
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

УДК 070(476(043.3))

НАУЧНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КИТАЙСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ НОВЫХ МЕДИА

ЦЗЯ ФАНЬ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

В хронологической последовательности анализируется научное сопровождение формирования китайской коммуникационной стратегии после появления в мире новых медиа (с конца прошлого века) и их влияние на трансформацию традиционных средств массовой информации. Рассматриваются научные публикации ведущих китайских ученых за последние 20 лет, а также китайские диссертационные исследования по данной тематике. В научных изысканиях прослеживается этапность, преемственность, углубление целей и задач, приближение к определению парадигмы новых медиа в целом, их утилитарного влияния и значения для китайских средств массовой информации.

Ключевые слова: журналистика; новые медиа; традиционные медиа; информационная стратегия КНР; научное исследование; средства массовой информации.

Образец цитирования:

Цзя Фань. Научные аспекты формирования китайской информационной стратегии в условиях новых медиа. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2019;1:69–76.

For citation:

Jia Fan. Scientific aspects of the formation of the Chinese information strategy in the new media. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics.* 2019;1: 69–76. Russian.

Автор:

Цзя Фань – аспирантка кафедры международной журналистики факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент Е. И. Кононова.

Author:

Jia Fan, postgraduate student at the department of international journalism, faculty of journalism.
jiafan0503@sina.com

SCIENTIFIC ASPECTS OF THE FORMATION OF THE CHINESE INFORMATION STRATEGY IN THE NEW MEDIA

JIA FAN^a

^a*Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus*

The article aims to chronologically analyze the scientific support for the formation of the Chinese communication strategy since the end of the last century, after the emergence of new media in the world, and their impact on the transformation of traditional media. The scientific publications of the leading Chinese scientists of the last 20 years, as well as Chinese dissertation research on this topic are considered. The scientific research traces the phasing, continuity, deepening of the target tasks, approach to the definition of the paradigm of new media in general, their utilitarian influence and significance for Chinese mass media.

Key words: journalism; new media; traditional media; information strategy of China; scientific research; mass media.

Введение

Информационная стратегия Китайской Народной Республики (КНР) формируется в соответствии с политическим курсом и национальными интересами страны. Теоретическое обоснование направлений в деятельности традиционных средств массовой информации воплощалось в практической реализации поставленных задач по социально-экономическому и культурному развитию государства. В последние десятилетия мир потрясли новые технологические открытия в коммуникационной сфере: появляются новые медиа, научные исследования в области коммуникативистики получают дополнительный импульс. Первые фундаментальные работы по этой теме появляются в Китае в начале 2000-х гг., впоследствии ученым приходится признавать быстрое изменение условий внедрения новых медиа в информационную сферу и рассматривать этот процесс более глубоко и детально.

На всех континентах научное сообщество пытается осмыслить глобальный процесс внедрения новых технологий в деятельность СМИ и ответить на важные вопросы, связанные с формированием стратегических направлений информационной политики государства, поиском новых возможностей и принципов коммуникации с внешним миром в меняющихся условиях. Подобные исследования осуществляются в КНР, где понимают ответственность и важность этой работы в силу новой экономической и геополитической позиции государства, которую оно заняло за короткое время и которая обязывает стабилизировать положение Китая на международной арене.

Актуальность исследуемой темы связана также с неотложностью государственных и политических задач по построению информационного общества в Китае, решение которых ставится руководством КНР в приоритетном порядке: прогрессивное движение вперед, улучшение жизни людей, совершен-

ствование системы национальных СМИ как одного из рычагов развития китайского общества.

Целью исследования является анализ и обобщение научных подходов в поиске путей формирования информационной стратегии страны, которая претерпевает изменения, связанные с быстро меняющимся контекстом новых медиа. В данной статье внимание сосредоточено на эмпирическом материале из китайских СМИ, в частности на телевизионном вещании КНР, которое претерпевает значительные изменения в новых условиях интернет-технологий.

К задачам исследования относятся фиксирование и анализ значимости предлагаемых учеными теорий и методов, направленных на повышение эффективности китайских СМИ, определение динамики изменений в коммуникационной сфере КНР, выявление теоретических научных положений, позволяющих сделать прогнозы развития китайских СМИ и национального телевидения.

