

ционально-этническом плане происхождение. Развитие мощного индустриального сектора этого региона определило специфику его журналистики, которая заключалась в прочной связи с научной коммуникацией в области горно-механического и инженерного дела, не исключая стремления к литературно-художественной деятельности, что в дальнейшем вызвало необходимость утверждения соответствующего типа периодики. Литературно-художественная составляющая творческого процесса на Донбассе наиболее глубоко и выразительно воплотилась в журнальной прессе, раскрывая социальную природу журналистики, подчеркивая ее созидательный аспект в удовлетворении духовных запросов восточноукраинского общества.

Чжан Хайянь

Белорусский государственный университет

ВУЛЬГАРИЗАЦИИ НОВОСТНОГО КОНТЕНТА В КИТАЙСКОЙ ПРЕССЕ

Городская газета – это популярная газета, главными характеристиками которой являются «массовость», «популяризация», «увлекательность». По сути, эти определения больше соотносятся с массовой культурой. Китайской городской печати свойственна определенная коммерциализация. Это продиктовано условиями рыночной экономики, предусматривающей рост потребительского спроса на товары. Журналистский контент – тоже товар, предназначенный для массового потребления.

В китайских городских газетах большой удельный вес информации, способной резко привлечь внимание необычными историями, событиями, не имеющими официальных подтверждений, но содержащими «коммерческую ценность». Курс на коммерциализацию превратил городскую газету в центр увлекательных историй и «талисман», обещающий читателям приятное время. Если эту тенденцию не контролировать, то это может привести к «вульгаризации» информации как таковой. «Вульгаризация» – это такое явление, когда СМИ в новостных сообщениях пренебрегают социальной значимостью, угоджают потребностям аудитории, предлагая порой низкопробную информацию. Они в большей степени акцентируют внимание на эмоциях и воздействуют на органы чувств с помощью сенсационного материала и запутанного сюжета и даже создают ложные новости для привлечения читателей. Например, китайский ученый Ч. Дзянганг отметил, что некоторые СМИ «преуве-

личивают и продвигают социально малозначимые, морально невысокие события с дурным социальным влиянием; даже при важных новостях они действуют по линии наименьшего сопротивления: игнорируют поиск истинной причины данного события, скрывающейся в глубинах социума, и уделяют слишком много внимания пустякам и поверхностным явлениям, чересчур преследуют увлекательность сообщения, создают эффект “шумихи”, привлекают “взгляд” массовой аудитории» [1, с. 6].

В настоящее время явление «вульгаризации» наводнило весь мир китайских СМИ, в том числе и городской прессы. Среди наиболее предпочтительных тем в наших изданиях появились темы секса и насилия, сенсаций и скандалов. Преклонение перед потребительством, повышение степени меркантильности способствует даже появлению ложных новостей.

Китайская городская газета – это нынешняя «главная зона бедствий», пространство фиктивных новостей. В городской газете провинции Хэнань были опубликованы такие ложные новости, как «Джет Ли снова вернулся в Цинхай практиковать буддизм»; «Пекинский храм Конфуция: воздвигнут памятник победителям на едином госэкзамене для поступления в вузы»; «Соотношение поступающих на горячую должность составило 4700:1». Кроме того, если раньше городская газета публиковала ложные новости в сфере экономики, то в настоящее время это стало распространяться и в сферы культуры, спорта. Такой прием, как «фабрикация ложных новостей», дает временный результат, но в конечном итоге приносит непоправимый вред журналистике, где всегда главным принципом был принцип правдивости.

Потребности человека от самой простой до самой высокой представляют собой пирамиду, у основания которой находятся физиологические, материальные потребности, а все духовные, интеллектуальные потребности находятся на самом вершине этой пирамиды. Можно увидеть, что потребности человека имеют уровни и ступени. Если новости удовлетворяют только потребности низкого уровня и не удовлетворяют духовные потребности аудитории, то СМИ переходят границу, едва отделяющую «развлекательность» от «вульгаризации». В удовлетворении культурных потребностей аудитории СМИ всегда играли важную роль. Но, потакая вкусам массовой аудитории, журналистика незаметно способствует внедрению вульгарного стиля низких образцов массовой культуры. В конечном итоге это способствует ослаблению способности человека к самостоятельному мышлению, к рефлексивному осмыслению социальных проблем. На самом же деле главное, в чем есть потребность у

аудитории СМИ, – это получение правдивой, серьезной, значимой, содержащий смысл информации. Считается с этой потребностью аудитории – одна из важных функций СМИ, приравниваемая к общественной обязанности. Ведь общеизвестно, что журналистика должна способствовать прогрессу общества и помогать индивидуальному развитию.

Літаратура

1. Дзянгнан, Ч. Вульгарность: понимание аудиторией разницы в новостных докладах / Ченг Дзянгнан. – Хэпэй: Цэйсебиань, 2005 (на кит. яз.).

Ларыса Цімошык

Газета «Літаратура і мастацтва»

КУЛЬТУРАСТВАРАЛЬНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ СМІ

У найноўшай гісторыі беларускага грамадства сродкам масавай інфармацыі належыць асаблівая роля – актыўны ўдзел у працэсах трансфармацыі сацыякультурнай рэчаіснасці. Перажыўшы разам з грамадствам у XX стагоддзі розныя катаклізмы, абумоўленыя знешнімі і ўнутранымі прычынамі, беларуская прэса стала ўсведамляць і пазіцыянаваць сябе як СМІ незалежнай краіны. Аднак зменаў у грамадстве і свядомасці людзей было абумоўлена змяненне адносінаў да месца, задач і функцый, якія павінны выконваць СМІ.

У новых умовах працы сродкам масавай інфармацыі сталі ўласцівыя іншыя функцыі, якія прыцягваюць увагу тэарэтыкаў друку ў постсавецкай прасторы. Вывучэнне функцый журналістыкі – асобны накірунак у яе даследаваннях. «Функцыі (лат. *functio* – “абавязак, прызначэнне, характар дзейнасці, выкананне абавязкаў”) журналістыкі характарызуюць сукупнасць яе абавязкаў і задач, якія яна выконвае, спосаб жыццядзейнасці ў грамадстве» [1, с. 53]. Пры гэтым СМІ разглядаюцца, з аднаго боку, як сацыяльны інстытут, які ўключае ў сябе сукупнасць іншых падсістэм, а з другога боку – як асобная сфера дзейнасці, якая мае на ўвазе сукупнасць вынікаў, якія дасягаюцца ў працэсе гэтай дзейнасці.

Уплыў СМІ на грамадства абумоўлены заканамернасцямі функцыянавання і развіцця самога грамадства. Сродкі масавай камунікацыі з’яўляюцца ўмовай забеспячэння пэўных сістэмных якасцей грамадства. Акрамя таго, уплыў абумоўлены ўласцівасцямі саміх СМІ – сутнасцю іх працы, якая задавальняе канкрэтныя інтарэсы грамадства.

Пры дапамозе катэгорыі функцыі з мноства функцыянальных сувязяў СМІ на першы план выходзяць тыя, якія з’яўляюцца першачарговымі на