Научная статья
Original article
УДК 37
DOI 10.55186/26584964_2022_5_3_3

ПОЛИТИКА СМИ В ЙЕМЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И ПУТИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

MEDIA POLICY IN THE REPUBLIC OF YEMEN AND WAYS OF ITS DEVELOPMENT

Аль-Имад Факир Мухамед - кандидата филологических наук, Российский университет дружбы народов (ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия,117198), alemad.faker@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4215-537X [Факир Аль-Имад]

Al-Emad Faker Mohammed - PhD of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (st. Miklukho-Maklaya, 6, Moscow, Russia, 117198), alemad.faker@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4215-537X [Faker Al-Emad]

Аннотация. Статья посвящена аналитическому исследованию медиа политики в Йеменской Республике и путей ее развития. Значимость темы исследования заключается в том, что в статье рассматриваются и обсуждаются понятие и значение медиа политики, а также медиа планирования, согласно научно-практической методологии с ее размерами, эффектами, тенденциями и другими основными аспектами медиа политики, определяемыми элементами медиа процесса. Автор также проливает свет на понятие и значение медиа политики, разногласия в концепции медиа политики и методы фактического воплощения конкретных целей, объясняя тенденции, политику и практику, которые могли бы усилить позитивное влияние йеменских СМИ. как на внутреннем, так и на внешнем уровнях, и максимально использовать революцию в области информационных технологий и пространство.

Целью данной статьи: является изучение и анализ политика СМИ в Йеменской Республике и пути ее развития. Данная проблематика в

недостаточной степени освещена в научной литературе на русском языке и иностранных языках, что предопределяет научную новизну исследования.

Abstract. The article is devoted to the analytical study of media policy in the Republic of Yemen and the ways of its development. The significance of the research topic lies in the fact that the article examines and discusses the concept and meaning of media policy, as well as media planning, according to scientific and practical methodology with its dimensions, effects, trends and other main aspects of media policy, determined by the elements of the media process. The author also sheds light on the concept and meaning of media politics, the controversies in the concept of media politics and the methods of actually implementing specific goals, explaining the trends, policies and practices that could enhance the positive impact of the Yemeni media. both internally and externally, and make the most of the information technology revolution and space.

The purpose of this article: is to study and analyze the media policy in the Republic of Yemen and the ways of its development. This issue is insufficiently covered in the scientific literature in Russian and foreign languages, which predetermines the scientific novelty of the study.

Ключевые слова: Политика СМИ в Йеменской Республике и пути ее развития.

Key words: Media policy in the Republic of Yemen and ways of its development.

Введение

Вопрос о достижении всеобъемлющей легализованной политики в отношении СМИ по-прежнему вызывает много споров среди руководителей, лидеров, практиков и администраторов СМИ, а также среди некоторых интеллектуалов. Возможно, причиной этого противоречия является двусмысленность концепции медиа- политики, которая ограничивается медиа- контентом только путем определения целей или «общих задач», которые, как ожидается, будут достигнуты, даже без преобразования этих целей в подробные планы и программы.

В дополнение к этой концепции, игнорирующей другие основные аспекты медиа- политики, которые определяются элементами хорошо известного медиа- процесса : «контактное лицо - средство - цель - сообщение - аудитория».

С другой стороны, все еще есть те, кто утверждает, что вопрос о разработке всеобъемлющей политики в отношении СМИ может противоречить Праву на информацию и свободу выражения мнения.

То, что было поднято по этому поводу и до сих пор остается, не ограничивалось нашим обществом, но каким-то образом было поднято во

многих развитых и развивающихся странах, на уровне специализированных и академических организаций и средств массовой информации.

Однако явление медиа-политики стало одним из требований времени в рамках государственных всеобъемлющих планов. Даже в западных странах есть интерес к медиа планированию в некоторых секторах, таких как издательское дело и производство, а внешние СМИ основываются на общей стратегии государства.

Медиа-политика Республики Йемен зависит от общей политики государства, основывается на принципах и ценностях исламского шариатского закона, укрепления национального единства, на целях и принципах йеменской революции и Конституции, а также на демократических тенденциях в поддержку свободы выражения мнений.