Гипотеза исследования представляет собой утверждение, что формирование китайской информационной стратегии проходит с учетом научно обоснованных базовых положений в коммуникативистике. В связи с этим важно обнаружение и фиксация корреляционной зависимости влияния новых исследовательских теорий на этот процесс. При этом обращается внимание на наличие таких факторов, как директивные документы, официальные планы и отчеты, локальная производственная и творческая необходимость. Доказывается этапность изменений в медиасфере Китая и выявляется научная тенденция, стимулирующая поиск любых путей в стратегии китайских СМИ.

Данная работа основывается на трудах российских, белорусских и китайских исследователей средств массовой информации. В первую очередь это работы, закладывающие теоретические основы

журналистской науки, авторами которых являются известные российские ученые Э. Г. Багиров, Р. А. Борецкий, В. В. Егоров, Г. В. Кузнецов, Я. Н. Засурский, И. И. Засурский, Е. Л. Вартанова, Л. М. Землянова¹. Среди белорусских исследователей, изучающих новые информационные телевизионные технологии,

можно отметить А. А. Градюшко, Н. Т. Фрольцову, Л. И. Мельникову, Е. И. Кононову, В. А. Степанова². Китайские ученые продолжили развитие теории телевидения и внесли свой вклад в ее изучение. Это такие исследователи, как Го Чжэньчжи, Лю Яньнань, Хуан Шенмин, Дин Джин Де, Ю Гомин³ и др.

Ретроспективный обзор китайских научных исследований в области новых медиа

Под реформацией информационной стратегии государства следует понимать двуединый процесс влияния коммуникационных открытий на традиционные СМИ, что отражается на их практической деятельности и вносит коррективы в общее руководство и долгосрочное планирование. Имеются в виду, с одной стороны, технические и технологические новшества в информационной сфере, такие, например, как тотальная интернетизация, имеющие успешное применение в промышленно развитых государствах и глобально распространяющиеся на другие регионы; с другой – научно обоснованные теории функционирования новых медиа, которые появляются вслед за техническими открытиями в результате осмысления эмпирического материала с точки зрения творческого процесса. На основании появляющихся гипотез делается прогноз для продуктивного использования СМИ, где теория экстраполируется на практику. Это предполагает прежде всего владение научными знаниями, так как технологические изменения наступают быстро и коммуникационные инструменты постоянно совершенствуются.

Данное исследование проводилось в комплексе общенаучных принципов единства логического и исторического, системного анализа эмпирического материала.

Появление новых медиа вызвало необходимость их научного исследования и анализа. Оказалось, что новейшие технологии не только открыли миру дополнительный сегмент коммуникационной сферы, но и изменили весь научный контекст. Диалектические принципы гласят, что новое не отменяет предыдущее, а дополняет, сосуществует

с ним и в конце концов изменяет его. В данном случае изменения коснулись непосредственного инструментария, каналов информации и знаний, что в будущем должно привести к более глобальным последствиям.

Первое десятилетие после миллениума было отмечено появлением в Китае исследований по трансформации СМИ, изменению медиасвязи и медиаиндустрии страны, теории и практике меняющихся медиа с проекцией на конкуренцию, сотрудничество и взаимные выгоды. В издательствах КНР вышло более 20 книг китайских авторов, освещающих появление новых медиа и определяющих их место в коммуникативистике. Так, Ю Гомин – автор нескольких монографий, в том числе работы «Изменение СМИ: анализ трансформации СМИ в Китае» (2005) – выделяет «три основных аспекта, которые влияют на медиаиндустрию Китая. Это государственное регулирование в алгоритме партийной информации, рыночная индустрия и технологическая революция. Самые большие изменения в китайской медиаиндустрии были вызваны технологической революцией»⁴ [1, с. 19]. Автор подчеркивает, что появление новых технологий, безусловно, оказало влияние на традиционные СМИ. Специалисты-практики изучали и расширяли возможности передачи информации с помощью технологически более совершенных средств связи. Однако в первое десятилетие XXI в. эти новшества изучались как модернизация технической стороны коммуникационного процесса по отношению к существующим СМИ, исследованию и объяснению феномена новых медиа. Свидетельством этому является следующая тематика исследований: «Введение в новые медиа»,

