

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

ГАО Яжу

**«Особенности публикаций о современной культуре России в
китайских СМИ»**

Профиль магистратуры – «Журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
доцент, к.соц.н.
Светлана Алексеевна Глазкова

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

Содержание

Введение.....	1
Глава I Культурная проблематика в медийном пространстве: теоретико-методологические основы исследования проблемы.....	5
1.1 Роль СМИ в культурном обмене между странами.....	5
1.2 Система СМИ в Китае на современном этапе.....	20
1.3 Культурная тематика в традиционных китайских СМИ.....	34
1.4 Культурный обмен Китая и России: историческая ретроспектива.....	47
Глава II. Анализ публикаций о современной культуре России в печатных и сетевых СМИ Китая.....	61
2.1 Современная культура России в материалах газеты «Чжунго цинняньбао» (Китайская молодежная газета).....	61
2.2 Современная культура России в материалах газеты «Хуаньцюшибао».	71
2.3 Современная культура России в материалах газеты «Чжунго Вэньхуабао».....	79
2.4 Публикации о культуре России в китайских новых медиа (на примере Tencent).....	91
Заключение.....	103
Список использованной литературы.....	106
Приложение.....	114

Введение

Актуальность настоящего исследования. В настоящее время между Россией и Китаем установились хорошие отношения. Сотрудничество России и Китая год от года только укрепляется. В этом процессе очень важную роль отводится культуре. Она является основой взаимоуважения и взаимопонимания между странами. Однако, как правило, в китайских средствах массовой информации обращают больше внимания на политику и экономику России, а культурная тематика, к сожалению, отходит на второй план. Но анализ особенностей публикаций о культуре России в китайских СМИ также важен для дальнейшего успешного развития сотрудничества между этими двумя странами. С 2000 года Китай и Россия начали организовывать и проводить множество мероприятий в сфере культуры, был подписан ряд договоров, нацеленных на расширение контактов, укрепление дружбы и взаимопонимания между двумя государствами. В условиях глобализации СМИ становятся одним из главных источников информации о межгосударственных инициативах в сфере культуры двух стран. Взаимоотношения России и Китая имеют глубокие исторические корни и определенную социально-культурную обусловленность. Исходя из этого, формируется настоящее восприятие России Китаем. Поэтому выявление особенностей публикации о современной культуре России в китайских СМИ весьма актуально.

Объект исследования – печатные и сетевые средства массовой информации КНР, публикующие материалы по культурной тематике. «Чжунго цинняньбао» («Китайская молодежь»), «Хуаньцю Шибао» («Взгляд на мир»), «Чжунго Вэньхуабао» («Культурная газета Китая») и сетевые СМИ Tencent.

Предмет – Материалы печатных и сетевых СМИ, посвященные культурной тематике.

Цель работы заключается в выявлении и обобщении особенностей публикаций о современной культуре России в китайских СМИ, формирующих культурный образ России у китайской аудитории.

Задачи исследования.

Для достижения цели следует выполнить следующие задачи:

провести подробный анализ текущей ситуации современных китайских СМИ, проанализировать их воздействие на китайскую аудиторию;

выявить специфику культурной тематики в китайских СМИ.

уточнить основные предпосылки, факторы, критерии, характеристики и принципы формирования современного культурного образа России в китайских СМИ;

дать характеристику публикациям по российской культурной тематике в печатных периодических изданиях КНР.

дать характеристику материалам по российской культурной тематике в сетевых медиа (на примере Tencent)

рассмотреть ключевые особенности публикаций о культуре России, проанализировать воздействия этих публикаций на впечатление России в Китае.

Теоретическая и методологическая база.

Теоретическую и методологическую базу исследования составили научные труды: Я. Н. Засурский, С. Н. Корконосенко, В. И. Михалкович, С. П.

Мамонтов, Л. П. Марьина, Эдвард Холл, В. Л. Ларин, Г. В. Куликова, М. Л. Титаренко, К. В. Внуков, С. В. Ливишин., И. А. Рогачев, Ву Гохуа, Юй Луньюй, У Хаотянь, Го Цингуан, Сунь Вэйе, Шэнь Чжихуа, Чжан Дэгуан, Сюе Сяньтянь, Чжан Дэгуан и другие учёные, внесшие существенный вклад в исследование СМИ и культуры.

Эмпирическая база и хронологические рамки исследования. Анализ проводился на основе материалов, опубликованных в китайских печатных изданиях и сетевых СМИ. Базовыми для исследования стали: газета «Хуаньцю Шибao» («Взгляд на мир»), «Чжунго цинняньбао» («Китайская молодежь»), «Чжунговэньхуа бао» (Культурная газета Китая) и сетевые СМИ «Tencent». Были проанализированы тексты, касающиеся освещения культурных проблем и опубликованные в газетах и сетевых изданиях с 01 июня 2015 года по 31 декабря 2015 года. Выбор объектов исследования обусловлен их популярностью, массовостью и накопленным репутационным капиталом. Газета «Хуаньцю Шибao» - ведущее печатное издание, которое освещает международную тематику, «Чжунго цинняньбао» является популярной газетой во всём Китае, «Чжунговэньхуа бао» также считается самой известной газетой, специализирующейся на культурной проблематике в Китае и «Tencent» - массовое сетевое издание в Китае.

Методы исследования. В этой работе использованы теоретические и эмпирические методы: сравнение, контент-анализ, исторический и статистический анализы.

Основные положения, выносимые на защиту:

Культура является важной частью общественной жизни, процесс сотрудничества между разными странами основан на взаимоуважении и признании культурных традиций.

Культура, как важный элемент отношений между странами, должна получить максимум внимания со стороны СМИ. Через призму СМИ можно определить характер отношений между странами;

Китай и Россия занимают важное место во всём мире, отношения между ними оказали большое влияние на ситуацию во всем мире.

В процессе культурного обмена между Россией и Китаем особую роль играют китайские СМИ, которые развиваются в условиях глобализации.

Журналистика КНР сохраняет специфические особенности, связанные с китайским менталитетом и сбережением традиционных общественных ценностей.

Культурные события российской жизни получают отражение в СМИ Китая через призму представлений о жизненных ценностях и приоритетах, а также с учетом этических норм, культурных приоритетов и правовых ограничений профессиональной деятельности журналистов Китая.

Под влиянием публикаций о культуре России в СМИ, у китайской аудитории формируется многосторонний образ России. При этом современная культура России освещается в китайских СМИ недостаточно широко, что негативно влияет на развитие культурного обмена и сотрудничества между двумя странами.

Научная новизна магистерской работы заключается в том, что проведен всесторонний анализ особенностей публикаций о современной культуре России в китайских СМИ. В научный оборот введены новые фактологические данные, был изучен значительный пласт ранее не исследованных источников.

Структура работы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы. Глава I рассматривает проблемы влияния

СМИ на распространение культуры и систему развития СМИ в Китае; глава II посвящена конкретному анализу на основе собранных материалов; в заключении автор делает выводы, исходя из всей работы. В приложении представлен иллюстративный материал по основным положениям исследования.

Глава I Культурная проблематика в медийном пространстве: теоретико-методологические основы исследования проблемы

В настоящее время ситуация во всём мире усложняется, становится напряженней, на отношения стран оказывают влияние различные факторы. В такой непростой политической и экономической ситуации именно культура может сыграть важную роль для развития и укрепления общения между странами. Для лучшего понимания и взаимоуважения необходимо изучать традиции и обычаи друг друга. Безусловно, сегодня мы не можем представить свою жизнь без СМИ, ведь они выполняют разнообразные общественные функции, оказывают немалое влияние на взаимоотношения стран. Таким образом, анализ особенностей публикаций о современной культуре России в СМИ КНР очень актуален для улучшения дальнейших отношений между Китаем и Россией.

В первой главе выстраивается теоретическая база для анализа особенностей публикаций о современной культуре в китайских СМИ. Сначала рассматривается ряд понятий СМИ, культуры и культурного обмена, затем анализируется, какие функции СМИ выполняют в обществе и как средства массовой информации действуют в процессе культурного обмена. Далее дается характеристика системы развития китайских СМИ, выделяются главные способы получения информации о культуре в Китае. И рассматриваются культурные отношения между Китаем и Россией. Затем выявляется связь между СМИ и культурой.

1.1 Роль СМИ в культурном обмене между странами

Без культуры трудно представить существование человеческого общества. Все сферы жизнедеятельности испытывают влияние культуры. Есть такое мнение, что именно наличие культуры в нашем человеческом обществе отличает жизнь человека от просто биологического существования, от животного мира. Культура может пониматься в широком и узком смысле. В широком смысле культура – это всё, что создаётся людьми и для людей, для социального потребления членами общества. В узком смысле культура – это живопись, музыка, театр и т.д., то есть совокупность видов искусств.¹ В современной науке существует множество достаточно далёких друг от друга по смыслу определений понятия «культура». Всё их разнообразие может быть сведено к следующему: культура - это творческая деятельность людей, создающих духовно-материальные ценности; культура - это вся совокупность когда-либо и где-либо созданных человеком ценностей, имеющих значение для его духовной жизни; культура - процесс духовного обогащения человека, превращения существующих ценностей в его личное духовное достояние в творческие силы и способности.²

¹Князева В.Н. Обществознание для абитуриентов второе издание М, 2004. С. 28

²Вычуб Г. С. Проблематика СМИ. Учебное пособие М., 2008. С. 143

Рассмотрим определения. Наиболее эффективной оказалась модель культуры, основы которой заложил выдающийся английский антрополог польского происхождения, основатель функционализма в антропологии и социологии Бронислав Каспар Малиновский. До работ Малиновского культуру определяли в основном через отличие результатов человеческой деятельности от чисто природных явлений, то есть давали «определение через отрицание». При таком подходе понятие «культура» практически сливалось с понятием «общество».³ Б. Малиновский заложил основы научного подхода к изучению культуры. По его мнению, культура представляет собой инструментальный аппарат, благодаря которому человек получает возможность лучше справляться с теми конкретными проблемами, с которыми он сталкивается в природной среде в процессе удовлетворения своих потребностей.⁴ Выдающийся английский этнограф, культуролог, исследователь религиозных обрядов и церемоний Эдвард Тейлор считает, что культура или цивилизация в самом широком смысле содержит все знания, веру, искусство, мораль, право и навыки, усвоенные людьми.⁵ Эдвард Тейлор тут же оговаривается: с идеальной точки зрения на культуру можно смотреть как на общее усовершенствование человеческого рода путем высшей организации отдельного человека и целого общества с целью одновременного содействия развитию нравственности, силы и счастья человека.⁶ В Большой Советской энциклопедии так определяется культура: исторически определённый уровень развития общества и человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.⁷ В словаре С. И. Ожегова: культура

³Сусоколов А. А. Культура и обмен Введение в экономическую антропологию М. 2006 С. 12-13

⁴Сусоколов А. А. Культура и обмен Введение в экономическую антропологию М. 2006 С. 13

⁵Эдвард Теллер. Первобытная культура Шанхай, Шанхайское// издательство перевода 2001. С. 14

⁶Сусоколов А. А. Культура и обмен Введение в экономическую антропологию М, 2006. С. 13

⁷Большая Советская энциклопедия. URL: http://enc-dic.com/enc_sovet/Kultura-30358/

- это совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей.⁸ С развитием общества развивается далее человеческая мысль, человек постоянно работает над собой, продолжаются процессы самоанализа и самосознания. В результате появились новые обобщающие теории о культуре. Их смысл в том, что культура обладает двойственным характером, то есть - с одной стороны человеческая культура - общая для всех народов, а с другой стороны - любая культура имеет свои национальные этнические различия.⁹ Многие эксперты считают, что вполне реально найти общие черты в культуре разных стран. Благодаря этим общим культурным чертам разные народы могут лучше понять друг друга и общаться, беря за основу эти общие черты в культуре.¹⁰

Один из основателей теории межкультурной коммуникации американский антрополог и исследователь Эдвард Твитчелл Холл отмечал: «Культура является средой обитания человека. Все различные аспекты человеческой жизни находятся под воздействием культуры, а также изменяются с изменением культуры. Или то, что культура определяет существование человечества, в том числе самовыражение и пути излияния чувств, способы мышления, поведения, подход решения проблем, и так далее. Культура и самым глубоким, и наиболее тонким образом влияет на поведение людей.»¹¹

Одна из известных теорий была выдвинута Сэмюэлом Хантингтоном в статье «Столкновение цивилизаций». Хантингтон утверждает, что географическое соседство цивилизаций нередко приводит к их противостоянию и даже конфликтам между ними. Конфликты обычно происходят на стыке или аморфно очерченных рубежах цивилизаций. Иногда

⁸Ожегов С.И. Словарь русского языка. М, 1991.

