данный временной отрезок. Основная цель подобной межпрограммной верстки заключается не в боязни телеканалов соперничать друг с другом в информационном вещании, а в возможности дать зрителю полноценный разножанровый контент, обеспечить просмотр новостей в любое удобное для него время.

Литература

1. *Борецкий Р. А.* В бермудском треугольнике ТВ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.pseudology.org/BermudyTV/32.htm>. Дата доступа: 01.05.2015.
2. Программирование на телевидении и радио [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovanie-na-tv>. Дата доступа: 02.05.2015.
3. *Дегтерева, Е. И.* Стратегии программирования общественных, государственных и коммерческих телеканалов Швеции и России в современных условиях: автореф. дис. к-та фил. наук: 13.06.2013. М., 2007. 13 с.
4. *Макеенко М. И.* Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010. 560 с.

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ГОРОДСКОЙ ПЕЧАТИ В КИТАЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ ХЭНАНЬ

Чжан Хайянь

Китайские изобретатели дали миру бумагу, станок с подвижным ксилографом и многое другое, без чего невозможно функционирование периодической печати. Китайская журналистика – одна из древнейших в мире. Ее история насчитывает около 13 веков. Исходным пунктом китайские ученые считают время правления династии Тан. Первой газетой, увидевшей свет в Поднебесной, принято называть бюллетень императорского дворца. В 1638 г. на смену древним рукописным газетам пришли печатные. История китайской журналистики распределена по периодам, первый из которых уходит вглубь веков и начинается с 6 века до

н. э. Наиболее активно СМИ Китая стали развиваться после печально известного периода «культурной революции».

С конца 70-х до начала 90-х гг. XX в. пресса Китая прошла три этапа, получивших названия «восстановление», «развитие» и «регулирование». В ходе первого страна начала преодолевать негативные последствия «культурной революции». Печать возродилась, стремясь покончить с застоём. Были восстановлены некоторые ранее запрещённые издания, возникли новые. Начала складываться сеть газет, ориентирующихся на определённую аудиторию и обладающих устойчивыми содержательными особенностями. На втором этапе ускорился количественный рост прессы, сформировалась современная система СМИ Китая. Третий этап обозначен как период стабильного развития прессы, чему способствовало усиление контроля за качеством и укрепление правовой базы деятельности печати Китая.

В 1950 году во всей стране насчитывалось 205 названий газет, их годовой тираж составлял чуть более 400 млн экземпляров. С 80-х годов минувшего столетия процесс издания газет стал развиваться очень быстро. Сложилась многоярусная и разносторонняя газетная индустрия, центром которой стала партийная печать. Наряду с партийными изданиями и органами общественных организаций в Китае стали активно издаваться дневные, вечерние, утренние и еженедельные газеты, газеты для крестьян, рабочих, предприятий и разных специалистов. Некоторые газеты печатают преимущественно экономическую и научно-техническую информацию, другие удовлетворяют культурные нужды народных масс. К маю 1998 года в Китае насчитывалось уже 2160 названий газет, годовой тираж которых составил 26 млрд экземпляров. В последние годы эти показатели значительно возросли.

С 1995 года началось бурное развитие такого важного сегмента меди-апространства Китая, как городская пресса. Особенно явно развитие городской печати заметно в крупных провинциях, одной из которых является провинция Хэнань. Эта территория находится в зоне второй ступени лестницы, переходящей в третью ступень (в целом рельеф в Китае опускается с запада на восток в виде четырехступенчатой лестницы). Хэнань – самая населённая провинция Китая. По состоянию на конец 2000 г. население провинции составляло 95,55 млн человек. В провинции проживают представители более пятидесяти национальностей: ханьцы, хуэйцы, монголы, маньчжуры, чжуаны, мяочане, тибетцы, уйгуры, лияне, корейцы, туцзяне, байцы и др. В провинции Хэнань 17 городов.

Одной из первых городских газет периода модернизации социально-экономической сферы стала газета «Хуаши душбао». Рост городских га-