Йеменские СМИ активно участвуют в жизни йеменского общества, уделяют особое внимание положению йеменской семьи и решению многих йеменских проблем, таких как искоренение неграмотности, решение проблем здравоохранения, сосредоточение внимания на культурном наследии и его возрождении.

На внешнем уровне средства массовой информации стремятся показать Йемен как страну-личность и представить позицию Йемена в отношении арабских, исламских и международных проблем, подтверждая уважение прав человека, прав народов и отдельных лиц, а также содействовать справедливости и миру. Все это подтверждает добрососедство, взаимоуважение и невмешательство в дела других государств.

Медийная политика помогает достичь благородных целей гуманитарного, патриотического и гуманного развития. Эта политика используется для обслуживания масс, развития и построения государства, для знакомства с Йеменом через мировые СМИ, и для акцентирования внимания на использовании новейших информационных технологий [1].

Медиа-политика подчеркивает необходимость мотивации в своей повседневной работе со СМИ для того, чтобы люди могли взять на себя ответственность за национальное строительство и прогресс общества.

Все средства массовой информации должны разработать подробные планы политики и методов работы, которые будут усиливать положительное влияние средств массовой информации на внутреннем и внешнем уровнях, с тем, чтобы максимально использовать революцию в области информационных и космических технологий, оказывать поддержку работе СМИ, развитию её институтов , предоставления им человеческого потенциала и материальных ресурсов. Для достижения своей цели средства массовой информации должны принимать все вызовы цивилизации, которые

подчеркивают расцвет свободы, демократии и прав человека, должны поощрять ответственную и творческую практику, и обеспечить поток информации. Основы и отправные точки медийной политики основаны на константах - исламском праве - национальном единстве - целях и принципах йеменской революции - конституции.

Стратегия, на которой основана работа СМИ, это приверженность свободе выражения мнений и свободе прессы, а также вложение творческой энергии в процесс всеобъемлющего национального строительства во всех сферах демократической жизни и развития, а также в укрепление основ Сообщества единства, свободы, и победы прав человека и ценностей равенства, справедливости, братства, мира, безопасности и стабильности .

Еще одна цель - кристаллизовать национальное общественное мнение – просвещенное, вооруженное ясным видением событий и требований, чтобы противостоять им со всеми возможными возможностями, и способное принимать позиции и решения в отношении них в свете совершенных действий национального и гуманитарного характера, обязанности и ответственность, разработку и поглощение изменений.

Подчеркиваем, что сообщение средств массовой информации является правом человека и общества, а средства массовой информации с их аудиовизуальным, читаемым и визуальным оборудованием принадлежат всем, и их основная функция во всех случаях - это законные цели масс - достижение спокойствия и социального процветания. Это требует, чтобы средства массовой информации играли свою роль в управлении поведением граждан и побуждали их выполнять свои обязанности во всех сферах строительства и развития, чтобы обеспечить безопасность родины и граждан, а также сделать общество невосприимчивым к преступлениям и смертельным заболеваниям, какими бы они ни были, и бороться с ними в соответствии с конкретным планом действий, согласованным с соответствующими органами . Что также включает создание полной гармонии между потоком разнообразных знаний, обеспечением доступа к информации, анализам и тенденциям, а также требованиями для улучшения национальной, гуманитарной и творческой работы в новом йеменском обществе, а также в его отношениях с государственными властями и их отношения друг с другом.

Подчеркиваем необходимость уделять внимание прессе, гарантировать ее свободу, сохранять достоинство журналистов и писателей, поощрять их к конструктивной и ответственной критике и воплощать согласованность принципа свободы с принципом ответственности в работе СМИ.

В дополнение к набору обязательств, утверждений и ориентаций [2] они в целом ближе к формулировке и преамбуле, но противоречат реальности и действительности, «если это не тушь на бумаге.»

Работа СМИ в Йемене требует создания рамок и среды, обеспечивающей безопасность работы СМИ, и развития творческих способностей, совершенствованием способностей и талантов, развитием медиа- дискурса и повышением доверия к нему.

Приверженность, объективность и порядочность. Удовлетворяйте потребности йеменского общества и служите интересам родины.

Необходимо, чтобы работа СМИ характеризовалась четким подходом, основанным на прозрачности в рассмотрении проблем общества и освещении проблем в духе конструктивной критики, направленной на корректировку путей к реформе, устранение аспектов и форм коррупции, в направлении углубления концепции единства страны и стремления народа к демократическому, унитарному и справедливому развитию Йемена , согласно философско-правовой базе, направленной на углубление концепции единства страны и философии демократического строя - политического, экономического и социального.