⁹Чен Цунжу. Международная коммуникация в условиях глобализации, Пекин, 2006. С. 152

¹⁰Бу Гохуа Русский язык и русская культура. Пекин, 1998. С.15

¹¹Эдвард Твитчелл Холл. The Silent Language.

эти конфликты можно предвидеть исходя из логики развития и взаимодействия цивилизаций.¹² Затем известный немецкий политик Гарольд Миллер высказал своё возражение. Он выдвинул теорию «сосуществования цивилизаций». На его взгляд мировому сообществу больше всего нужно сотрудничество, а не противопоставление.

На основе вышеприведенного анализа определений категории культуры, мы пришли к выводу, что в данной работе под культурой понимается не всё, что создаётся людьми и не только виды искусств. Мы понимаем под культурой совокупность духовной жизни человека и событий, происходящих в гуманитарной сфере. На основе мирного сосуществования разных видов культур может осуществляться культурный обмен.

После того, как были обобщены подходы к понятию культуры, нам следует обратить внимание на следующее понятие - культурный обмен. Он происходит в результате развития культуры. Кроме того, культурный обмен является важной частью международных отношений. В большом англо-русском словаре содержится определение понятия - культурный обмен. Под ним понимается взаимодействие между представителями различных профессий: художниками, спортсменами, а также студентами и др.¹³ Американский исследователь Robert Harding считал, что культурный обмен предполагает следующее. Разрабатывается некая программа, образовательная или профессиональная, в рамках которой участники этой программы смогут усовершенствовать свои профессиональные или образовательные знания, получить новый жизненный опыт, проведя некоторое время в другой стране, работая, живя и обучаясь там.¹⁴ Культурный обмен, иными словами, означает передачу своей национальной культурной уникальности из родной страны за

¹²Сэмюэл Хантингтон «Столкновение цивилизаций». URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/Столкновение_цивилизаций

¹³cultural exchange URL: <http://www.dictionary.com/browse/cultural-exchange>

¹⁴What is the definition of the word "cultural exchange"? URL: <http://www.ask.com/world-view/definition-word-cultural-exchange-3d8f92fe72f98af>

рубеж. Если анализировать 60-70 годы XX века, то можно говорить о том, что культурного обмена не существовало. Тогда главенствовала теория “Культурный империализм”. В 90 годах прошлого века культурный империализм уступил место культурной глобализации. У людей возрос интерес к особенностям жизни и культуры других наций. Европейцы активно начали процесс культурной глобализации.¹⁵ Еще надо сказать о роли и влиянии культурного обмена на отдельную личность, на страну и даже на планету в целом. Так в мире действует более 400 международных организаций, занимающихся культурным обменом. В ООН создано 150 программ, касающихся культурного обмена, в том числе, взаимного обмена студентов и специалистов в разных отраслях. Практически в каждой стране в образовательных учреждениях, естественно, в известных университетах тоже, запущены в действие десятки программ культурного обмена на международном уровне. Культурный обмен везде и всюду оказывает влияние на отдельные личности и даже на целые народы. В результате такого обмена незнакомые друг с другом люди общаются, в ходе общения, совместной профессиональной или образовательной деятельности, происходит обмен знаниями о том, как живут люди в другой стране, какие там существуют обычаи и традиции. Даже обмен сувенирами имеет культурное и познавательное значение. В основном в таких обменах участвуют родители, придающие большое значение развитию своих детей. Ведь программы культурного обмена - это замечательная возможность ближе познакомиться с географией, историей и культурой других городов и государств.¹⁶ Правовая регламентация культурного обмена на международном и национальном уровнях может осуществляться путем заключения международных договоров, принятий решений, конвенций, рекомендаций и так далее. Причем, государства, осуществляющие культурное сотрудничество, руководствуются не только специальными принципами, но и основными

¹⁵Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. С. Под науч. Ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.

¹⁶Публистика, культурный обмен URL: <http://www.minibanda.ru/article/kulturnyj-obmen>

нормами международного права,¹⁷ которые нашли свое отражение в Декларации принципов международного права, одобренной Генеральной Ассоциацией ООН в 1970 году. Специальные принципы культурного сотрудничества определены в Декларации принципов международного культурного сотрудничества,¹⁸ одобренной Генеральной Конференцией ЮНЕСКО 4 ноября 1966 г.

Чтобы культурный обмен, как раздел культурной глобализации, произошёл, должно выполняться несколько условий.

Прежде всего, культурный обмен реализуется в условиях разного экономического развития стран и при наличии различных взглядов на жизненные ценности, разницы в мировоззрении. Тут можно привести такой пример с киноиндустрией. Так в американских фильмах распространён следующий сюжет: при возникающей угрозе миру, при грозящей всей планете катастрофе спасателем всего человечества непременно выступает американец. С таким раскладом событий и прочими взглядами и ценностями, пропагандирующимися во взятых для данного примера в американских фильмах, не обязательно согласны в других странах, в том числе, в России. При такой разнице во взглядах как раз и создаются условия для культурного обмена.

Во-вторых, культурный обмен выражается в создании и обмене имиджевой продукцией, которая символизирует, олицетворяет, исходя из национальных традиций, ту или иную страну, город, место проживания людей. Так Китай придаёт большое значение формированию такой культурной индустрии, развитию производства, работающего на поддержание имиджа страны, выпуску имиджевой продукции. С такой целью были разработаны и выпущены, к примеру, уникальные вышитые шелком изделия города Су Чжоу, а также олимпийские куклы-талисманы Фу Ва в 2008 году в память

¹⁷Декларация принципов международного права, одобренной Генеральной Ассоциацией ООН в 1970 г..

¹⁸Устав 22 о культурном сотрудничестве, Генеральной Конференцией ЮНЕСКО 4 ноября 1966 г.

проведённых в китайской столице Олимпийских игр. Эта продукция, символизирующая определённое событие, традиции и уровень развития промышленности и технологий Китая, была подарена Президенту РФ, когда тот прибыл в Пекин с деловым визитом. В свою очередь глава российского государства также преподнёс лидеру КНР сувениры, олицетворяющие Россию. В приведённом примере тоже показан один из вариантов культурного обмена.

В-третьих, в настоящее время культурный обмен затрагивает высокие технологии мультимедиа. Раньше люди были ограничены в способах обмена информацией, происходил такой обмен зачастую при непосредственном живом общении, как говорится, лицом к лицу. А сегодня в условиях развития процесса глобализации, при ускорении темпа жизни общение людей больше не ограничено пространством и временем. По той же причине при культурном обмене между странами активной используются высокотехнологические средства. Кабельные сети, телевидение и радиовещательные передачи также являются средством информационного и культурного обмена. Наконец, культурный обмен имеет государственный интерес в плане сохранения государственных тайн. Каждая страна обладает внутренней информацией, которая не подлежит общественному обсуждению, тем более в других странах. Культурный обмен же нередко транслирует ту информацию, которая может находиться под грифом государственной тайны. Как обеспечить безопасность культурного обмена – остается пока не решенной проблемой. Например, возникает вопрос о том, как обеспечить сохранность информации о новейших технологиях в пределах своей страны, когда студенты университетов в рамках программ по обмену учатся и осваивают эти самые новые технологии, которые могут составлять государственную тайну.¹⁹

На основе проведенного анализа можно сказать, что культурный обмен

имеет три уровня:

1. Материальный уровень: обмен инструментами между странами.
2. Гуманитарный уровень: обмен естественных и общественных наук.
3. Духовный уровень: способы мышления, ценности, национальный характер, эстетические стандарты, религиозное сознание.²⁰

Используя СМИ, можно успешно осуществлять международный обмен с людьми, организациями, находящимися во всех уголках на планете.

Средства массовой информации являются важным фактором в процессе международной коммуникации, СМИ играют огромную роль в осуществлении культурного обмена. Сегодня нам трудно представить свою жизнь без СМИ. В последнее время мы четко осознаем, что средства массовой информации оказывают значительное влияние не только на информированность конкретных людей о текущих событиях вокруг них. Существует все больше доказательств особой роли и эффективности средств массовой информации во многих других вопросах. Так СМИ сильно влияют и на общественное массовое, а также на индивидуальное сознание, на функционирование социальных институтов, на формирование систем коллективных и индивидуальных ценностей. Поэтому нужно рассматривать СМИ с одной стороны по сфере функционирования, с другой – по их сущности.²¹ Профессор СПбГУ Корконосенко С.Г. Считает, что от права и этики отстраниться нельзя. Это означало бы, что сотрудник СМИ игнорирует стандарты поведения, предложенные ему обществом и профессиональной средой. Такой журналист представляет собой опасность не только для

²⁰ Юй Луньюй. Изучение восточной культуры, Пекин, 1994. С. 27

²¹ Варганова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010, №1.

социального мира, но и для самой редакции.²² Рассматривая определения СМИ известных учёных, следует заметить, что средства массовой информации — это система органов публичной передачи информации с помощью технических средств.²³ До сих пор в русском языке наиболее распространено следующее понятие СМИ – это средства повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям. В Китае популярное определение СМИ изложено в книге «Обзор о СМИ», написанной Го Цингуан. Это определение представляет собой совокупность предприятий, учреждений и организаций, занимающихся сбором, обработкой и распространением массовой информации через печать, радио, телевидение, кино, звуко и видеозаписи.²⁴ В 1979 году И.М. Дзялошинский выступил на одной из научных конференций, где доказывал, что как и любой общественный институт, СМИ возникают в ответ на общественную потребность в объективном процессе разделения труда, а в более общем плане – в процессе дифференциации человеческой чувственно-предметной деятельности и общественных отношений.²⁵ Чтобы выяснить роль СМИ в культурном обмене, мы должны рассмотреть функции СМИ. Я. Н. Засурский выдвигает пять подходов к критике прессы и к постановке проблемы ответственности: ответственность перед обществом, перед гражданами; ответственность перед государством, что предполагает разную степень контроля со стороны государства; ответственность перед издателем, перед владельцем, который обладает правом руководить СМИ в своих экономических, политических или иных интересах; ответственность перед профессией, перед коллегами открывает путь к саморегулированию СМИ

²²С.Г. Корконосенко Основы творческой деятельности журналиста, Рекомендовано Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Журналистика». СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000 г. Глава 6. С. 1

²³Обзоры прессы Печатные СМИ// Заголовки. www.zagolovki.ru. 2015.