зет – важный процесс, который всегда рассматривался как историческая необходимость. Во всех городах и провинциях Китая выходит разнообразное количество городских газет. В одном из самых крупных городов провинции Хэнань издается очень популярная газета «Лоян Ваньбао» («Вечерняя газета Лояна»). Ее первый номер вышел в свет 1 января 1994 года. Формат газеты – А3, объем – 20 полос, выходит каждый день, тираж насчитывает около 100 тысяч экземпляров. Самой крупной газетой провинции Цзилинь является газета «Синьвэнь хуабао» («Китайские новости»), которая издается в городе Чаньчуни тиражом 500 тыс. экземпляров. 3 марта 1993 вышел в свет номер «Хуаньчуй Шибяо» – городской газеты города Хуаньчуй. Это современная газета, задействованная в мировом глобальном медиaprостранстве, связанная с 90 странами мира, в которых работают более 350 журналистов, специальных корреспондентов. Эта городская газета издается тиражом более чем в 2 миллиона. Одна из популярных городских газет провинции Хэнань – газета «Дахэ Бао» («Газета большой реки»), которая была создана 1 августа 1995 г. Это авторитетная городская газета, относящаяся к разряду качественных изданий. Внимание газеты сосредоточено на повседневных проблемах жителей региона. Не случайно она занимает первое место по тиражу (6831 экз.) и популярности. «Наньфан Жибао» («Южная дневная газета») была создана 23 октября 1949 г. в городе Гуанчжо. Однако эта газета распространяется она не только в Гуанчжо, но и во многих других южных городах Китая. «Баиньгуолэ Жибао» («Дневная газета в Баиньгуолэ») – городская газета автономной области Синцзянь – была создана 1 января 1960 г. Выходит на трех языках – монгольском, уйгурском и китайском. Публикации в газете посвящены вопросам культуры, политики, образования, экономики, спорта. Газета «Ласа Ваньбао» была создана 1 июля 1985 г., она распространяется в автономной области Тибета. Эта городская газета с преобладанием политических тем выходит на двух языках – тибетском и китайском. 6 июля 2009 г. газета была реорганизована в исключительно массовое издание с преобладанием публикаций на темы культуры. «Шаотонь Жибао» («Городская газета в Шаотони») выходила с 8 апреля 1950 г. по март 1961 г., после чего была закрыта. 1 октября 1984 г. издание газеты было возобновлено с добавлением приложений – «Чжомо», «Цзинци Чжокань», «Шэху Чжокань», «Вэньхуа Чжокань» и многих других. Такая реструктуризация издания – частое явление в Китае.

Читателями китайских городских газет являются горожане. Когда китайская социальная структура стала активно развиваться, оптимизировались процессы модернизации и урбанизации, рост городской печати стал объективно закономерным и естественным явлением в контексте исто-

рического и социально-культурного развития. За последние 30 лет число городских газет увеличилось в 10 раз, т. е. со 186 до почти 2000 названий. Менялись структурные, качественные и количественные характеристики прессы, а также механизмы ее регулирования и саморегулирования. Весомым фактором развития СМИ стала конкуренция.

СУГЕСТЫЎНАЯ ЛІНГВІСТЫКА: ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ УПЛЫВУ

К. Г. Шантыка

Камунікаванне чалавека становіцца з кожным днём усё больш разнастайным: амаль штогод мяняюцца яго формы, і гэты працэс набірае моц. Кожны з нас адыгрывае сваю сацыяльную ролю ў шматполюсным соцыуме, чым садзейнічае стварэнню своеасаблівай стратыфікацыі грамадства. Сучаснік імкнецца да афіляцыі, далучаецца да адной з сацыяльных груп, тым самым падпарадкоўваецца законам і правілам жыцця гэтай групы. Але часам яго могуць «прапісаць» да адной з іх, накіроўваючы ход уласных думак. У гэтым і заключаецца сутнасць сугестыі.

Сугестыя (ад лац. *suggestio* – *унушэнне*) – працэс і вынік змены паводзін чалавека (аб’екта ўплыву), яго ўстановак, намераў, уяўленняў і ацэнак у ходзе мэтавай камунікацыі.

Асноўным спосабам уплыву на чалавека з’яўляецца вербальны. Ён дазваляе ўздзейнічаць як на аднаго чалавека, так і на масы, і не заўсёды ёсць гарантыя, што ўплыў прамой будзе станоўчым і за ім не схавана маніпуляцыя. Вывучэнне ўздзеяння слова на свядомасць чалавека ёсць прадмет сугестыўнай лінгвістыкі.

Акрамя таго, сугестыўная лінгвістыка – гэта набор моўных шаблонаў і прыёмаў максімальнага ўздзеяння на падсвядомасць чалавека. Мэта іх прымянення можа быць самай рознай: пачынаючы ад псіхалагічнай дапамогі і заканчваючы выцягваннем з ахвяры зберажэнняў. Таму сугестыўная лінгвістыка шырока выкарыстоўваецца ў рэкламе, палітыцы, маркетынгу, а таксама ў побытавых зносінах паміж людзьмі. Бо любая камунікацыя па сваёй сутнасці можа ўключаць у сябе пэўныя маніпулятыўныя стратэгіі і тактыкі. Аднак мэтанакіравана прымяняць іх умеюць далёка не ўсе.

На жаль, гэтая праблема на сёння застаецца яшчэ амаль недаследаванай. Таму даволі актуальным уяўляецца выпрацоўка класіфікацыі, заснаванай на крытэрыях уплыву на падсвядомасць чалавека. Паводле аналізу даступных крыніц, намі прапануюцца тры групы метадаў: метамоўныя, клішаваныя і сэнсэтыўныя.