СМИ также должны играть важную роль в управлении поведением граждан и продвижении исламских, человеческих и цивилизованных ценностей и принципов, а также роли СМИ в противодействии девиантным действиям и поведению, а также в противодействии действиям, враждебным национальному единству.

Отметим здесь, что вопрос о завершении комплексной информационной политики все еще не окончательно развит. Это вызывает много противоречий между лидерами СМИ, практиками и руководством. Возможно, источником этого противоречия является неоднозначность концепции медийной политики, которая ограничивается медийным контентом только в процессе разработки общих целей, и которая надеется превратить эти цели в подробные планы и программы. В дополнение к игнорированию этой концепции, другие ключевые аспекты медийной политики определяются через элементы информационного процесса, известные как «коммуникация, цель, сообщение и общественность».

С другой стороны, вопрос по-прежнему остается спорным – о комплексной политике средств массовой информации, права на информацию и свободу выражения. То, что поднималось по этому вопросу, не ограничивалось нашим обществом, оно присутствует во многих развитых и развивающихся странах, на уровне специализированных и академических организаций, средств массовой информации, но явление политики в области

СМИ стало требованием времени и общей частью государственных планов. Даже в западных странах есть интерес к медиа- планированию в её некоторых секторах, таких как публикация и производство.

Зарубежные медиа- и инженерные организации опираются на общую стратегию государства.

Начиная с 1970- х годов Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) придает особое значение политике в области средств массовой информации с учетом технологической революции в области коммуникации, которая сделала коммуникацию очень сложным и влиятельным социальным явлением в различных социальных, культурных, образовательных и политических областях.

В 1972 г. ЮНЕСКО призвала своих членов разработать национальную коммуникационную политику и опубликовала серию исследований о национальной коммуникационной политике в мире с 1974 г [3].

Для того, чтобы «познакомить членов государства с концепцией коммуникационной политики на всех уровнях: правительственном , институциональном и профессиональном», ЮНЕСКО провела серию межправительственных конференций для обсуждения коммуникационной политики в регионах третьего мира. В дополнение к докладу Международного комитета по проблемам связи, ЮНЕСКО определил Комитет «Макпрапр», который завершил свой доклад в май 1980 года. Доклад способствовал освещению различных аспектов политики в средствах массовой информации в общем, и его политической ветки в частности.

Концепция медиа- политики: Определение, принятое ЮНЕСКО в отношении коммуникационной политики и средств массовой информации, которое в настоящее время превалирует, заключается в том, что коммуникационная политика гласит: «Общие принципы и стандарты, регулируют деятельность государства в организации, управлении, мониторинге и оценке, а также гармонизации различных систем и форм коммуникации Арабская организация по образованию, культуре и науке. Информационные стратегии, информация , информационное планирование, информационная политика » [4].

Исходя из этой концепции, следует:

- Медиа- содержание и коммуникация.
- Существующие информационные и коммуникационные системы передачи информации, их структура и функции, законы, которые были созданы и приняты, как они трансформируются с этикой, установленной для их деятельности, а также внутренние и внешние политические аспекты.

- Качество их бенефициаров и их географический, культурный, социальный и экономический статус.
- Качество используемой технической связи, ее потенциальные пределы и ее влияние на другие внутренние элементы в процессе коммуникации.
- Процессы, связанные с оценкой результатов деятельности средств массовой информации и коммуникации, в частности тех, которые связаны с социальным, культурным и образовательным воздействием.

Когда мы говорим о «медиа- политике», мы имеем в виду, что существует всеобъемлющая и национальная медиа-политика со своей под- политикой для каждой медиа- организации, а также с различными коммуникационными мероприятиями. Конечно, медиа-политика интегрирована в свете комплексной медиа- политики, которая, в свою очередь, определяется в свете государственной политики.

Медиа- планирование. Планирование является следующим шагом в разработке политики. Если медиа-политика – это план информационных и коммуникационных мероприятий для достижения конкретных целей, то следующим логическим шагом будет преобразование этой политики в конкретные планы, которые реализуются на практике.