²⁴Го Цингуан. Курс по изучению СМИ. Пекин: Изд-во Народа Китая, 1999. С. 157

²⁵Дзялошинский И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия//Медиаскоп - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2015, №3.

журналистами; ответственность перед аудиторией -читателями, зрителями, слушателями.²⁶

Американский социолог, основатель теории пропаганды Г. Лассуэлл выделил четыре основные функции средств массовой информации:

- наблюдение за миром (сбор и распространение информации);
- "редактирование" (отбор и комментирование информации);
- формирование общественного мнения;
- распространение культуры.²⁷

Кроме того, исследователи - У. Липпман, Г. Шиллер, Г. Гляйсберг, Т. Соренсен - как первоочередную выделяют управленческую функцию СМИ. Одним из признанных авторитетов этого направления является Уолтер Липпман, книга которого «Общественное мнение» стала настольной для исследователей и практиков печати.²⁸

Другая группа исследователей (Е. Мэйо, например, и др.) на первый план ставит коммуникативную функцию прессы. По их мнению, задача СМИ - осуществлять связи по вертикали (от управляющих к управляемым и обратно) и горизонтали (на различных уровнях управления и социальных срезах общества). При этом СМИ выступают как язык массового общения.²⁹

Следует заметить, что средства массовой информации могут выполнять так много функций в обществе, особенно в конце XX века, во многом благодаря

²⁶Засурский Я. Н. Предисловие редактора//Сиберт Ф. С. Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998. С.9-10.

²⁷Лассуэлла Г. Теория коммуникационного процесса URL: <http://uchebnik-online.com/131/2080.html>

²⁸Михалкович В.И. Поколения средств массовой коммуникации // Поколение в социокультурном контексте XX века / отв. ред. Н.А. Хренов. М.: Наука, 2005.С. 12

²⁹Там же, С. 12

тому, что информационные технологии стали играть ведущую роль в международных отношениях. В настоящее время информационные технологии создали глобальную инфраструктуру, что продвинуло международные отношения на новый уровень. Можно сказать, что средства массовой информации являются важным фактором в процессе международного культурного обмена, СМИ играют заметную роль почти в целом процессе межкультурного обмена.

Сегодня СМИ оказывают огромное психологическое воздействие на сознание и формирование человеческой личности. Роль СМИ связана с их влиянием на различные этапы и стороны в информационном обществе. Влияние СМИ на культуру сосредоточено на внутренней форме культуры. Современный человек, как правило, не имеет более или менее целостной системы знаний о культуре и ценностях общества. Он получает сведения о них из массмедиа, полученную информацию использует в жизни и своих оценках.³⁰ Культурная тематика в газете помогает завоевывать более широкую аудиторию, удовлетворять культурные запросы основного контингента читателей.³¹ Американский социолог и политолог Сэмюэл Филлипс Хантингтон считал, что суть культуры включает в себя язык, религию, систему ценностей, традиции и обычаи. И это естественно тесно связывает СМИ с культурой, так средства массовой информации используют язык для передачи информации аудитории, которая отражает личное и общественное мнение, получая реакцию массы.

С другой стороны, мы считаем, что содержание, распространённое СМИ, также может стать частью культуры. Как Л.П. Марьина считает, что журналист помогает понять язык культуры, ее семиотику. А СМИ и журналистская деятельность, в частности, обуславливают динамику культуры и одновременно являются ее продуктом. Сегодня СМИ как источник

³⁰ Там же, С. 158

³¹ Там же, С.566

формирования культурных стереотипов – мощный агент социализации. Духовные ценности, создаваемые журналистами, – продукт культурной среды и одновременно ее преобразователь, который трансформирует ценностный потенциал социальной системы.³² В процессе распространения культуры СМИ оказывают огромное влияние на присущие этой культуре свойства, что заключается в следующем: в пропаганде традиционной культуры; стимулировании развития культуры; преобразовании системы культуры; изменении традиционной культуры.

Одним явным влиянием СМИ на культуру является развитие самих СМИ, что привело к формированию так называемой массовой культуры, упрощенной в смысловом и художественном отношении, технологически доступной для всех.³³ Феномен «массовой культуры» с точки зрения его роли в развитии современной цивилизации оценивается учеными далеко не однозначно.³⁴ Массовой культурой называется такая культурная продукция, которая производится ежедневно и в больших объемах. Следует заметить, что почти все люди потребляют массовую культуру, независимо от места и страны проживания, но вся эта массовая культура возникает в процессе развития СМИ.

Влияние СМИ на аудиторию осуществляется через непреднамеренное действие. Сегодня никто не отрицает влияние СМИ на развитие современного культурного обмена.

Культура обладает признаками автоматизма и подсознания, человеческое поведение осуществляется под её влиянием и доминированием. Члены

³²Марьина Л.П. Глобальный контекст социокультурной социализации: динамика журналистской деятельности и СМИ. СПб. 2012 С. 77-78.

³³Влияние СМИ на массовую культуру URL:
<http://www.ronl.ru/knigi/kultura-i-iskusstvo/791126/>

³⁴Мамонтов С. П. Основы культурологии: Учеб. пособие /Ун-т Рос. акад. образования. — 2-е изд., доп. М.: Изд-во РОУ, 1996. С. 148

общества, обладающие общей культурой, в разных обстоятельствах будут действовать одинаково. Такое действие осуществляется почти непреднамеренно. Кроме того, в настоящее время, во всем мире обостряются этнические конфликты и культурные противоречия. Из-за многообразия различных каналов трансляции знаний и информации о культуре ни одна страна не может полностью контролировать СМИ. При таких условиях СМИ распространяют информацию самого различного содержания и отражают разные особенности культуры.

СМИ могут усилить понимание культурного наследия. Но для успешного распространения культуры должен иметься мощный носитель информации. На сегодняшний день, когда быстро развиваются высокие технологии, наиболее важным и эффективным носителем культуры как раз являются СМИ. Во-первых, средства массовой информации могут приобщать людей к культуре, расширять аудиторию, интересующуюся информацией о культуре. Кроме того, традиционная культура имеет свойства: региональность и национальность. Так СМИ могут ярко и интересно продемонстрировать эти свойства культуры с помощью современных технологий. И люди именно с помощью СМИ познакомятся и лучше узнают о своей же традиционной культуре. Ведь культура это не только запись в книгах, но и реальная деятельность в жизни людей. Во-вторых, СМИ играют важнейшую роль в укреплении глобализации, они стали неотъемлемым инструментом в культурном обмене. В то же время СМИ диверсифицируют способ распространения информации между странами, в том числе с помощью телевизионных программ, технологических средств, музыки или фильмов. Например, телевидение трансформировало культурное содержание в интуитивное видеоизображение и помогает людям восполнять пробелы своего образования.

Таким образом, СМИ повышают эффективность продвижения культуры.
СМИ - это необходимое материально-техническое обеспечение
международного культурного обмена. Коммуникационные каналы сегодня в разной степени участвуют в международном культурном обмене. Рассмотрим эти коммуникационные каналы подробнее.

1 . Газета. Её основными особенностями являются большое количество распространяемой информации и оперативность передачи для широкой аудитории. Но газете свойственно выборочное предоставление информации, право селективной обработки. Таким образом, газета - это не самый лучший канал для культурного обмена.

2 . Журнал. Он имеет стабильную аудиторию определенного культурного уровня. Преимуществом журнала является возможность использовать сочетание графики и текста при подачи информации аудитории, что облегчает понимание текста читателями.

3 . Радио. Оно способно очень быстро передавать информацию без пространственных ограничений. Это наиболее прямой путь обмена культуры между странами. Находясь в своей стране, люди могут слушать радио других стран, таких как BBC, CNN и другие, что позволяет получать больше информации о зарубежной культуре .

4 . Телевидение. ТВ при подаче информации использует аудио-визуальные средства, что вызывает у аудитории наибольшие эмоции и в большей мере может привлечь внимание к международной коммуникации. Сегодня телевидение взяло на себя обязанности общественного образования. Ценности, транслируемые телевидением, становятся общественными ценностями.

Помимо этих четырех традиционных средств массовой информации

сегодня массовое распространение получили интернет и мобильная связь.

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что СМИ в процессе культурного обмена выполняют следующие функции:

1. Уменьшение различий между культурными ценностями.

Средства массовой информации используются для того, чтобы уменьшать различия между культурными ценностями разных стран. В каждой стране, имеющей свои исторические корни и национальные особенности, формируются различные культурные ценности. Например, в Китае и Америке сформировалось различное отношение к возрасту человека. Китайцы придают большое значение возрасту, считают, что он является важным фактором в формировании личности, достижении зрелости индивида и материального благополучия, а американцы, наоборот, не обращают внимания на возраст. Так в США молодые люди могут достичь в обществе гораздо большего успеха, в том числе экономического, чем пожилые. СМИ через распространение определенной информации способны повлиять на мировоззрение людей, вызвать изменения в общественном сознании.

2. Изменение культурной ценности.

Ценности, пропагандируемые СМИ, способны постепенно проникать в нашу жизнь, наше подсознание, изменяя наши изначальные культурные ценности.

3. Контроль процесса культурного обмена.

Например, далеко не все иностранные фильмы и телевизионные работы могут дойти до аудитории других стран. Культурный продукт будет проверен. И только несущий полезную информацию культурный продукт может быть доставлен до масс.

4. Обеспечение общественного обсуждения.

СМИ инициируют обсуждение вопроса об обмене культурным продуктом в соответствии с социальным статусом. Например, кинохит "Аватар" стал предметом горячего обсуждения и в газетах, и в Сети в рамках темы культурного обмена Китая и США. Но СМИ не самостоятельный инициатор дискуссии, они косвенно создают общественное мнение, чтобы привлечь внимание к проблеме культурного обмена и способствовать международной коммуникации.

5. Оценка ситуации культурного обмена.

Культурный обмен между странами представляет собой динамический процесс. Между разными культурами обязательно существуют различия и могут возникать конфликты. Культура способна влиять на мировоззрение человека. Но не всегда международная коммуникация успешна. Всегда приходится преодолевать культурные барьеры. А средства массовой информации отражают ситуацию межкультурной коммуникации, поэтому мы можем оценивать текущую деятельность культурного обмена.

СМИ для обмена культуры между странами являются обоюдоострым мечом, потому что они могут передавать как правдивую позитивную информацию широкой аудитории, так способны дать аудитории и нездоровую искаженную информацию. Поэтому необходимо объективно рассматривать роль СМИ в культурном обмене.

