тнеры. Я глубоко уверен, что под личной заботой глав наших стран отношения всестороннего стратегического партнерства будут и далее укрепляться и расширяться, а завтра для наших стран будет еще более прекрасным» [1].

Литература

1. Выступление Посла КНР в Доме дружбы Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Далекий и близкий Китай. – Режим доступа: http://my-china.by/main/78-vystuplenie-posla-knr-v-dome-druzhby-rb.html. – Дата доступа: 6.11.2016.
2. Гришкевич, А. Дин Жуцьзюнь: Беларусь – одна из важнейших для Китая стран на новом Шелковом пути [Электронный ресурс] / А. Гришкевич // БЕЛТА. – Режим доступа: http://www.belta.by/interview/view/belarus-odna-iz-vazhnejshih-dlja-kitaja-stran-na-novom-shelkovom-puti-5137/. – Дата доступа: 29.10.2016.
3. Шамякина, Т.И. Культурные достижения китайской классической эпохи Хань и их влияние на цивилизацию Запада / Т.И. Шамякина // Пути Поднебесной: сб. науч. тр. Вып. IV.– Ч. 1. – Минск, 2015. – С. 283–286.

Маджид Аль Бослани
Белорусский государственный университет

ПОПЫТКА ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ АРАВИЙСКИХ МАССМЕДИА

По нашему убеждению любая попытка теоретического осмысления перспектив и направлений развития СМИ как системы не будет иметь положительного результата без учета изменений и тенденций в данной сфере человеческой деятельности.

По мнению ведущих белорусских учёных-исследователей современной теории средств массовой информации и коммуникации журналистику следует рассматривать посредством системного подхода как единый тип профессиональной творческой деятельности, которая интегрирует в себе выполнение комплекса общественно значимых функций. Именно журналистика выступает системообразующим фактором, который определяет развитие и включение каждого из средств информации в процессы массовой коммуникации.

Средства массовой коммуникации вырабатываются в результате исторически развивающейся той или иной человеческой общности и тесно связаны с постоянным обновлением ее потребностей. Вместе с

тем ее составляющие элементы, предназначенные для передачи сообщений в фиксированной форме, в историческом контексте постоянно совершенствуются и фактически представляют собой прототипы современных средств массовой информации.

Отсюда массовая коммуникация современной наукой рассматривается как эффективное, но опосредованное взаимодействие между людьми в веками сложившемся сообществе с помощью общепринятых и понятных способов и средств. В качестве фундаментального примера одной из древнейших форм массовой коммуникации у разных народов ученые приводят устную и письменную речевую деятельность, универсальным средством осуществления которой служит язык. «Люди видят реальность не такой, как она есть, – указывается, в частности, у М. Кастельса, – но такой, как наши языки позволяют нам видеть. А наши языки – это наши средства информации» [1, с. 128].

Исторически человек постоянно занимался совершенствованием структуры массовой коммуникации. Прежде всего возможностью дополнить, а, в лучшем случае, заменить, зафиксировать, тем самым стимулировать речь с помощью специально создаваемого человеческим разумом инструментария. При этом исторический опыт показывает, что новые ресурсы микроэлектроники по скорости и простоте применения намного превосходят природные.

Современный этап ускорения и преобразования массовой коммуникации наиболее интенсивен, он связан с широким применением научно-технических достижений, он перерос в индустриальное обеспечение системного формирования СМИ как важнейшего социального института, и связанную с ним профессиональную деятельность людей – журналистику.

Ученые отмечают, что эти закономерности проявились в обществах и странах с различными социальными и общественно-политическими укладами и культурной жизни. Поэтому ученые все больше приходят к выводу, что существующие специфические отличия не противопоставляют, а наоборот, дополняют цивилизационные варианты освоения людьми возможностей для обновления устаревших и образования более эффективных медиасистем и принятых в них моделей профессиональной журналистики. Так есть ли необходимость в обсуждении давней проблемы о «передовых» либо «отсталых» системах СМИ, задают вопрос исследователи, ведь сложились они в тех или иных странах и в разных условиях.