¹Багиров Э. Г., Борецкий Р. А., Юровский А. Я. Основы телевизионной журналистики. М. : МГУ, 1987 ; Егоров В. В. Основы государственной политики в области электронных СМИ. М., 2001 ; Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. М. : Высшая школа, 2002 ; Засурский Я. Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / отв. ред.: Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. М., 2000 ; Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования в 2 частях / под ред. И. И. Засурского, А. О. Алексеева. М. : МГУ, 2007 ; Медиа, коммуникации и открытое общество / ред.: Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский. М. : МГУ, 2009 ; Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. М. : МГУ, 2004 ; Брекенридж Д. PR 2.0. Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / пер. с англ. М. В. Синельниковой. М. : Эксмо, 2010.

²Градюшко А. А. Сетевая пресса в системе СМИ : учеб.-метод. комплекс. Минск : Совр. знания, 2005 ; Фрольцова Н. Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации. Минск : БГУ, 2003 ; Кононова Е. И. Инфраструктура и технология зарубежных СМИ. Минск : БГУ, 2001 ; Степанов В. А. Социальные медиа в процессах трансформации журналистской деятельности. Минск : БГУ, 2017.

³Го Чжэньчжи. Китайская и иностранная радио-телевизионная история. Пекин : Университет Фудань, 2005 ; Лю Яньнань. Рейтинг телевидения: исследование и анализ. Пекин, 1999 (на кит.) ; Хуан Шенмин, Дин Джин Де. Исследование китайского радио и телевидения. Пекин, 2004 (на кит.) ; Ю Гомин. Медиареволюция – ключ и путь развития медиаиндустрии под логикой интернета. Пекин : Жэньминь жибао, 2015 (на кит.).

⁴Здесь и далее перевод наш. – Ц. Ф.

«Теория новых медиа – первое десятилетие», «Стратегическая трансформация медиаиндустрии Китая», «Исследования по китайской цифровой стратегии развития новых медиа» и др.

В итоге ученые приходят к выводу, что в Китае с позиций объективной реальности уживаются и сосуществуют традиционные и новые СМИ. Первые продолжают нести атрибуты системности и стабильности, установленные в позапрошлом веке, вторые позволяют обмениваться информацией в текущем времени, имеют непредсказуемый интерфейс. Процесс сосуществования происходит не без конфликтов интересов, что доказывает неотвратимость изменений в социальной коммуникации. В своих исследованиях ученые искали пути разрешения этих конфликтов и перспективы развития СМИ.

Второе десятилетие, как этапный период, приносит еще большую продуктивность научных исследований. Только за период с 2011 по 2015 г. в КНР были опубликованы свыше 30 фундаментальных работ китайских исследователей в области новейших технологий СМИ. Однако большинство из них посвящены оценке появления новых медиа. Пришло время разобраться, что они принесли в общество и где проходит зона конфликтов между новыми медиа и старыми носителями информации. Изданные монографии были также посвящены определению термина «новые медиа» и их исследованию как явления коммуникации нового образца, а также корреляции появившихся средств массовой информации с существующими сферами социально-политической и общественной жизни Китая. Иллюстрирует данный этап следующая тематика научных изысканий: «Общая трансформация вещательной индустрии Китая: теория, путь и метод», «Понимание новых медиа: расширение Маклюэна», «Передовые исследования в новых средах», «Культура слияния: зона конфликтов между новыми медиа и старыми носителями». В изданных монографиях рассматривались международные перспективы, маркетинг, культурные преобразования, социальное управление, структура рынка и медиаиндустрия. В преддверии второго десятилетия была издана книга Тан Сяофэнь «Китайские СМИ: трансформация и тенденции» [2], которая задала тон в исследованиях этого периода. В издании приводятся размышления Чжана Гутао (научного работника Китайского университета связи) о развитии китайского телевидения, которое осознало необходимость изменения и обновления идей, совершенствования и эволюции стилей, представления реалистичной картины сосуществования и разнообразия в информационной области. Однако автор монографии подчеркивает, что в этом эволюционном процессе возникает все больше вопросов, требующих обоснованного научного решения.