1.2 Система СМИ в Китае на современном этапе

В отличие от многих зарубежных медиаиндустрий СМИ Китая являются одной из значимых частей политической системы страны и выполняют важнейшую функцию в процессе построения социализма под руководством Коммунистической партии Китая. То есть специфика китайских СМИ

заключается в том, что они стали одним из главных инструментов выстраивания, поддержания и укрепления существующего строя. Но с другой стороны современные реалии таковы, что в любом случае средства массовой информации Китая обязаны следовать правилам рыночной экономики, соответствовать современной философии управления, чтобы держаться на плаву и самим зарабатывать деньги на своё развитие.³⁵ Можно сказать, что сформировалась довольно уникальная система китайских средств массовой информации. То есть китайские СМИ с одной стороны развиваются при финансовой поддержке государства, а с другой стороны в условиях экономической конкуренции стараются зарабатывать самостоятельно, в основном тем, что предоставляют площадь печатных изданий, места в эфире для рекламы товаров и услуг. Но экономические условия на сегодняшний день таковы, что полагаться лишь на государственную поддержку, как в прошлом, сейчас уже невозможно. Тем более, что в последние годы наряду с так называемыми традиционными СМИ (газеты, журналы, телевидение, радио), быстро развиваются интернет и новые СМИ (социальные сети и прочее). Ведь новые современные средства массовой информации более конкурентноспособны, чем прежние СМИ. Кроме того, медиаэкономика развивается всё успешней и успешней, а в результате границы медиаиндустрии, телекоммуникаций, компьютерной индустрии становятся всё более размытыми. Такое расширение границ содействует реструктуризации системы управления. В этом контексте китайская медиаиндустрия вступила в новый этап реструктуризации и развития. За последние годы китайская медиаиндустрия сохранила быстрые темпы роста: по статистике в 2014 году общая стоимость продукции медиаиндустрии Китая составила 6701.2 млрд юаней, что на 15,1 процента больше по сравнению с предыдущим годом. В 2015 она составила 7600.5 млрд юаней, что на 13,4 процента больше по сравнению с предыдущим годом.³⁶

³⁵У Хаотянь. Анализ ситуации китайских СМИ в Китае, Чэньду, 2014. С. 74

³⁶Всекитайская ассоциация журналистов, главное управление печати и публикации Китая Доклад о развитии Китайской медиаиндустрии в 2015 году URL:

Сегодня медиаиндустрия Китая в основном состоит из трех частей. Во-первых, это - традиционные средства массовой информации: радио, телевидение, газеты, журналы, книги, фильмы и т.д. Во-вторых, это - сетевые СМИ, в том числе видео-сайты, поисковая система, социальные СМИ. В-третьих, это - мобильные средства массовой информации, к ним относятся мобильные приложения на базе интернета, мобильные развлечения, мобильный поиск. В Китае традиционные средства массовой информации занимают место после комитета правительства и медиа-группы. Сетевые СМИ и мобильные средства массовой информации являются важным инструментом в работе операторов связи и операторов мобильных сетей, участвующих в секторе средств массовой информации. Важно отметить следующий момент. В структуре китайских СМИ с появлением новых средств массовой информации произошли большие изменения. В 2014 году (кроме фильмов) традиционные средства массовой информации: газеты, телевидение, журналы, радио, книги и аудиовизуальные промышленности занимали 48,3% от медиаиндустрии на общем рынке, интернет-сервис составил 41,7% от медиаиндустрии в целом. В общем, традиционные и новые медиа тогда примерно составляли равные доли. В 2015 году сложилась аналогичная ситуация. Но затем быстрый рост новых средств массовой информации создал серьезную угрозу существованию традиционных СМИ. Если проводить анализ медиа с количественной точки зрения, то в 2014 году существовало 1912 газет, 9885 журналов, 581 пресс-издательств, 397 аудио и видео выпусков, электронных изданий, 168 радиостанций, 182 телевизионных станций. В общем, количество газет, прочих периодических изданий, книг, аудио, видео отраслей, а также издательств и медиа-фирм почти не изменилось за последнее десятилетие. С одной стороны такой расклад выглядит неплохо, а с другой – этот факт говорит об отсутствии жизнеспособности традиционных СМИ, о том, что они не развиваются, не

http://news.xinhuanet.com/zgjjx/2016-04/29/c_135320084_15.htm

растут. К тому же конкуренция стала более серьезной.³⁷ Так количество интернет-страниц "WWW", что представляет собой новый тип медиа, на сегодняшний день достигло 268 млн сайтов по сравнению с 150.4 млн сайтов, что было в недавнем прошлом, то есть увеличилось почти в два раза. Быстрое развитие новых средств массовой информации, значительный рост интернет-пользователей и пользователей мобильных телефонов привели к тому, что традиционные СМИ уже не могут достичь подобных темпов развития. Ниже приведена таблица, которая ясно показывает процесс развития китайских СМИ:

ВИД	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ГОД						
Виды газеты	1937	1939	1928	1918	1821	1912
Виды журнала	9851	9884	9849	9867	9941	9885
Издательство	580	581	580	580	583	—
Аудио и видео издательства	380	374	369	369	383	397
Издательства Электронной Публикации	250	251	268	268	287	284
Радио станции	251	227	213	169	153	168
телевизионная станция	272	247	197	183	166	182
кино	2087	2120	2170	2185	2207	—
Радио и телевидения	1687	2000	2800	3000	3903	4918
Количество киноэкранов	4723	2656	9286	13118	18195	23592

37 Су Баого. Ситуация китайских СМИ в современном обществе, 2013. С. 36

Рекламная компания	168852	243445	296507	377778	445365	543690
Использователь мобильного телефона(десять тс.)	75000	85900	98625	111215.5	122911.3	128609.3
Фиксированный телефон(десять тс.)	32375	29438	28179	27815.3	26698.5	24943
www сайты(десять тс.)	323.2	190.8	230.0	268.1	320.2	335.0
доменное имя(десять тс.)	1681.8	865.7	774.8	1341.2	1844.1	2060.1
Использователь интернета(десять тс.)	38400	45730	51310	56400	61758	64900
Использователь интернета через мобильный телефон(десять тс.)	23344	30273	35558	41997	50006	55700

Источники данных: Главное управление печати и публикации, SAIC, CNNIC.

Данная таблица демонстрирует сегодняшнюю ситуацию СМИ КНР.

С 2010 года медиарынок Китая стали успешней и успешней осваивать так называемые социальные медиа.³⁸ Они стали завоёвывать всё большую популярность у аудитории, у потенциальных пользователей. Что понимается под определением «социальные медиа»? Это социальные сети, интернет-СМИ, предоставляющие людям больше возможностей, чем традиционные СМИ, участвовать в общественном обсуждении тех или иных вопросов, высказывать своё мнение на какое-либо событие. В общем, эти медиа с такими целями и создавались. Понятие «социальные медиа» появилось сравнительно недавно в связи с возникновением ряда новых технологий и интернет-ресурсов (онлайновые социальные сети, видеохостинги и т.д.).

³⁸Antony Maefield: what is social media URL: <http://www.docin.com/p403595988.html>

Можно выделить два наиболее часто встречающихся подхода к понятию «социальные медиа»: как к технологиям и как к разновидности интернет-сайтов. На практике технологии тесно переплетены с функционирующими с их помощью виртуальными пространствами.³⁹ Наиболее популярные сайты, которые обычно относят к категории социальных медиа (Facebook, Twitter, LiveJournal, Wikipedia, YouTube и т.д.), обладают уникальным интерфейсом и работают на основе определённого набора технологий, которые делают этот сайт уникальным средством коммуникации. В рамках данной работы под социальными медиа понимается категория веб-сайтов, предоставляющих возможность публикации, обмена и обсуждения контента широким кругом пользователей. Под «веб-сайтом» понимается место в интернете, которое определяется своим адресом (URL), оно имеет своего владельца и состоит из веб-страниц, которые воспринимаются как единое целое. Выражение «широкий круг пользователей» указывает на то, что для осуществления вышеназванных видов деятельности от пользователя не требуется наличие специальных знаний и навыков (программирование, профессиональная фото-, видеосъёмка, умение писать тексты и т.д.).⁴⁰ Американский исследователь Шон Картон (Sean Carton) в своём блоге так определил социальные сетевые медиа: слово «социальный» значит коммуникация, то есть люди общаются друг с другом, а медиа — это техники, которые являются средством передачи информации, то есть техники, которые помогают людям получать информацию и общаться друг с другом.⁴¹ В американской Wikipedia так определено значение социальных медиа: «Социальные сетевые медиа — это медиа, направленные на распространение

39[□] Жилавская И. «Медиаобразование: от теории – к практике», сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой информации». – Томск, 2007. URL: http://www.4cs.ru/materials/wp-id_396/

40[□] Тихонова С.В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть // «Полис», 2007. № 3.

41[□] A history of social media. URL:

<http://janeKnight.typepad.com/socialmedia/2009/10/a-history-of-social-media.html>

информации через социальные взаимодействия, созданные с помощью высоких и доступных технологий. Социальные сетевые медиа используют интернет и веб-технологии для преобразования медиавещательных монологов в социальные диалоги. Они поддерживают демократизацию знаний и информацию, превращая людей из потребителей в производителей контента».⁴²

Итак, какие существуют виды социальных сетевых СМИ? В своем блоге Рон Джонс разделил социальные сетевые медиа на четыре группы⁴³:

1. Социальные новости. Здесь особенность заключается в том, что можно новости не только читать, но и комментировать их.
2. Социальный обмен. Эта форма позволяет пользователю создавать контент, загружать, а также и обмениваться видео или фотографиями с другими людьми.
3. Социальные сети. Здесь основная задача выражается в широкой возможности общаться с другими людьми.
4. Социальные закладки. С их помощью пользователи имеют возможность сохранить свои закладки в интернете и использовать их в любом месте или делиться ими с другими людьми.

В настоящее время в Китае существует более чем 50 веб-сайтов, которые предоставляют услуги микроблоггинга. Быстрое развитие социальных медиа является движущей силой изменения формы социальных структур. Среди различных социальных медиа микроблог стал самым популярным, он также является одним из самых активных сетевых приложений. С августа 2009 года

⁴² Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // Business Horizons. 2010. Vol. 53. Issue 1. P. 59.

⁴³ Ron J. Social Media Marketing 101. Part 1. URL: <http://searchenginewatch.com/3632809> (дата обращения: 10.01.2011).

компания Сина начала предоставлять услуги микроблога. А ещё до октября 2010 года было объявлено, что количество зарегистрированных пользователей уже достигло 50 миллионов, к концу декабря 2012 года зарегистрированных пользователей Сина микроблогов стало уже более 500 миллионов. Благодаря своим социальным свойствам, Сина микроблог стал важным инструментом для народа для того, чтобы выражать своё мнение. Важно сказать о следующей особенности новых СМИ. Особенность выражается в следующем. Большой объём информации, ранее опубликованной традиционными СМИ, вторично передаётся через платформу микроблога. Поэтому социальные медиа значительно обогатили каналы распространения информации. Большую конкуренцию микроблогам составил появившийся следом за ними мессенджер Wechat. Он обладает свойством мгновенной связи, поэтому не удивительно, что этот мессенджер сделал серьёзный вызов микроблогу. Прежде всего, успех мессенджера Wechat заключается в возможности осуществления бесплатного голосового общения. В то же время он представляет информацию о местоположении, контактах друзей, моде и новостях. Эти возможности также привлекательны для пользователей. В настоящее время этот мессенджер стал наиболее перспективным видом мобильной связи, самой большой информационной платформой. А микроблог также является важной платформой создания и обслуживания определённого бренда. Так большинство компаний используют микроблог, чтобы пропагандировать свои продукты и услуги. Например, в 2011 году микроблогом Сина воспользовались 50 тысячи компаний.⁴⁴ В настоящее время микроблог Сина и Wechat являются самыми популярными социальными медиа в Китае, они обладают огромной базой поддержки пользователей. Конкуренция между ними будет продолжаться.