Во-первых, следует учитывать, что эти теории создавались в иных обстоятельствах и на основе устаревших взглядов, тогда на европейском и американском материках только начала оформляться периодическая печать и там никак не брались во внимание социально-исторические явления в других частях мира, скажем, Ближний Восток или Азия. Во-вторых, существовало старое понимание и совершенно необъективное, якобы, наиболее приемлемыми для развития социума и для понимания общественного статуса СМИ являются только западные тенденции, и, следовательно, их необходимо принять за общую норму. В этой связи сама постановка вопроса о выработке соответствующей коммуникационной политики с целью управления коммуникационными системами в развивающихся странах приобрела новый характер. Или массовая коммуникация, как не без основания отмечают исследователи, в результате определенной государственной политики будет функционировать по «тоталитарной модели». Или «превращение СМИ из института тоталитаризма в институт демократии» потребует соответствующих изменений модели и, следовательно, адекватной коммуникационной политики.

В этом свете выбор теоретической модели, в параметры которой вписываются реальные характеристики современного информационного пространства стран Аравийского полуострова, опирается на целый ряд актуальных факторов. Прежде всего, страны Аравийского полуострова устойчиво сохраняют в экономике, политике, культуре и пестроте социального уклада сложное переплетение традиций и современности, вчерашнего и сегодняшнего дня. С одной стороны, по ряду показателей экономического развития к концу второго тысячелетия некоторые из стран этого региона приблизились к уровню самых развитых европейских государств, а в оценке валового продукта на душу коренного населения, как, например, КСА и ОАЭ и превзошли их, а другие до сих пор по этим показателям остаются в прошлом веке.

Своей деятельностью СМИ, как правомерно отмечается сегодня во многих исследованиях, должны способствовать достижению целей национально-государственного строительства, содействовать решению приоритетных задач в экономике и потребностям развития конкретного общества.

Это мнение разделяют многие арабские ученые, которые исследуют возникновение, историю и становление национальной журналистики в комплексе с проблемами коммуникации, а также изучают формирование системы СМИ. Среди них необходимо назвать таких, как Абдаль-

Каримааль-Яффи, Абдаль-Рахман Аватыф, Ибрахим Нафиа. Их работы, как и многих других специалистов по информации и коммуникации, направлены на развитие современной теории арабской журналистики и конструктивный анализ практики национальных СМИ. Благодаря разрабатываемой нашими учеными модели развития, совершенно иную интерпретацию получают некоторые известные иноязычным специалистам факты и открываются новые, проливающие свет на широкую картину прошлого и настоящего журналистики арабского мира.

Прежде всего обратим внимание на «Модель развития», которой придерживаются известные арабские исследователи, суть которой позволяет воссоздать историческую ретроспекцию влияния идейно-духовных и культурных факторов, определивших безусловную ценность письменного и устного слова в арабской цивилизации. Выявление таких факторов помогает понять, что послужило источником возникновения и развития разнообразных феноменов национальной прессы, а в дальнейшем и других – аудиовизуальных средств массовой информации. В этом контексте аравийские массмедиа в начале нового века, на наш взгляд, представляет собой информационно-культурный феномен, возникший в результате этого сложного процесса цивилизации. Широкое внедрение новых информационных технологий в современные коммуникационные процессы и на их базе резкое повышение потенциала массовых коммуникаций повлекли за собой серьёзные изменения в социально-культурной практике арабского мира и его древнейшей части – странах Аравийского полуострова. С конца прошлого столетия, когда были осознаны первые результаты наступления так называемой «электронной эры», специалистами всего мира широко дискутируются политические, общественные, культурные, психологические последствия «парадоксов информационного века».

Этот процесс не минул и такие развитые арабские страны, как Королевство Саудовской Аравии, Республика Йемен, Объединённые Арабские Эмираты, эмиратские княжества Персидского залива. Вместе с тем научно-технические достижения и развитие более совершенных средств получения, консервации, обработки и передачи информационных данных заставляют поставить на обсуждение вопрос, касающийся не только общечеловеческого прогресса, но конкретного состояния того или иного общества. В этом смысле «парадоксы информационного века» демонстрируют не столько консолидацию, сколько столкновение интересов, конкуренцию между индивидуальным правом на коммуни-

кацию и правом государства, в рамках которого существует социум и конкретная личность. Более того, этот антагонизм противоречий распространяется и на конкуренцию между странами.