Китайские ученые и исследователи приходят к выводу о медиареволюции в стране и в мире,

признают ускоренный технократический путь развития индустрии коммуникаций в КНР под воздействием интернета.

Современные исследования в области коммуникативистики, в частности новых медиа, свидетельствуют о растущем интересе китайских ученых к данному феномену. Начиная с 2015 г. в КНР издаются работы, в которых уже в меньшей степени рассматривается конфликтность между новыми и традиционными медиа, внимание уделено интеграционным процессам в данной сфере, революции в управлении, теории медиаплатформ, исследованию организационных форм новых медиа и их влияния на социальные изменения. Так, в 2016 г. вышла в свет монография Чжан Чэн «Медиаонтология – теоретический поворот в эпоху новых СМИ», а также несколько его научных статей более позднего времени, в которых автор дает оценку новой тенденции в исследованиях современных гуманитарных и социальных наук с философской точки зрения, подчеркивает, что с быстрым развитием современных электронных СМИ реальность в традиционном смысле была развеяна электронными средствами массовой информации и стала прототипом без прототипа, созданного новыми медиа [3]. Чжан Чэн констатирует переход СМИ в новую эпоху. Хотя ученые выдвинули множество теорий о функциях средств массовой информации, которые, по сути, подчеркивают «инструментальность» СМИ с разных сторон. Основная функция средств массовой информации в эпоху новых медиа – распространение и принятие информации, а другие функции развиваются на этой основе.

В монографии «Теория медиаплатформ: исследование организационной формы новых медиа» (2016) известный китайский ученый Тан Тянь рассуждает о научных разработках и исследованиях в этой области: «За последние 30 лет (или около того) китайская журналистика в основном делает одно: “вступает в исследования коммуникации”. Однако сегодня для новых медиа это далеко не достаточно. Мы должны также “выйти из коммуникационных исследований” и использовать экономику, управление, социологию, политологию, психологию и даже естественную теорию предметов для изучения новых медиа» [4, с. 11]. В монографии содержится критика научной мысли и аналитический подход к проблеме сосуществования новых и традиционных медиа: «С быстрым развитием интернета новые средства массовой информации стали горячей темой и важной областью исследований. Можно сказать, в Китае начался исследовательский бум: появляется много статей, монографий и сборников. Однако под этой издательской суетой печально видеть полное отсутствие серьезных теоретических подходов и отставание в качестве исследований» [4, с. 3]. Тан Тянь приходит к выводу, что в сфере новых медиа КНР исследовательская парадигма еще

не установлена, методы исследований очень скудны, не говоря уже о формировании собственной теоретической системы. И несмотря на то что все больше ученых, занимающихся анализом информационных процессов, начали изучать новые медиа, многие определили их только как предмет гуманитарных наук. «Сосредотачиваясь на новых средствах массовой информации и коммуникации, а также на взаимоотношениях их аудитории и общества в целом, мало кто серьезно и систематически изучает собственно возникающие СМИ. Что представляют собой новые медиа? Каковы существенные различия между ними и традиционными средствами массовой информации? Зачем обсуждать развитие новых СМИ? Давайте поговорим подробнее об изменениях и интеграции в медиа, основываясь на научных теориях. Не удивительно, что многие журналисты и коммуникаторы испытывают трудности, когда работают с новыми медиа» [4, с. 8].

Изучение феномена новых медиа в Китае продолжается и углубляется. Анализ вышедших научных трудов показывает, с одной стороны, последовательность и преемственность стратегического направления исследований в коммуникационной сфере, с другой – неоднозначность интерпретаций и определений феномена новых медиа, что является основанием для продолжения этой работы и нахождения общих критериев и оценок, которые помогут развивать китайскую журналистику и СМИ в будущем.

Подобная картина прослеживается с диссертационными исследованиями, которые были проведены в Китае и защищены в различных высших учебных заведениях страны. По тематике, связанной с появлением новых медиа и национальными информационными процессами, в общей сложности с начала 2000-х гг. были защищены 93 диссертации. Среди высших учебных заведений, исследующих данный вопрос, – университеты городов Чжецзян (11 защит), Ухань и Нанкин (по 8 защит), Сычуань и Центральный китайский педагогический университет (по 5 защит). Лидерами по количеству защищенных докторских диссертаций можно назвать университеты г. Ухань. Так определяются центры исследовательской и научной мысли, занимающиеся разработкой теории и практическими рекомендациями по внедрению новых технологий в СМИ Китая.