Несмотря на бурное развитие социальных медиа, в последние годы телевизионные средства массовой информации по-прежнему остаются

⁴⁴ Чжань Вэй. Развитие китайских СМИ в 2011 году // Издательство общественной науки, 2012. (микроблоги в Китае 2011 года)

крупнейшим медиа на китайском рынке. В 2012 году доходы радио и телевидения достигли 313,5 млрд юаней. Для того чтобы справиться с потерей молодых зрителей, в последние годы индустрия телевидения постоянно проводит мероприятия по обновлению содержания программ. Так телеканал Чжэцзян ТВ выпустил программу "Китайский хороший голос", которая обеспечила успех телеканала. Интерес у аудитории также вызвали, к примеру, документальный фильм "Китай на кончике языка", программа о браке канала «Цзянсу ТВ» - "Без искренней заинтересованности не беспокойте" и т.д. Большое количество успешных телевизионных программ также способствует развитию телевидения в условиях жёсткой конкуренции с новыми медиа. Сегодня работникам телевидения, чтобы оказаться в выигрыше, необходимо тщательно изучать интересы аудитории, работать над формой подачи информации, программ и следить за откликом телезрителей на ту или иную передачу, чтобы учесть его в дальнейшей своей деятельности и сделать программу ещё успешней и интересней. Кроме обновления содержания телепродукта, сегодня также укрепляется сотрудничество между телевидением и обществом. "Открыто развивать телевидение" – это главная современная цель телеиндустрии. Центральная телевизионная станция CCTV активно развивает сотрудничество с главными веб-сайтами, например, Лэши и Соуху. Платформа ТВ становится более открыта для Интернета и других новых средств массовой информации. Цифровые медиа сейчас также активно развиваются. В 2012 году общее количество пользователей цифровых ТВ составило более 200 миллионов. В целом, телевизионная промышленность Китая постоянно развивается под воздействием новых медиа, но в процессе развития всё ещё существует много проблем. ТВ следует активней участвовать в различных сферах для того, чтобы найти пути и средства для своего дальнейшего развития.

А китайской прессе из-за широкого распространения новых средств массовой информации с трудом удаётся удерживать свои прежние позиции,

тем более добиваться новых успехов и достижений. В 2012 году в Китае общая сумма газетной рекламы на рынке составила около 68550 млн, что ниже на 12,6 процентов по сравнению с предшествующим годом. По статистике научно-исследовательских институтов за последние десять лет доходы от китайской газетной рекламы в 2012 году первый раз упали. В этом же году тираж газет в разных регионах Китая сильно снизился. В Южном Китае, Восточном Китае и Северном Китае степень снижения достиг 12.3%-17.5%-16.1%. В слаборазвитых районах пресса испытала ещё большее сокращение аудитории. В настоящее время молодёжи, которая читает газетные печатные издания, становится всё меньше и меньше. Появилась проблема, связанная и с тиражом газет. Согласно статистическим данным Press Association Китая, в 2011 году потребность в газетной бумаге снизилась на 7% по сравнению с прошлым годом. Причём уровень снижения в большом городе меньше, чем в маленьких городах. Причина снижения продаж в основном заключается в том, что новые средства массовой информации также оказывают большое влияние и на газеты. Так с появлением новых медиа читатели стали меньше и меньше покупать печатную прессу. Кроме того, на рынке конкуренция между газетами становится сильнее и сильнее. Для того чтобы справиться с тяжелой экономической ситуацией, почти все крупные газеты создали электронную версию, чтобы через цифровые каналы расширить свою аудиторию и предоставить читателям знакомиться с прежним продуктом с помощью современных технологий.

Интересно то, что журналы, в отличие от газет, показали довольно стабильные темпы развития в 2012 году, доход от рекламы в журналах сохранил свой рост. Такие результаты говорят о том, что журналы предназначены для людей с солидным положением в обществе, хорошими стабильными доходами. И журналы по-прежнему пользуются спросом у своей презентабельной аудитории.

В процессе развития СМИ система контроля со стороны государства играет важную роль. Надзорные функции выполняет правительственное ведомство, административные правоохранительные органы осуществляют профессиональное управление и контроль регулируемых организаций. В Китае медиаиндустрия обладает двойственным свойством, которое выражается в сочетании экономической и культурной составляющих. Экономическое свойство означает, что СМИ в Китае могут зарабатывать деньги. А культурное свойство означает, что содержание средств массовой информации может и должно влиять на мировоззрение людей.

Система СМИ в Китае прошла четыре основных этапа развития. Первый относится к 1958-1978 годам. Этот этап характеризуется главенствованием государственной монополии, когда политический и общественный интерес слились воедино. Второй этап характеризуется зарождением индивидуальных интересов под политическим контролем (1979-1991). Третий этап – это стадия расширения индивидуальных интересов и распада общественного интереса (1992-2002). На четвёртом этапе происходит восстановление баланса между индивидуальными и общественными интересами (2003 - по настоящее время).

Можно утверждать, что информационная деятельность СМИ очень важна и нужна в жизни каждого человека, СМИ влияют и на развитие личности.⁴⁵ Люди испытывают потребность в информации и знаниях. Немаловажно то, что сейчас сбором и распространением информации занимаются специализированные учреждения. Таким образом, медиаиндустрия стала важнейшим производителем и распространителем знаний, а также становится главным каналом взаимодействия между различными компонентами общества.⁴⁶ Важно то, что деятельность СМИ по производству

⁴⁵ Ли Лянжун. Введение в журналистику / Лянжун Ли. – Шанхай: Издательство «Фуданский университет», 2009. С. 14

⁴⁶ Ту Чжэнфэн. Надзор и регулирование китайской медиа-индустрии, 2014. С.27

и распространению информации оказывает большое влияние на политическую, экономическую, культурно-нравственную и прочие стороны нашей жизни, такое мощное влияние обуславливает сама общественная жизнь.⁴⁷

Надо сказать о том, что в традиционной системе СМИ Китая государственные ведомства отвечают за макро-управление медиа, то есть государство играет роль и составителя закона о СМИ, и надзирателя исполнения этого закона. Кроме того, данные учреждения также отвечают за надзор за осуществлением закона медиаорганизаций. Такая ситуация приводит к сочетанию политической функции и функции регулирования. Впрочем, такое положение дел весьма затрудняет координацию работы по надзору и управлению. Поэтому восстановление системы регулирования в этом вопросе имеет решающее значение для развития медиаиндустрии Китая. Получается, что с одной стороны нужно укрепить законы о СМИ, а с другой стороны надо правильно определить место правительства для развития медиаиндустрии.⁴⁸

Расскажем о том, что в Китае правительство выполняет две функции в процессе развития СМИ. Одну функцию правительство выполняет как орган политического управления и предоставляет разные общественные услуги для СМИ. А другую функцию выполняет так называемое экономическое правительство, играющее роль управления национальными активами.⁴⁹

Теперь перейдём к характеристике традиционных регулирующих органов СМИ. Ими являются: Отдел пропаганды ЦК КПК, Главное управление радио, кино и телевидения и Главное государственное управление КНР по делам

47Го Цингуан. Теория и практика коммуникации. Пекин: изд-во Китайского народного университета, 1999. С.160

48Би Юй. Обсуждение десяти тенденций в развитии китайской медиаиндустрии // Перестройка экономической системы, 2005, №1.

49Чжан Чжи. СМК на современном этапе, 2004, №2. С. 76

печати и издательств. Кроме того, в системе управления СМИ существуют определённые органы, которые выполняют различные функции. Так с 1998 года Главное управление радио, кино, и телевидения начало отвечать за развитие национального местного радио и телевидения. По законопроекту, ратифицированному государственным советом КНР, Главное управление радио, кино и телевидения взяло на себя ответственность за развитие национального радио, телевидения, рекламы и телевизионной карьеры. Теперь узнаем из каких отделов состоит Главное управление. В него входят: законодательный отдел; кабинет главного редактора; государственное агентство по вопросам кино; отдел социального управления; отдел образования; отдел финансового управления; отдел науки и техники; отдел иностранных дел; отдел охраны; партийные органы.

Какие же функции выполняют партийные органы? Итак, им присущи следующие обязанности:

1. Исследовать и формировать политику СМИ, контролировать общественное мнение, направлять создание программы радио и телевидения, координировать темы, руководить и планировать систему управления радио и телевидения.
2. Составлять нормативные акты о СМИ, разрабатывать правила управления СМИ, а также планы развития, контролировать радио, телевизионные, спутниковые программы.
3. Управлять развитием информационных технологий радио и телевидения. Проводить разработку технической политики и стандартов.
4. В соответствии с государственными законами и правилами обеспечивать передачу радио телевизионного вещания. Назначать частоту передачи и участвовать в разработке генерального плана национальной информационной сети .

5. Руководить центральной народной радиостанцией КНР, Международным радио Китая и центральной телевизионной станцией ССТV. Координировать информацию, передаваемую ими.
6. Разрабатывать проекты о сотрудничестве с другими странами в сфере СМИ.
7. Выполнять другие поручения Центрального комитета партии и государственного совета.

В настоящее время в Китае не разработаны специальные законы о радио и телевидении, но закон уголовного права, закон об авторском праве, закон о хранении государственных секретов, закон о рекламе и закон о защите прав потребителей включают в себя положения о радио и телевидении. Административная деятельность радио и телевидения опирается на основные административные правила, местные правила и ведомственные правила. Административные правила, одобренные Государственным советом о радио и телевидении, включают в себя следующие пункты:

- 1 . Административные меры спутниковых наземных приёмных средств для приёма телевизионных программ, передаваемых с помощью иностранных спутников.
- 2 . Административные меры о кабельном телевидении.
- 3 . Правила о создании наземного объекта приёма спутникового телевидения.
- 4 . Правила управления радио и телевидения.
- 5 . Правила о защите оборудования средств вещания.

В разных провинциях, например, в провинции Шанси, Цзянсу и Синьцзян

ещё созданы региональные правила для СМИ. Так СМИ являются важной силой на пропагандистском фронте Китая, поэтому пропагандистская функция стала важным элементом радио и телевизионного менеджмента.

И ещё несколько слов скажем об особенностях пропагандистской функции китайских СМИ. Так в различные годы Центральный комитет Центральной партии Китая создавал разные правила, касающиеся пропаганды. Например, в 1948 году были созданы правила об обращении за указаниями и представлении сообщения в работе пропаганды. В 1954 году вышла резолюция по улучшению работы в газетах. В 1981 году появилось решение о политике продвижения пропаганды текущих газет. В 1989 году вышли правила об усилении гласности и идеологической работы. В 1997 году - некоторые правила о запрещении платной новости. В 2002 году - правила о наказании сотрудников радио и телевидения в положении нарушения правил.

Чтобы гарантировать нормативное развитие СМИ, государством также используются разные административные меры. И эти меры играют важную роль в системе развития СМИ. Административные меры такого руководства включают в себя следующие позиции:

1. Разработку политики, планов и стандартов в СМИ, в том числе и политики программы.
2. Административную лицензию. Так открытие радиостанций, телеканалов, монтаж спутниковых приёмных сооружений и иных актов должны осуществляться после рассмотрения и утверждения соответствующих органов.
3. Осуществление ежегодного контроля деятельности радио и телевизионных станций.

4. Административные штрафы. То есть, создана система наказания нарушителей законов и нормативных актов путём предупреждений, штрафов, конфискации незаконных доходов и незаконного имущества. Один из способов наказания - прекращение вещания и отзыв лицензии.

Меры по контролю содержания СМИ стали важным способом для укрепления позиций средств массовой информации на медиарынке.

1.3 Культурная тематика в традиционных китайских СМИ

В Китае существует три главных способа получения информации о культуре. Это:

1. Журналы и газеты, специализирующиеся на культурной проблематике.
2. Приложение к газетам.
3. Телевизионные программы.