Информационное планирование, как и любое другое планирование, «использует имеющиеся человеческие и материальные ресурсы, которые могут быть предоставлены в течение запланированных лет для достижения конкретных целей в контексте медиа- политики и коммуникации, с оптимальным использованием этих возможностей» [5].

Процесс планирования требует:

- Определить цели, которые должны быть достигнуты в различных областях СМИ: человеческие, технические, административные и т. д., а также цели в других областях развития: политической, экономической, культурной и социальной.

Основные принципы, используемые в планировании:

- Определение временного периода (среднесрочного или долгосрочного).
- Определение имеющихся человеческих и материальных ресурсов, которые могут быть предоставлены в течение периода действия плана.
- Определение и внедрение основных систем безопасности.

План должен быть:

- исполняемым.
- достаточно гибким, чтобы по возможности позволять изменения некоторых процедурных целей, если это необходимо.

Планы, основанные на политике СМИ, должны базироваться на принципе «демократического планирования, а не прикладной демократии». Участие

всего медийного персонала с лидерами, будь то в области административного или технического внедрения и т. д. В планировании это является предпосылкой для успешного выполнения поставленной задачи. Без сознательного и эффективного участия всех исполнителей, планирование становится неполным, потому что оно не основано на фактах и информации из его реальных источников, и превращается в простые бюрократические приказы [6].

Цели медийной политики в планировании, были обобщены и измерены арабским экспертом по СМИ, Саада Лабиба, где высказаны конкретные подходы к политике и медиа планировании.

1. Цель коммуникации. Она определяет социальную функцию СМИ, «радио, журналистику, телевидение и т. д.» в политическом и социальном контексте для государства. Это переводится в медиа-контент.
2. Социальное измерение. Это касается населения и его демографического состава, показателей будущих тенденций и доступа к информации, связанных с его аспектами и анализом.
3. Законодательное измерение. Оно имеет дело с законами, нормативными актами и системами, регулирующими деятельность СМИ, и позволяет ей двигаться к конкретным целям.
4. Экономическое измерение. В нем рассматриваются процедуры для обеспечения экономической эффективности и баланса между прибылью и расходами, и управлением ресурсами.
5. Организационно-административное измерение. Организация и управление - это процесс, который обеспечивает безопасность принятия решений в свете запланированных планов и гарантирует, что проект достигнет своих целей. Они подлежат постоянному пересмотру в свете меняющихся обстоятельств, последующих результатов и исследований.
6. Технологическое измерение. Оно включает в себя выбор и локализацию соответствующих коммуникационных технологий для работы в СМИ, производства и распространения информации, результатов исследований, средств и соответствующего опыта для противодействия давлению со стороны производителей.
7. Измерение медиа- инфраструктуры с точки зрения завершения ее планирования и реализации.
8. Профессиональное измерение. Это связано со средствами и системами, которые созданы для обеспечения повышения профессионального уровня работников, будь то для отбора или обучения всех видов профессии.
9. Измерение развития. Оно касается того, в какой степени медиа-планирование должно гармонизировать, согласовывать и продвигать планы

развития в областях образования, сельского хозяйства, здравоохранения, населения и других элементах общего развития государства.

10. Внешнее измерение. Оно включает в себя степень, в которой медиа-контент достигается для надлежащего общения с внешним производством арабского и зарубежного, и его участие в вопросах внешнего потока, обмена и совместного производства.

Источники медийной политики можно вывести из нескольких аспектов, наиболее важными из которых являются :

- Конституция во главе всех законов, которая определяет сферу общественных свобод, включая свободу выражения мнений.
- Закон о печати и публикациях.
- Законы об учреждении организаций СМИ, которые регулируют их общее движение, положения, пояснительные записки и административные решения, аспекты деятельности СМИ.
- Мониторинг практики деятельности СМИ.
- Заявления и выступления выше должностных государственных лиц, касающихся общих принципов, целей и планов средств массовой информации.
- Документы, выданные самим органом СМИ, определяют его политику или ее аспекты.

Все это источники, к которым исследователь должен обратиться, если он хочет изучать медиа- политику в разных измерениях в определенный период.

Оценка медийной политики является важным аспектом структуры политики и медиа-планов. Важно, чтобы кто-то проводил процесс оценки и был тесно связан с директором по политике и планированию в рамках структуры.[7].