Если в первое десятилетие XXI в. было проведено и защищено не более 10 диссертационных исследований, предметом которых являлись медийные проблемы и новые технологии, то во втором десятилетии их количество выросло в пять раз.

Только с 2011 по 2015 г. в китайских вузах были защищены 49 диссертаций, с 2016 г. их количество неуклонно растет. Имеются в виду работы, в которых исследуется коммуникация и анализируется функционирование новых медиа. Примечательно, в этой области нашли свою нишу ученые, изучаю-

щие как теоретическую составляющую коммуникации с точки зрения контента и наполнения им продукта, так и техническую составляющую – компьютерные технологии и связь. Об этом свидетельствует и то, что одной из первых докторских диссертаций по данной теме была защищенная в 2008 г. работа «Анализ медиасреды новостей китайского телевидения в переходный период» Хоу Хайтао из Китайского университета связи [5].

Анализ диссертационных исследований показывает, что в первых из них преобладали вопросы по адаптации китайских телевизионных СМИ в цифровом контексте, принятию китайскими гражданами новых технологий, анализу цифровых технологий и эволюции конвергенции медиа. Исследователи пытались дать определение новым медиа и осмыслить стратегические теории развития китайской информационной системы, например Бао Лицюань в докторской диссертации «Развитие цифровых коммуникационных технологий и эволюция конвергенции медиа», защищенной в 2010 г. в Центральном Китайском педагогическом университете [6].

Во втором десятилетии XXI в. преобладают темы исследований, характеризующиеся признанием новых медиа не столько конкурентами традиционным средствам информации, сколько фиксированием связей новых СМИ с традиционными: «Дилемма и выход на выживание телевидения в новой среде СМИ», «Исследование инноваций телевизионных новостных программ в Китае в контексте конвергенции СМИ», «Трансформация и инновации телевизионных программных форм на фоне конвергенции СМИ», «Путь развития кино- и телепроизводства и распространения продукции в контексте новых медиа», «Сетевое выживание телевидения в контексте конвергенции СМИ». Так, Ли Цзе в работе «Исследование стратегии развития телевизионных ток-шоу в контексте новых медиа» [7], защищенной в Сычуаньском педагогическом университете, подчеркивает, что традиционные средства массовой информации имеют некоторые преимущества по составлению контента, в то же время в телевизионном ток-шоу используются ресурсы новых медиа. Основываясь на своих преимуществах, традиционное телевидение укрепляет сотрудничество с новыми медиа, восполняет недостатки и способствует лучшему развитию телешоу.

Углубление научного анализа и приведение знаний в системный порядок происходит в трудах «Исследование инновационной модели маркетинга телевизионных программ в эпоху новых СМИ», «Статус-кво и выход строительства этических норм в новые медиакommunikации в Китае», «Исследование инновационной модели маркетинга телевизионных программ в эпоху новых СМИ», «Исследования по интеграции телевидения и новых медиа на фоне конвергенции СМИ. Центр новостей CCTV в качестве примера», «Исследование коммуникаци-

онной стратегии СМИ в WeChat» и др. В них критически оценивается взаимодействие традиционных и новых медиа. Так, Пэн Шуюн в работе «Исследование инновационного пути платформы радио и телевидения в условиях конвергенции СМИ» [8] (Южно-Китайский технологический университет) пишет о том, что платформа радио и телевизионных медиа – это не сетевая широкоэмитальная платформа, основанная на традиционном телевидении, а мультитерминальная и мультимодальная медиаплатформа, основанная на интернете. Хотя традиционные средства массовой информации вложили много трудовых, материальных и финансовых ресурсов в развитие веб-сайтов и приложений, чтобы адаптироваться к эпохе интернета, их принципиальное существование не изменилось. Контент, распространяемый через интернет-СМИ, по-прежнему является продуктом традиционных средств массовой информации, а стиль управления и режим работы – традиционной медиасистемой.