Журналы и газеты, специализирующиеся на культурной проблематике.

В Китае под печатными изданиями, специализирующимися на культурной проблематике, часто подразумевается литературный и культурный журнал, в котором публикуются рассуждения, комментарии, рецензии на музыкальные, литературные и кинопроизведения. Такие газеты или журналы, часто связанные с духовной тематикой, являются основным видом культурной деятельности СМИ.⁵⁰ Что касается содержания, то можно сказать что, эти печатные СМИ несут содержание более высокого и качественного уровня. В той или иной мере журналы или газеты, отражающие культурную тему, появляются как отклик на идеологические и духовные потребности людей,

⁵⁰Люй Сюйла. Существующее положение и вызов культурного журнала в Китае: Гуанчжоу, 2008. С. 5

как правило, с высшим образованием.

Хотя журналы и газеты, специализирующиеся на культурной проблематике, являются главным способом получения информации о культуре, но они занимают очень маленькую долю от общего количества всех изданий. Сегодня известные журналы, специализирующиеся на культурной тематике, это: «Дучжэ» («Читатель»), «Цзятин» («Семья»), «Хуаньцю» («Весь мир») и «Душу» («Чтение книг»). Газета, которая известна во всей стране и посвящена культурной теме, это «Чжунго Вэньхуабао» («Культурная газета Китая»).

Ранее к печатным СМИ, специализирующимся на культурной проблематике, относились разные литературные журналы. Например, журнал «Сиюй» («Нежная речь»), «Сяньдэй» («Современность») и «Синюе» («Новолуние»), созданный под руководством деятеля культуры первой четверти XX века - Лу Синя. После образования КНР культурные журналы испытывали два этапа подъёма.

Первый подъем длился десять лет: с 1970 до 1980. В это время различные культурные журналы основывались один за другим. Например: «Дучжэ» («Чтение») - в Пекине, «Шулин» («Лес книг»), «Вэньсюй» («Литература») - в Шанхае, «Суйби» («Записки») - в Гуанчжоу, «Шу юйжэнь» («Книга и человек») - в Наньцзине.

Второй подъём пришёлся на середину 1990-х годов прошлого века, когда в результате социалистической экономической рыночной реформы у интеллектуалов появились новые требования к культуре, и, благодаря этим требованиям, были созданы новые журналы: «Шучан» («Стены книг») - в Шанхане, «Ваньсян» («Всё») - в Ляонине, «Шичжэн» («Фактические данные») - в Хайнаи.

Если классифицировать виды журналов, специализирующихся на

культурной проблематике, по содержанию, то можно разделить их на три категории:

1. Культурный журнал, в котором основным жанром является рецензия на книгу. В качестве примера можно привести журналы «Шуву» («Дом книги») и «Шичжэн» в Хайнаиь.
2. Культурный журнал, где ведущую роль играет публицистика. Например: «Ваньсян» и «Суйби».
3. Культурный журнал, главной темой которого является литература. Например, журнал «Тянья» («На краю света»).

Конечно, нельзя не обратить внимания на общественные функции печати о культуре. Социальная функция так называемой культурной печати в основном отражается в том, что пресса участвует в формировании общественного мнения, содействует развитию социальной мысли. Так в печатных изданиях, посвящённых вопросам культуры, активно обсуждаются различные социальные реалии. Газеты и журналы о культуре не только предлагают людям темы для размышлений, но призывают к тому, чтобы люди, рассматривая какие-либо проблемы, занимали активную гражданскую позицию.

В данном контексте важно сказать ещё об одном факте. В Китае сегодня получил большое распространение американский журнал *The New Yorker*, который оказывает огромное влияние на развитие китайской печати в целом. *The New Yorker* — американский еженедельник, публикующий репортажи, комментарии, критику, эссе, художественные произведения, юмор, комиксы и поэзию. Публикуется он примерно раз в неделю (47 номеров за год). Издаётся с 1925 года. Начиная с сороковых, большинство известных премированных американских рассказов впервые публиковались в *The New Yorker*.⁵¹

⁵¹ *The New Yorker*. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/The_New_Yorker

Особенности журнала The New Yorker выражаются в следующих позициях:

- 1 . Строгие требования к общему качеству журнала.
- 2 . Соблюдение литературных традиций.
- 3 . Традиция опубликования карикатуры.
- 4 . Уникальный внешний вид.
- 5 . Современность и соответствие потребностям читателя.

В 90 годах прошлого века китайские культурные журналы одновременно испытали тяжёлые времена. Причины следующие.

Во-первых, тогда изменились условия конкуренции, то есть не только появилось больше журналов, но и в ежедневных газетах открылось большое количество тематических рубрик о различных гуманитарных областях, такие как книжные обзоры, интервью и т.д.

Во-вторых, темп жизни постепенно ускорялся, так что среднее время для чтения уменьшалось с каждым годом. «Дучжэ» («Чтение») из-за слишком трудного и безвкусного стиля вызвал неудовлетворённость у читателей. «Шуву» («Дом книги») находится в постоянных поисках своего места на рынке печатных СМИ. «Тянья» («На краю света») после того, как появилось множество журналов с похожим содержанием, тоже столкнулся с проблемой сохранения уникальности.

Следует заметить, что практически все журналы о культуре однотипны, их содержание формируется преимущественно за счёт рецензии на книгу. И за последние двадцать лет ситуация почти не изменилась. Существует заблуждение по поводу того что, если журнал на культурную тематику, то это довольно качественное по содержанию издание. Но из-за отсутствия доходов

от рекламы многие культурные журналы не располагают средствами для развития. Такое положение дел ведёт к снижению качества содержания культурного журнала. Если СМИ получит недостаточное инвестирование, то уменьшится прибыль, соответственно снизятся и инвестиции и издание вполне может обанкротиться. Такой порочный круг сложился для печатных изданий, специализирующихся на культурной тематике.

В настоящее время журналы, специализирующиеся на культурной тематике, проводят реформу в следующих направлениях:

1. Формируется такая рекламная политика издания, чтобы журнал мог существовать и развиваться.
2. Расширяются каналы выпуска.
3. Обращается больше внимания на потребности читателей и содержание журнала.

Такими способами можно достичь нового успеха для периодической печати, специализирующейся на культурной проблематике.

В настоящее время успешно развиваются веб-сайт, микроблог и другие социальные сети. В таких условиях газетам и журналам развиваться сложно. По данным Государственного бюро, сегодня почти у половины всех существующих газет, в числе которых есть довольно известные издания, тиражи в течение года снизились почти на 30%. Данные, представленные властями Шанхая, показывают, что с 2006 по 2009 год общий тираж газет в Шанхае с 1,789 млрд экземпляров снизился до 1,62 млрд экземпляров. Валовой доход с 894 млн юаней упал до 455 миллионов юаней.⁵² Однако даже в такой ситуации некоторые печатные издания, специализирующиеся на культурной проблематике, неплохо развиваются. Можно сказать, что сейчас в

⁵² Чжао Фэнла. Статус и контрмеры для печати газетной отрасли, Пекин, 2013. С. 36

Китае очень мало общегосударственных газет, специализирующихся на культурной проблематике. Но есть и успешные культурные издания. К ним, например, относятся «Чжунго Вэньхуабао» («Культурная газета Китая») и «Синь Вэньхуабао» («Газета новой культуры»).

Приложения к газетным изданиям.

Следует заметить, что материалы по культурной тематике не только публикуют в изданиях, специализирующихся на проблемах культуры, но и в приложениях газет. С появлением современных китайских газет приложение газеты стало выполнять важную культурную функцию. Ведь с момента, когда появилось первое официальное приложение газеты в 1897 году, до сегодняшнего дня уже прошло 112 лет. Всё это время приложение газет было тесно связано с эволюцией общества, его историей и культурой Китая. Приложения к газетным изданиям внесли большой вклад в распространении культуры.⁵³ Так приложение газеты «Китайская культура» стало наиболее широким каналом для распространения культурной информации. Можно утверждать, что приложение газет является настоящим проводником культуры, новым носителем новой культурной информации. Например, многочисленные работы такого известнейшего и великого деятеля движения «новой культуры» в Китае, как Лу Синь, были впервые опубликованы именно в приложениях газеты. Это - «Нахань» («Возглас»), «Паньхуан» («Что делать?») и «Шичжэн» («Факты прошлого»).

Приложение газеты в Китае со времени его появления в условиях сложившейся социальной и исторической среды всегда выполняло следующую основную функцию - распространение информации о культуре. Приложение газеты в Китае появилось в последние годы династии Цин. Но в конце династии Цин западные империалистические державы вторглись в Китай. Таким образом, этот особый исторический момент определил и то

⁵³ Тянь Цзяньпин, Ли Ин. Культурная функция приложения // газета Хэбэй, 2009. С. 101

обстоятельство, что приложение китайских газет уже с момента своего создания взяло на себя ответственность за распространение культуры. Такая традиция продолжается до сегодняшнего дня. Интересен следующий момент. История такова, что все китайские газеты были созданы иностранными церквями. Кроме распространения западной религии газеты начали распространять и другие составляющие западной культуры, такие как литература, басни, искусство, наука и т.д. В результате происходило определённое смешение восточной и западной культур. Приложение современной китайской газеты выполняет функцию традиционной культуры. Если хочешь быть в курсе событий культуры, то надо непременно читать приложение газет. Почти в каждой центральной газете существует такое приложение, есть оно также и в газете «Жэньминь жибао» («Ежедневная народная газета»).

Телевидение тоже играет важную роль в процессе распространения информации о культуре. С внедрением политических реформ, направленных на открытость, и развитием рыночной экономики телевидение стало самым популярным видом СМИ, к тому же оно обладает, пожалуй, самой большой аудиторией. В последние годы в индустрии телевидения происходила реформа, нацеленная на самофинансирование. Но в то же время конкуренция среди телевизионных станций становится все более интенсивной. Под влиянием рейтинга аудитории развлекательные программы приобрели большую популярность. И, наоборот, просветительские программы с идеологическим характером испытывают кризис жанра. Кроме того, у телепрограмм с культурной тематикой есть ряд существенных недостатков.

Во-первых, целевой аудиторией культурной программы являются люди, обладающие определённым запасом знаний. В современном обществе из-за интенсивного ритма жизни и разнообразия способов проведения досуга у людей теряется внимание к телевизионным программам на культурные темы.

Во-вторых, слабое содержание и ведение самой культурной программы ослабляет её конкурентоспособность.

В-третьих, многие такие программы из-за особенности управления ими не носят систематического характера.

В-четвёртых, эти программы транслируют в неудобное время.

И ещё одними причинами кризиса культурных телепрограмм являются нехватка фондовых средств и зачастую отсутствие заинтересованности в их создании самих же авторов.⁵⁴

Телевизионные программы.

Культура имеет важное значение, как для всего мира, так и для развития отдельного человека, для самоопределения наций. Телевизионные программы о культуре необходимо использовать в вопросе поддержания независимого статуса культуры народа. В то же время нельзя не обращать внимания на то, что такие программы, как "Искусство жизни", "Восточный горизонт" и "Сын Востока" и многие другие культурные телепрограммы CCTV получили высокие рейтинги в результате грамотных действий руководителей телепрограмм. Всё это свидетельствует о том, что культурные телевизионные программы Китая вполне могут быть успешными и интересными и завоевать интерес аудитории. Для этого важно разработать определённую стратегию действий. Для начала следует определиться с положением и местом определённой культурной телевизионной программы наряду с другими программами. Конечно, в разных странах и в разные периоды времени трудно сформировать единые правила классификации телепередач. Классификации китайских телевизионных программ могут быть проведены только исходя из практической работы самого китайского телевидения, а не на основе

⁵⁴ Хэ Шаолэй. Изучение развития телевизионной культурной программы в Китае. Цзинань, 2008. С.