Мы считаем, что справедливо многие исследователи всё с большим убеждением отмечают, что разные уровни и неодинаковый удельный вес коммуникационного потенциала отдельных стран усиливают дифференциацию по степени ограничения их участия в общемировом информационном пространстве. Такие страны, а это, как правило, представители «развивающегося мира», выступают в качестве объектов воздействия возросших информационных потоков. Такое несправедливое и неравномерное распределение мировых информационных ресурсов неоднократно обсуждалась в рамках ЮНЕСКО.

Неоднократно говорилось в аналитических отчетах, которые были подготовлены по заданию этой организации, что при достижении во многих регионах мира значительного прогресса в развитии коммуникационных систем и росте знаний о путях функционирования СМК внутри общества, тем не менее, совершенная модель системы коммуникаций и соответственно информационного пространства как высокоорганизованной макросистемы пока не выработана. По нашему мнению, СМИ могли бы использоваться более справедливым и эффективным образом, если со стороны конкретного государства проводить адекватную национальную и международную политику в сфере коммуникации.

Ведь под коммуникационной политикой, как писал в свое время известный американский социолог Дж. Ли, и это по нашему убеждению совершенно актуально и в наши дни, понимается «совокупность принципов и норм, установленных с целью управления коммуникационными системами. Она постепенно формируется в контексте общего подхода общества к коммуникации и средствам массовой информации. Будучи производной от политической идеологии, социальных, экономических, культурных и правовых условий соответствующей страны и опираясь на соответствующие ценности, она стремится соотнести их с реальными потребностями системы коммуникации и обеспечить ей благоприятные условия для будущего развития». Однако, мы наблюдаем, как бы ни были убедительны рекомендации специалистов, ситуация в мире меняется слишком быстро, чтобы успевать за ними.

Так, с окончанием эпохи острого противостояния двух идейно-политических систем – капитализма и коммунизма, в социальную практику СМИ и научный оборот вошли такие понятия, как «открытое» и «закры-

тое» информационное пространство, связанные, в свою очередь, с такими дефинициями, как «открытое» и «закрытое» общество. Логика подсказывает, что композиция информационного пространства меняется в сторону ослабления действенности вертикальных потоков и увеличения влияния горизонтальных – «веерных» связей. Горизонтальные потоки информации шире охватывают общественные ориентации и интересы людей. Достаточно четко аргументирует наступившее положение исследователь марокканского телевидения Надия: «Сложившееся в результате исторической традиции взаимодействие определённых социальных духовных институтов, которые образуют культурное наполнение информационного пространства, сегодня в значительной степени корректируется новыми интересами и потребностями общества. Последние широко отражают усиливающееся стремление людей к самостоятельности в выборе тех или иных средств информации, к критическому осмыслению их деятельности» [4, с. 73] .

Глобализация информационного пространства привнесла радикальные и устойчивые перемены в социально-политическую жизнь арабского общества, экономику, политику, идеологию, культуру, средства информации и коммуникации. Кроме того, в поле научного интереса современных исследователей оказывается регионально-типологический аспект. Поэтому особый научный интерес представляет изучение национальных моделей информатизации общества с точки зрения более глубокого понимания динамики медийного развития стран.

В этой связи сама постановка вопроса о выработке соответствующей коммуникационной политики с целью управления коммуникационными системами в развивающихся странах приобрела новый характер. Или массовая коммуникация, как не без основания отмечает белорусский исследователь О. Т. Манаев, в результате определенной государственной политики тех или иных стран будет функционировать по «тоталитарной модели». Или «превращение СМИ из института тоталитаризма в институт демократии» потребует соответствующих изменений модели МК и, следовательно, адекватной коммуникационной политики [2, с. 15; 3, с. 26]. На наш взгляд, очень важную мысль добавила в своём исследовании другой белорусский учёный Н. Т. Фрольцова: «Во главу угла рассмотрения расширяющегося спектра СМИ, включая прежде всего телевидение, выносится их доминирующая функция – способность к формированию общественного мнения и сознания, которые являются надстроечным фактором государственно-политических систем. Вопрос

только в том, интересы какой общественной группы или класса это мнение выражает» [5, с. 68].