Рассуждая об инновационном пути развития отечественных средств массовой информации, Ы Сяонан в работе «Исследование стратегии развития образовательных телевизионных новостей в Китае в контексте новых медиа» [9] (Центральный Китайский педагогический университет) делает вывод, что успешная реализация новшеств образовательных телевизионных новостей и их закрепление в новой эпохе СМИ требуют сначала реформирования всей концепции вещания. Наконец, автор работы «Исследование теории коммуникации в практике традиционного преобразования СМИ» [10] Лю Фанжу (Ляонинский университет), сравнивая понятия массовой коммуникации и сетевого обще-

ния, приходит к выводу, что традиционные СМИ в своей работе по-прежнему придерживаются идей, в которых доминирует массовая коммуникация. Он предполагает, что эти понятия разноплановы и их противостояние в дальнейшем будет жестким, вследствие чего невозможно найти точки взаимодействия и разумной теоретической адаптации.

В последних исследованиях, касающихся контекстного существования новых медиа в Китае, просматривается конфликт интересов, который оказался не в сфере взаимодействия старых и новых технических средств связи и коммуникаций, использования интернет-технологий и даже не в сфере разрушения профессиональных монополий. Борьба развернулась за пользователей, которые в конечном счете изменяют формальные правила функционирования СМИ, решают их судьбу. Авторы констатируют, что стремление к новой традиционной трансформации средств массовой информации является обязательным, следует всесторонне анализировать процессы, происходящие в коммуникационной сфере с появлением новых медиа, теоретическое осмысление этого процесса должно сопоставляться с существующей практикой функционирования китайских СМИ и комплексными научными направлениями. Критерий этапности в изменениях традиционного китайского телевидения, находящийся в зависимости от условий обновляющейся медиасреды, соответствующего влияния на творческий контент, зрительскую аудиторию, быстро меняющегося технологического оборудования, можно отнести к дискуссионным вопросам. Тем не менее он прослеживается как тенденция последовательного развития.

Влияние научной мысли на китайскую информационную стратегию в контексте новых медиа

Сопоставляя исследовательские данные, полученные в результате анализа научных публикаций о новых медийных технологиях за последние два десятилетия в КНР, можно констатировать неуклонный рост интереса к научно обоснованной теории как со стороны практиков-журналистов, так и руководителей информационной сферы. При всем многообразии публикаций, в том числе диссертационных исследований, следует отметить нехватку в них глубины и практических рекомендаций. Это отмечают сами исследователи и титулованные авторы. Большинство магистерских диссертаций рассматривают проблему точечно, локально, концентрируя внимание на отдельных фрагментах темы. Диссертационные исследования на соискание степени доктора наук демонстрируют глубокий анализ, преемственность научной мысли, но в последнее время таких работ насчитывается очень мало. Если первые научные труды были посвящены возникновению новых медиа, их интеграции с тради-

ционными СМИ, оформлению медиаплатформ, то последующие направляли внимание на конфликтность в борьбе за зрителя, необходимость постоянной трансформации традиционных СМИ, в частности китайского телевидения.

Государственная политика КНР корректируется в соответствии с направлениями деятельности СМИ страны, опираясь на научные исследования. В реальности в государстве немаловажную роль играют решения руководства, постановления съездов ЦК Коммунистической партии Китая (далее – КПК), касающиеся коммуникационной политики и деятельности СМИ. Это относится к решениям, связанным со структурной оптимизацией СМИ, модернизацией компаний и холдингов, эффективностью работы журналистов. Так, на XIX Всекитайском съезде КПК, который состоялся 18–24 октября 2017 г. в г. Пекине, было уделено внимание СМИ. В постановлениях КПК, которые были приняты в начале 2018 г., Центральный комитет КПК принимает план по даль-

нейшему реформированию партийных и государственных институтов. Одной из ключевых тем этого документа является модернизация средств массовой информации и коммуникации. Было упразднено Главное государственное управление по делам печати, издательства, радиовещания, кинематографа и телевидения и предложено формирование Главного государственного управления по делам радио и телевидения, которое должно напрямую подчиняться высшему исполнительному органу Китая. Другим важным организационным решением было формирование Центрального радиовещания и телевидения как государственного учреждения непосредственно при Государственном совете под руководством Центрального отдела пропаганды, что будет содействовать интеграции радио и телевизионных средств массовой информации и новых медиа.