стандартов западных стран, в которых уже давно развивается телевизионная индустрия. В Китае телепрограммы можно разделить на политические, экономические, военные, правовые, культурные, исторические, научно-технические, национальные, религиозные, спортивные и другие программы. Другой способ деления - по содержанию и социальной функции программы. Так можно выделить программы новостей, образовательные программы, программы культурного характера, сервисные программы. Можно рассматривать культурную телевизионную программу в широком и узком смысле. В широком смысле все телевизионные программы являются частью одной культурной программы, так как само по себе телевидение является частью культуры. С узкой точки зрения культурные телевизионные программы - это те программы, которые в полной мере используют телевизионные технологии и возможности, чтобы познакомить аудиторию с различными произведениями литературы, искусства, науки, всевозможными культурными явлениями и событиями, вопросами философии.

Классификация телепрограмм по содержанию:

1. Телепрограммы рассказывают и анализируют загадочные явления природы, рассказывают о мире животных и растений. Аудитория знакомится с различными удивительными историями, посвященными магическим и уникальным народным обычаям. Вниманию телезрителей представляют информацию о различных археологических находках и так далее. Таким темам посвящены программы "Человек и природа", "Животный мир", "Исследование и открытие", "Китайская цивилизация" и другие.
2. Телепрограммы, рассказывающие и показывающие различные стороны культурной жизни. Здесь задача заключается в том, чтобы рассказывать о ежедневных основных потребностях людей, сосредоточить внимание на людях и сферах, касающихся культуры питания, моды, социальной

культуры, клановой культуры и т.д. Эти программы затрагивают вопросы и темы практически всех аспектов жизни. Представителем этого вида программы является "Легенда фильм ."

3. Телепрограммы, в которых кто-то делится с аудиторией неким жизненным опытом. В качестве героев программ выбирают интересных людей, которым есть что рассказать публике, они делятся своим опытом в чём-либо, достижениями, размышлениями о смысле жизни. Такие телепрограммы посвящены программам "Диалог", "Искусство жизни" и так далее.
4. Телепрограммы, посвящённые новостям науки. Тут ведётся рассказ о научных событиях, даётся описание различных научных исследований, научно-технических достижений. Цель: сообщать о последних разработках научного сообщества, популяризировать научные знания. Этому посвящены такие программы, как "Science Review", "Энциклопедия Quest", "Сад технологии" и так далее.

Классификации телепрограмм по виду производительности.

1. Беседы. На программу приглашают гостей, докладчиков для того, чтобы они пообщались с аудиторией. На этих программах обсуждают культурные явления и события, изучают культурные коннотации. Например, программа "Время чтения", используя форму интервью, даёт духовное просветление людям и предлагает к чтению хорошие книги.
2. Документальный фильм. Он является наиболее традиционной формой телевизионной культурной программы. Его задача - с помощью аудио и видеосредств показать все аспекты культурной жизни, охватывающей различные направления: литературу, эстетику, историю, географию, природу, науку и технику. В качестве примера можно привести программы "По Китаю" на международном канале и "Исследование и открытие" на канале науки и так далее.

3. Новости. Такой жанр позволяет своевременно отражать отечественные и международные культурные мероприятия. Здесь заметны такие программы, как "Культурная история", "Свет науки" и "Мир науки". Следует отметить, что некоторые программы основаны на новостных репортажах.
4. Художественный фильм. Например, "Телевизионная проза и поэзия". Программа изучает формы художественной поэзии, которую могут по достоинству оценить и зрители.
5. Обучающие программы. На программу в качестве гостей приглашают различных экспертов и учёных для чтения лекций. Но за последние несколько лет такие программы научились делать не скучно, а интересно и современно. В качестве примера можно привести такие программы, как "Лекционный зал" ССТV, "Научный форум" Феникс, "Кафедры учёных" канала науки.

Культурные телевизионные программы как важный элемент телеиндустрии играют огромную роль в общественной жизни. Культурные телепрограммы выполняют следующие функции:

1. Функция культурной пропаганды и просвещения.

Любой вид телевизионной программы имеет свои особенности. Основными функциями культурной телевизионной программы Китая являются культурная пропаганда и просвещение. Многие люди учатся через наблюдение за поведением других людей, а телевизионные программы как раз показывают эти варианты поведения, можно сказать, что средства массовой информации являются хорошим средством обучения."⁵⁵

2. Эстетическая функция.

⁵⁵Werner J. Severin. Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media. 2000. С. 305

Культурную телевизионную программу от других типов телевизионных программ отличает наибольшая художественность. Ведь производство таких программ нацелено на развитие творческих способностей и мышления человека, а также эти программы воплощают в себе и творчество автора." ⁵⁶

3. Функция информационных служб.

Во-первых, такая программа удовлетворяет потребности людей в повседневной информации и практических знаниях. В настоящее время культурная телевизионная программа обращает больше внимания на практическую сторону жизни, становится ближе к аудитории, её интересам. Чтобы предоставлять подробную и практическую информацию людям, эти программы были успешно реформированы. Например, программа "Для вас" после реформы приблизило своё содержание к реальным потребностям людей, сейчас она является популярной телевизионной культурной программой.

Во-вторых, такая программа несёт в себе духовное содержание. Ведь культурная телевизионная программа не только сосредотачивается на решении практических задач повседневной жизни, но и обращает внимание на духовную жизнь людей. Таким задачам следует программа "Трибуна разных специалистов".

4. Функция развлечения.

Культурная программа может через зрительный зал в студии, горячую линию, сетевые комментарии и другие способы предоставлять аудитории функцию развлечения, улучшать коммуникацию с аудиторией.

В пятидесятых и шестидесятых годах двадцатого века начался период развития культурной телевизионной программы. Преследуя цели

⁵⁶Оуян Хуншэн. Культура телевидения. Чэнду//изд-во Сычуань, 2006. С..37

"политической пропаганды", "распространения знаний" и "обогащения культурной жизни масс", пекинская телевизионная станция с самого начала её создания очень серьёзно относится к работе над культурными телевизионными программами. Самыми первыми программами стали телепередачи разной тематики: "Жизнь и знания", "Филателисты", "Фотографы", "Научное знание", "Медицинский советник", "Культурная жизнь", "Международные знания".

Восьмидесятые годы двадцатого столетия - это период обновления культурной телевизионной программы. В это время такие программы, как "На родине", "Брат нации", "Мир", "Международные знания" и "Местная станция 50 минут" получили высокий рейтинг аудитории. Созданная 30 сентября 1978 года программа "По всей стране" рассказывает об особенностях и красотах природы, местных достопримечательностях, традициях и обычаях Китая. Эта программа завоевала большую популярность у аудитории и стала одной из самых выдающихся. Надо сказать ещё о том, что культурная телевизионная программа обычно ориентируется на распространение научных знаний. Особенно телепрограммы играют важную роль в изучении иностранного языка, а также в распространении знаний о промышленности, торговле, сельском хозяйстве, других сферах жизнедеятельности. В качестве примера можно привести следующие программы: "Курсы английского языка", "Следуй за мной", "Французская запись", "Коммуникативный русский язык" ССТV, а также "Медицинский Английский" Шаньдун ТВ и "Русский язык" Цзилинь ТВ.

Современная культурная телевизионная программа характеризуется следующими особенностями:

- 1 . Культурной телевизионной программе придаётся большое значение и внимание в общей политике государства.

2 . Доля культурных программ стала увеличиваться.

3 . Качество содержания программ продолжает улучшаться.

4 . Программы о культуре продолжают меняться и претерпевать инновационные процессы.

5 . Стил ь ведения программы тяготеет к плюрализму.

Но конечно в сфере производства телепрограмм на культурную тематику ещё существуют различные недостатки:

1. Программ очень мало, среди них отсутствует конкурентоспособность.
2. Иностранн ые подобные программы оттеснили на задний план национальные программы о культуре.
3. Программы слепо гонятся за модой.

Из выше изложенного можно сделать вывод о том, что культурную тематику в китайских СМИ показывают разнообразными способами. Главные источники получения информации о культуре - это:

2. Журналы и газеты, специализирующиеся на культурной проблематике.
2. Приложение газеты.
3. Телевизионные программы.

1.4 Культурный обмен Китая и России: историческая ретроспектива

Культурные связи являются важной частью международных отношений. Культурные связи между странами в определённой степени оказывают влияние на различные стороны жизни любой страны в целом и отдельного

человека в частности, кроме того, культурные связи обуславливают изменения в развитии международных политических и экономических отношений. То что касается китайско-русских культурных обменов, то они начались в начале 17-го - конце 18 веков, когда первые русские миссионеры приехали в Китай. "Восхищение Китаем" в России в 18 веке началось именно с культурного обмена между этими двумя странами, когда обе страны начали знакомство с историей, культурой и обычаями друг друга. В этом процессе взаимного узнавания огромную роль играли и играют выдающиеся личности. Так великий русский поэт А. С. Пушкин очень уважал китайского мудреца Конфуция. У поэта было желание поехать в Китай и побывать у подножия Великой китайской стены. Такой интерес к истории, культуре другой страны также может служить примером культурного обмена. На основе взаимного интереса в 19 веке сформировалась модель культурного обмена между этими двумя странами.⁵⁷ После свершения Октябрьской революции в России Китай начал обращать больше внимания на русскую культуру.

После так называемой опиумной войны в 1842 году китайский народ пытался избавиться от империалистического гнёта, беря пример со стран Запада, чьё развитие шло по капиталистическому пути, но все эти попытки Китая оказались неуспешными, в том числе и Синьхайская революция,⁵⁸ которая закончилась неудачно. Кроме того, после Первой мировой войны желание западных стран вторгнуться в Китай стало особенно явным. Это тем более оттолкнуло Китай от западного пути развития. Кроме того, такое положение дел и вовсе разбило мечту китайского народа пойти по капиталистическому пути и создать буржуазную республику.

57Ли Минбин. История культурного обмена между Китаем и Россией: Шанхай, Шанхайский народный издательский дом, 1998. С.11

58(Синьхайская революция 辛亥革命, пиньинь: xīnhàigémìng) — революция в Китае. Началась Уханьским восстанием 1911 года, в год «синьхай» по старому китайскому календарю. В результате неё была свергнута маньчжурская династия Цин и провозглашена республика.)