Учитывая различные аспекты медийной политики и планов, мы можем разделить темы на три категории:

Первая категория: Она включает темы, по которым выполнение планов можно оценивать количественно и статистически, в том числе, например:

- Инженерные проекты, связанные с техническими аспектами производства, включая модернизацию, реконструкцию, техническое обслуживание и замену.
- Проекты по созданию и расширению наземных и космических сетей, сетей СВЧ и различных передающих станций.
- Операционные переносные студии, их техническое оснащение.
- Мониторинг передач различных служб, и подготовка статистической классификации программ, в зависимости от содержания, формата или целевой аудитории.

- Контроль подготовки стажеров и специалистов, продолжительность программ обучения, которые они посещали.

Они включают темы, по которым выполнение планов можно оценивать количественно и статистически, в том числе, например,:

- Инженерные проекты, связанные с техническими аспектами производства, включая модернизацию, реконструкцию, техническое обслуживание.
- Проекты по созданию и расширению наземных и космических сетей, сетей СВЧ и различных передающих станций.
- Операционные ставки студий и технического оснащения.
- Мониторинг часов передачи на различных службах и подготовка статистической классификации программ, которая касается разделения различных программ в зависимости от содержания, формата или целевой аудитории.
- Контроль подготовки стажеров и их специальности, а также виды и продолжительность программ обучения, которые они посещают.

Эти проблемы оцениваются в соответствии с информацией, предоставленной специализированными агентствами мониторинга СМИ и отчетами. Осуществление является частью процесса управления, осуществляемого Департаментом общественной информации.

Категория вторая. Она затрагивает оценку, связанную с аудиторией, в частности, отслеживание различных информационных услуг, его мнение т.д.

Категория третья. Эта категория поднимает вопросы связи средств массовой информации с социальными, образовательными, психологическими и политическими системами.

- Степень, в которой программы удовлетворяют культурные и медийные потребности различных групп и социальных сегментов аудитории слушателей и зрителей, например, направленные на детские программы или молодежные.
- Степень применения принципа «коммуникативной демократии», включая возможность выражать различные мнения, в том числе мнения, которые не являются удовлетворительными для органов власти, а также независимыми от участия общественности в планировании и реализации программ, безотносительно географического и социального положения граждан.
- Степень доверия с точки зрения читателей, слушателей или зрителей: достаточно ли оно, а также прибегают ли они к нему всегда, особенно в кризисных ситуациях. И какие факторы влияют на его подтверждение или ослабление.
- Насколько хорошо обучаемые извлекли выгоду из обучающих программ, будь то инженерные, программные или административные.

- Оценка потока информации и программ из-за рубежа, особенно в отношении телевидения, его размеры и источники. Какие критерии используются при выборе, и какому давлению подвергается контактное лицо в процессе.
- Отслеживание негативных и позитивных последствий программ для общественности, будь то увеличение объема информации или усиление тенденций, отношения и мнения.

Заключение:

Новому обществу необходимо принять комплексную, национальную политику в области СМИ, которая будет основываться на представленной нами концепции. Она имеет особый приоритет, который должен быть достигнут быстро, чтобы определить функцию, цели и путь СМИ.

Мотивы этой необходимости определяют :

- Медиа- функция.
- Сложившаяся ситуация со СМИ в Йемене.

Как это относится к средствам массовой информации и их функции? Нужно учесть технологическую революцию, охватившую весь мир, особенно в области информационных технологий, которая сделала СМИ социальным явлением, очень сложным и влиятельным в различных социальных, культурных, образовательных и политических сферах, что делает необходимым принятие политики, определяющей функции, цели и методы работы СМИ.

Эти прочные отношения больше не скрыты, что делается между национальными опциями с точки зрения политической жизни, экономической активности и социального обеспечения с одной стороны и национальных движений в СМИ с другой стороны. То, что работа СМИ не является независимой сама по себе, но главным образом связана с политикой, принятой и проводимой в различных секторах общества.

В этом контексте разъясняются различные аспекты медиа-функции, и мы суммируем наиболее важные из них в следующем:

- Политический аспект: предоставление возможности диалога всех сторон сообщества.
- Экономический аспект: интеграция медиа в разработку (чего?) - из-за важности роли СМИ в экономическом развитии.
- Социальный аспект: у СМИ есть социальная функция, направленная на то, чтобы помогать гражданам участвовать в общественной жизни.
- Образовательный и культурный аспект: осуществляется через единство ценностей. Основы развития образовательной политики, культуры и медиа складываются в одно направление.