Результатом использования научных подходов в разработке информационной стратегии китайского телевидения является не только визуализация медиапродукции на экранах, но и фиксация этого процесса в опубликованных в открытом доступе ежегодных государственных отчетах, где закреплены основные достижения государственных телевизионных компаний как локальных, так и общенациональной. В них проводится анализ практической работы и на основании проведенной апробации, выявления динамики видимых измене-

ний утверждается правильность стратегических направлений. Так, в докладе о развитии радио, кино и телевидения Китая (2018) Национального исследовательского центра развития радио и телевидения в разделе «Основные моменты инноваций и развития подразделений в 2017 году» были отмечены достижения в развитии средств массовой информации по содействию интеграции коммуникации в пределах Китая, внедрение инноваций в работу всекитайского телевидения CCTV, создание нового формата для внешнеполитического общения на базе международного канала CGTN [11, с. 142]. Такая оценка говорит о положительных результатах в формировании китайской информационной стратегии, использовании и утилитарном применении научных исследований. Содержание отчета говорит о том, что государственная стратегия базируется на концепции, которую формируют китайские ученые и исследователи, в нем содержится квинтэссенция последних разработок и публикаций в этой области. Тем не менее в директивных документах ставятся все новые задачи по изучению феномена новых медиа и их влияния на существующую систему СМИ в стране. Предпринятый анализ научных разработок китайских ученых за последние 20 лет определяет состояние и базовый уровень научной мысли в международном контексте, а также выявляет ориентиры для будущих научных исследований.

Заключение

Таким образом, можно утверждать, что на протяжении последних десятилетий формирование стратегических направлений деятельности средств массовой информации КНР и национального телевидения в частности опирается на научные знания китайских ученых и исследователей, которые аккумулируют достижения современной коммуникативистики. Свою лепту вносят также зарубежные авторы, занимающиеся глобальными проблемами информации и имеющие достижения в этой области. Обращение к мировой научной мысли продиктовано стремлением к объективности, рациональности, эффективности. Китайские ученые показали исследовательский интерес к этой теме, а также глубокое владение материалом, что позволяет сделать некоторые выводы. Можно утверждать, что в Китае продолжает формирование соответствующая мировым аналогам современная медиасреда, которая опирается на научную базу, аккумулирующую передовые

исследования в области СМИ, в частности по телевизионному вещанию, а также на организационное руководство со стороны государственных структур. Прослеживается постоянство общего направления информационной стратегии страны, преемственность и этапность в тактических изменениях, связанных с внедрением в СМИ новых технологических инструментов. Китайские научные исследования аккумулируют мировые достижения научной мысли, что говорит о поддержании уровня исследований и актуальности тематики. Ученые сопоставляют китайскую практику с достижениями в других странах и стремятся повысить эффективность работы журналистов в своей стране. Поэтому изучение новых медиа стоит в ряду первостепенных задач в КНР. Следует признать, что построение китайского информационного общества проходит во взаимодействии с новыми медиа и нуждается в дальнейшем их изучении и научном сопровождении.

Библиографические ссылки

1. 喻国明. 变革传媒 — 解析中国传媒转型问题. 北京: 华夏出版社; 2005 = Ю Гомин. *Изменение СМИ: анализ трансформации СМИ в Китае*. Пекин: Хуасиа; 2005.
2. 唐晓芬. 中国媒介 — 转型与趋势. 北京: 中国传媒大学出版社; 2009 = Тан Сяофэн. *Китайские СМИ: трансформация и тенденции*. Пекин: Китайский университет коммуникаций; 2009.