Научная мысль «Востока» и «Запада», несмотря на различия социально- политических систем, в определении значения практического использования коммуникационных ресурсов в жизни общества, практически сошлись в одном мнении, что если сравнивать научные подходы анализа нового эмпирического материала, то преобладание структурно-функциональной методологии сближает и тех и других. Интересно и то, что американские исследователи прессы ещё в 50-е годы прошлого столетия выдвинули идею о необходимости выделить четыре типа социального статуса печати, а следовательно и других – новых средств массовой информации.

А именно: первый тип является авторитарным, в рамках которого пресса рассматривается как инструмент государственной политики принуждения. Этот тип соотносится со структурами феодально-абсолютистских режимов, при которых печать полностью обслуживает интересы власти, не интересы масс. Второй тип называется либертарианским и его утверждение происходит в эпоху Просвещения, становления гражданского общества и признания естественного права на поиск истины. Пресса указывает гражданам путь к свободе, изменению гражданского статуса личности, подрывая устои авторитаризма. Третий тип прессы «электронной эры» зарождается с наступлением бурного развития новых электронных средств коммуникации и наступлением информационной революции, характеризующийся созданием равных для всех членов общества условий к доступу, выбору и критической оценки информации. Четвёртым типом некоторые исследователи называют прессу периода советской власти, отражающим концепцию советской печати. Здесь СМИ выступают коллективным партийным пропагандистом, агитатором и организатором [6, с. 121].

В этом свете выбор теоретической модели, в параметры которой вписываются реальные характеристики современного информационного пространства стран Аравийского полуострова, опирается на целый ряд актуальных факторов. Прежде всего, будучи одними из наиболее исламизованных арабских государств, страны Аравийского полуострова сохраняют, как мы отмечали выше, сложное переплетение традиций и современности, вчерашнего и сегодняшнего дня. Вместе с тем, по ряду показателей экономического развития к концу второго тысячелетия некоторые из стран региона, например Саудовская Аравия, приблизились

к уровню самых развитых европейских государств, а другие страны, наоборот, например, как Республика Йемен, до сих пор по этим показателям остаются в прошлом веке. На наш взгляд, необходимо подробнее раскрыть этот феномен в аравийском мире.

Литература

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; под ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 680 с.
2. Манаев, О. Г. Теоретические истоки тоталитарной модели массовой коммуникации // Философия и социологическая мысль. – Минск, 1991. – № 5. – С. 11–21.
3. МЕЕО. – 1988. – № 160. – С. 26.
4. Массовая информация и коммуникация в современном мире: Сб. обзоров. – Ч. 3. – М.: ИНИОН, 1991. – С. 230.
5. Фрольцова, Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации / Н. Т. Фрольцова. – Минск, 2003. – 217 с.
6. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998. – 223 с.

Татьяна Марчак

Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенко (Украина)

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО МИРА РЕБЕНКА

Реклама относится к загадочным феноменам всей сферы масс-медиа. Сегодня речь идет нетолько о том, чтобы адекватно и с представлением информированных деталей описать объекты, которые предлагаются, сообщая об их наличии и цене. Реклама прибегает к психологическим средствам, которые действуют комплексно и пытаются обойти когнитивную сферу, склонную к критике. Сознательное внимание активизируется только в течение очень короткого времени, так что для критического оценивания или продуманного выбора не остается времени. Дефицит времени компенсируется выразительностью. Кроме того, в рекламных роликах темы и изображения меняются от момента к моменту без малейшего внимания к «интертекстуальности».

Рекламные сообщения, направленные на детскую аудиторию, содержат множество повторов, чтобы ребенок мог запомнить товар, и уже потом выделил его среди других. Предыдущим опытом служат первые увиденные ребенком выпуски рекламы: они формируют представления