- Финансовый аспект: ассигнования для секторов СМИ с точки зрения обработки и производства.

Задача, которая должна решаться, с политической точки зрения, это необходимость в экономическом и социальном развитии, которая будет повышать интерес граждан к участию в процессе развития, а также должна включать:

- Продвижение и развитие существующих структур, с точки зрения создания и обновления технического медиа- оборудования, а также подготовки квалифицированного персонала и т. д.
- Достижение демократии информационных ресурсов, и их создание. Особое внимание следует уделять потоку и обработке информации, а также созданию расширенной системы свободного распространения информации.
- Реализация национальной политики по продвижению творчества.
- Достижение оптимального управления государственными ресурсами в этом контексте.

Кроме того, нужно подчеркнуть функции СМИ и ее цели посредством политики, а это:

- правовое измерение: отстаивание право на сообщение новой концепции свободы выражения.
- экономическое измерение: укрепление позиций СМИ в экономическом развитии.
- технологическое измерение: понимание принятия, управления и использования современных технологий.
- образовательное измерение: пока СМИ не станут открытыми школами.
- культурное измерение: как стать культурой медиа-сервиса.
- социальное измерение: вознаграждение граждан за участие в общественной жизни.

Существуют базовые принципы, которые необходимы в реализации национальной политики в области СМИ. К ним относятся вопросы, связанные с

- потребностью комплексного развития общества.
- свободой.
- гарантией индивидуальных и коллективных свобод.
- развитием и раскрытием национально-культурной личности.
- защитой национальной самобытности от культурных проникновений.
- укреплением сотрудничества и сближения народов.

Эти вопросы напрямую связаны с

- политическими и идеологическими аспектами медиа- сообщений.
- расширением и углублением концепции права на общение.

- определением прав и обязанностей работников в сфере информации и коммуникации.
- отношением медиа с экономикой, культурой, наукой, образованием и развитием женщин, сельских и обездоленных групп.

Мы не можем утверждать, что отсутствие четкой политики в отношении средств массовой информации развито в практике СМИ йеменского общества. Следовательно, это является жизненно важной мотивацией для реализации данной политики.

Литература

1. Сайт Министерства информации Йемена //URL: http://www.yemen-media.gov.ye/(дата обращения: 10.09.2018).
2. Медиа-политика Йеменской Республики - https://yemen-nic.info/files/ministations/media/issuse/1.pdf - (дата обращения: 10.03.2018).
3. Архив фонда информационного агентства САБА. - Сана, 1993. Декабрь.
4. Арабская организация по образованию, культуре и науке. Информационные стратегии, информация, информационное планирование, информационная политика 1998.
5. Бутрос Халлак, СМИ, (Сирия: Аль-Руда- "Rawda" Пресс, 2009). С. 130
6. Веб-сайт- Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры /http://www.unesco.org/new/ar/natural-sciences/science technology/university-industry-partnerships/science-and-technology-park-governance/concept-and-definition/
7. Сидоров В.А. Политическая культура средств массовой информации. М.: Луч,1994.

References

1. Website of the Yemeni Ministry of Information //URL: http://www.yemen-media.gov.ye/ (date of access: 09/10/2018).
2. Media policy of the Republic of Yemen - https://yemen nic.info/files/ministations/media/issuse/1.pdf - (date of access: 03/10/2018).
3. Archive of the fund of the information agency SABA. - Sana, 1993. December.
4. Arab Organization for Education, Culture and Science. Information strategies, information, information planning, information policy 1998 .
5. Boutros Hallaq, Media, (Syria: Al Ruda - "Rawda" Press, 2009). S. 130

6. Website - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization /http://www.unesco.org/new/ar/natural-sciences/science technology/university-industry-partnerships/science-and-technology- park-governance/concept-and-definition/
7. Sidorov V.A. Political culture of mass media. M.: Luch, 1994.

© Аль-Имад Факир Мухамед, Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №3/2022.

Для цитирования: Аль-Имад Факир Мухамед Политика СМИ в Йеменской Республике и пути ее развития// Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №3/2022