3. 张骋. 传媒本体论 — 新媒体时代的理论转向. 北京: 中国社会科学出版社; 2016 = Чжан Чэн. *Медиаонтология – теоретический поворот в эпоху новых СМИ*. Пекин: Китайский социальный и научный дом; 2016.
4. 谭天. 媒介平台论: 新兴媒体的组织形态研究. 北京: 中国人民大学出版社; 2016 = Тан Тянь. *Теория медиаплатформ: исследование организационной формы новых медиа*. Пекин: Китайский народный университет; 2016.
5. 侯海涛. 转型期中国电视新闻媒介生态剖析/侯海涛 — 北京: 中国传媒大学; 2008 = Хоу Хайтао. *Анализ медиасреды китайского телевидения в переходный период*. Пекин: Китайский университет связи; 2008.
6. 鲍立泉. 数字传播技术与媒介融合演进/鲍立泉 — 武汉: 华中科技大学; 2010 = Бао Лицюань. *Развитие цифровых коммуникационных технологий и эволюция конвергенции медиа*. Ухань: Центральный Китайский педагогический университет; 2010.
7. 李洁. 新媒体语境下电视谈话节目的发展策略研究 — 以《金星秀》为例/李洁 — 成都: 四川师范大学; 2017 = Ли Цзе. *Исследование стратегии развития телевизионных ток-шоу в контексте новых медиа*. Чэнду: Сычуаньский педагогический университет; 2017.
8. 彭舒韵. 媒体融合主导下的广电传媒平台化创新路径研究/彭舒韵 — 广州: 华南理工大学; 2017 = Пэн Шуюн. *Исследование инновационного пути платформы радио и телевидения в условиях конвергенции СМИ*. Гуанчжоу: Южно-Китайский технологический университет; 2017.
9. 鄂小楠. 新媒体背景下我国教育电视新闻发展策略探究 — 以中国教育电视台新闻中心为例/鄂小楠 — 武汉: 华中师范大学; 2017 = Ё Сяонань. *Исследование стратегии развития образовательных телевизионных новостей в Китае в контексте новых медиа*. Ухань: Центральный Китайский педагогический университет; 2017.
10. 刘芳儒. 传统媒体转型实践中的传播理论缺失研究/刘芳儒: 沈阳—辽宁大学; 2017 = Лю Фанжу. *Исследование теории коммуникации в практике традиционного преобразования СМИ*. Шэньян: Ляонинский университет; 2017.
11. 国家广播电视总局发展研究中心编著. 广电蓝皮书. 中国广播电影电视发展报告 (2018) 北京: 中国广播影视出版社; 2018 = Радио и телевидение: синяя книга. Отчет развития радио, кино и телевидения Китая (2018). *Национальный исследовательский центр развития радио и телевидения*. Пекин: Китайское радио и телевидение; 2018.

References

1. Yu Goming. [Media change: analysis of media transformation in China]. Beijing: Huaxia; 2005. Chinese.
2. Tang Xiaofen. [Chinese media: transformation and trends]. Beijing: Chinese University of Communications; 2009. Chinese.
3. Zhang Cheng. [Media ontology is a theoretical turn in the era of new media]. Beijing: Chinese Social and Scientific Publishing House; 2016. Chinese.
4. Tan Tian. [The theory of media platforms: the study of the organizational form of new media]. Beijing: Chinese People's University; 2016. Chinese.
5. Hou Haitao. [Analysis of the media environment of Chinese television in the transition period]. Beijing: Chinese University of Communications; 2008. Chinese.
6. Bao Liquan. [Development of digital communication technologies and evolution of media]. WuHan: Central China Pedagogical University; 2010. Chinese.
7. Li Jie. [Research of development strategy of TV talk shows in the context of new media]. Chengdu: Sichuan Pedagogical University; 2017. Chinese.
8. Peng Shuyun. [Research of innovative way of radio and television platform in the conditions of convergence of mass media]. Guangzhou: South China University of Technology; 2017. Chinese.
9. E Xiaonan. [Research of educational television news development strategy in China in the context of new media]. WuHan: Central China Pedagogical University; 2017. Chinese.
10. Liu Fangru. [Study of communication theory in the practice of traditional media transformation]. Shenyang: Liaoning University; 2017. Chinese.
11. [Radio and television: blue book. Report on the development of radio, film and television of China (2018)]. *National research centre for the development of radio and TV*. Beijing: Chinese Radio and TV; 2018. Chinese.

Статья поступила в редколлегию 15.10.2018.
Received by editorial board 15.10.2018.