Победа Октябрьской революции в России принесла новую надежду китайскому народу, который обрёл новый путь для национального спасения, глядя на Россию, которая в то время как раз начала предпринимать шаги для укрепления отношений между странами. Так в отличие от западных стран 25 июля 1919 года представительство советского государства подписало первую декларацию по отношению к Китаю, в которой было объявлено об отмене неравноправных договоров, заключённых царским правительством России с Китаем, а также об отказе от всех прав царского российского правительства узурпировать Китай. Затем Советский Союз также опубликовал вторую и третью декларации по отношению к Китаю, где вновь подтвердил содержание, которое было опубликовано в первом документе. Эти декларации выражали искреннее доброжелательное отношение России к китайскому народу. Сравнивая Советский Союз с западными странами, у китайского народа формировалось всё большее и большее благоприятное отношение к Советскому Союзу. Не удивительно, что в Китае хотели более детально изучить режим советской власти. У китайского народа появилась надежда, что можно спасти свою родину и начать новый путь развития, воспользовавшись опытом борьбы Советского Союза. Неслучайно, что в 1920 году в журнале «Синь циннянь»⁵⁹ появилась специальная колонка под названием «Исследования России». Таков был неподдельный интерес Китая к России. После Октябрьской революции Китай стал учиться выстраивать государственное жизнеустройство у России. В результате расширился культурный обмен между этими двумя странами. Много литературы

⁵⁹Синь циннянь 新青年, пиньинь: XīnQīngnián — китайский журнал, который играл ведущую роль в Движении за новую культуру, развернувшемся вслед за Движением 4 мая. Движение за новую культуру, развернувшееся на фоне антимонархических и антиимпериалистических настроений, призывало создать альтернативу закостеневшему конфуцианству и традиционным идеологическим догматам. Создание журнала «青年杂志» «Молодежь», «Цинняньцзачжи» осенью 1915 года в Шанхае стало откликом на этот призыв. Главным редактором, которого был Чэнь Дусю, сплотились главные идеологи этого движения.)

посвящено изучению истории культурного обмена между Россией и Китаем. Приведём некоторые примеры.

Известные российские ученые-китаеведы В. С. Мясников, Б. Л. Рифтин, Г. В. Мелихов, А. Н. Хохлов и др. являются авторами специальных работ, в которых затрагиваются вопросы культурных отношений между Китаем и Россией в ранний период. Заслуживают внимания следующие авторы и их труды: О. Б. Борисов - «История советско-китайских отношений» (1945—1980); М. С. Капица - «Советско-китайские отношения» (1958); А. С. Цветко - «Советско-китайские культурные связи» (1974); Ассоциация китайско-советской дружбы - «Дневник посещения Советского Союза» (1955); МИД КНР - «Коллекция документов внешних связей Китайской Народной Республики» и другие материалы, в которых затрагиваются вопросы культурных отношений между Китаем и Россией в современный период.

Историю развития культурного обмена между Китаем и Россией можно разделить на шесть этапов:

1 . 1917-1937 - начальный период культурного обмена между Китаем и Россией ;

2 . 1937-1949 - период стабильного развития культурных отношений между Китаем и Россией ;

3 . 1949-1959 - период тесного культурного обмена между Китаем и Россией ;

4 . 1960-1970 - период разрыва отношений ;

5 . 1971-1991 - период восстановления и стабильного развития отношений;

6 . 1991- по сегодняшний день – очень активный, можно сказать, «горячий» период культурных отношений между Китаем и Россией.

Следует отметить, что перевод русской литературы всегда был и остаётся важной частью культурного обмена между Китаем и Россией. В Китае в конце династии Мин и начале династии Цин уже начинался процесс перевода русской литературы на китайский язык. В начале 20 века в Китае уже было переведено более 80 произведений российских писателей, в том числе на китайский язык перевели произведения А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, И. С. Тургенева, Л. Н. Толстого, А. П. Чехова, Максима Горького и других писателей. Среди этих произведений 30 книг принадлежат перу Льва Толстого.⁶⁰ Затем был переведен ещё ряд произведений русских писателей. Так китайский народ познакомился с творчеством Л. Н. Андреева, а именно со следующими его произведениями - «Признания маленького человека» (1922) и «Жизнь человека» (1923). Китайский народ узнал творчество В. Г. Короленко, в частности на китайский был переведен его «Слепой музыкант» (1926), а также другие произведения.⁶¹

В то же время и в России после Октябрьской революции глава советского государства В. И. Ленин большее внимание начал обращать на изучение китайской культуры. Кроме того, труды Ленина насчитывают более 80 статей, касающихся проблематики Китая. Под руководством главы советского государства в 1920 году в Санкт-Петербурге и Москве был создан институт Востока, а в 1921 году появился Всероссийский союз экспертов изучения Востока(全俄东方学家学会). Взаимный культурный обмен развивался и укреплялся отдельными выдающимися личностям. Таким ярким представителем является российский и советский филолог-китаист В. М.

⁶⁰Гэ Гунчжэнь. Китайско-русские отношения на основе языка. Чжэнчжоу, 1983. С.56

⁶¹Юань Цин. История культурного обмена Китая с другими странами. Пекин, 2002. С.191

Алексеев⁶². В 1916 году он опубликовал перевод поэзии Сикун Ту⁶³ в Петрограде. Именно переводы Алексева сыграли важную роль в изучении китайской классической поэзии и поэтики в России. Василий Михайлович в своих трудах отмечал, что поэзия Сикун Ту занимает главенствующее место в истории развития всей мировой литературы.⁶⁴ Алексеев внёс большой вклад в перевод «Повести о странном из кабинета Ляо» («Ляо-чжай-чжи-и» — название книги китайского новеллиста Пу Сун-лина по прозвищу Лю-цюань (1622—1715))⁶⁵. Характерно то, что Алексеев для каждого переведённого им произведения писал своё предисловие, оставлял китайские оригинальные иллюстрации. Алексеев перевёл более 150 статей Пу Сун Лина. Своей деятельностью этот учёный внёс большой вклад в знакомство своего народа с творчеством китайских авторов.

Во время антифашистской войны отношения между Китаем и Советским Союзом ещё более укрепились. Так 1 января 1942 года Китай, Советский Союз, Соединенные Штаты, Великобритания и другие 26 стран в Вашингтоне основали мировой антифашистской союз. Именно после этого события отношения между Китаем и Советским Союзом стали ещё больше улучшаться. Во время антифашистской войны можно выделить следующие особенности культурного обмена между Китаем и Россией. Во-первых, были созданы многочисленные культурные учреждения и организации в целях содействия культурному обмену. Во-вторых, формы общения стали более разнообразными. В-третьих, Китай и Советский Союз провели множество выставок культурной тематики на территориях друг у друга. В-четвёртых, было проведено множество мероприятий в память известных людей. В-пятых, можно выделить следующий момент: в то время активно

62[□] Василий Михайлович Алексеев — российский и советский филолог-китаист, переводчик. Действительный член АН СССР (12.01.1929), член-корреспондент с 01.12.1923.

63[□] Ван Бугао. Записки о Сикун Ту. Наньцзин, изд-во. Наньцзин, 2011. С. 1

64[□] Ли Минбинь Культура Китая в России Пекин 1993 С. 61

65[□] Чжу Исюань. Сборник о «Ляо-чжай-чжи-и» Тяньцзин // изд. Нанькай, 2002. С.5

осуществлялись взаимные визиты работников сферы культуры.

После Второй мировой войны между Китаем и Советским Союзом возник серьёзный конфликт на почве национальных интересов. Этот конфликт не мог не повлиять на взаимоотношения между двумя странами. Но благодаря постоянным культурным обменам во время мировой войны и после антияпонской войны, между двумя странами всё-таки сохранились хорошие отношения в сфере культуры. Так в этот исторический период в Китае получили большую популярность русские литературные произведения на военную тематику. Кроме того, Китай и Россия обменивались фильмами, которые также давали обеим странам знания и нужную информацию друг о друге. Кроме того, во время войны того исторического периода из Советского Союза в Китай была направлена делегация фотографов, которых возглавил фронтовой оператор, кинодокументалист Р. Л. Кармен. Советские документалисты сняли документальный фильм о мужестве китайского народа во время войны против японских захватчиков. Этот фильм показал всему миру, как героически китайский народ защищал свою родину.

А 1949-1954 годы - это время крупномасштабного развития китайско-советского культурного обмена. В Китае придерживаются курса, взятого, как отмечал Мао Цзэдун, на "одностороннюю политику", основанную на опытах Сунь Чжуншань и опытах работ коммунистической партии за двадцать восемь лет. В Китае хорошо известна мысль о том, что для достижения победы в чём-либо и закреплении её, нужно настаивать на "односторонней политике", то есть китайский народ либо идёт по капиталистическому пути, либо по социалистическому, а третьего пути просто нет.⁶⁶ Такая китайская "односторонняя политика" гарантировала ещё большее развитие китайско-советского культурного обмена. Культурный обмен в этот период имеет следующие особенности: было проведено множество культурных

⁶⁶«Избранные произведения Мао Цзэдуна» том 4 Народная издательство, Пекин 1991.С.1472-1473.

мероприятий, за основу которых взяли различные значимые праздники и юбилеи; взаимопонимание и дружба между странами продолжали развиваться и укрепляться.

Тем не менее, следует отметить, что китайско-советскому культурному обмену присуща односторонность процесса. Такая односторонность выражается в том, что советская культура получила в Китае гораздо большее распространение, чем китайская культура в Советском Союзе.

Интересен следующий период развития культурно обмена. В 1949-1953 годах в Китае было переведено множество известных советских произведений, в том числе работы Сталина и Ленина. А, к примеру, тираж «Повести о настоящем человеке» Б. Полевого и ряда других любимых советским народом произведений дошел до 100 тысяч экземпляров, тираж известной книги Н. Островского «Как закалялась сталь» достиг 700 тысяч экземпляров, а тираж не менее популярной в Советском Союзе «Повести о Зое и Шуре» Л. Космодемьянской достиг миллиона экземпляров.⁶⁷ После такого успешного культурного обмена в сфере книг Китай и Советский Союз обменялись ещё большим объёмом литературных материалов.

Приведём здесь информационный бюллетень обмена книг между Китаем и Советским Союзом.⁶⁸

год	СССР подарил Китаю	Китай подарил СССР
1950	9955	2948
1951	31653	4082

67Сунь Вэйе. История культурного обмена нового Китая с другими странами// издательство китайской дружбы, Пекин, 1999.С. 32

68Шэнь Чжихуа. Исторический обзор: Предварительное исследование китайско-советского экономических отношений (1948-1953) - при условиях создания экономического союза между Китаем и Советским Союзом, партийная литература, 2001, №2

1952	37098	6327
1953	42135	12062
Общий итог	120842	25419

В этот период происходил культурный обмен и в других творческих сферах. Так народы обеих стран ближе познакомились с творчеством музыкантов, художников, представителями других творческих профессий. Но с самого начала весны 1958 года китайско-советские отношения ухудшились, продолжился конфликт между двумя странами. В течение этого периода культурный обмен между Советским Союзом и Китаем сократился. В восьмидесятые годы двадцатого века Китай проводил политику реформ, нацеленных на открытость общения с другими странами. Поэтому в это время культурные отношения с СССР нормализовались.

В последние двадцать лет культурный обмен Китая с Россией приобрёл новые особенности. Главной характеристикой культурного обмена этого исторического периода является то, что он происходит под руководством правительств двух стран. Это говорит о настоящей заинтересованности руководства обеих стран в культурном обмене и укреплении взаимоотношений во всех сферах, а не только культурной. Так в 1992 году правительства обеих стран подписали соглашение о культурном сотрудничестве. Так что китайско-русские культурные обмены достигли новых успехов. В сентябре 2001 года Китай и Россия подписали совместное коммюнике шестой регулярной встречи глав правительств Китая и России. Обе стороны договорились проводить различные культурные мероприятия, например, разные фестивали, а также реализовывать всевозможные проекты в области культурного сотрудничества, в сфере телевидения, кино и театрального искусства. Кроме того, налажено сотрудничество в процессе литературного обучения. В последние годы ряд учёных Китая и России

внесли значимый вклад в культурное сотрудничество между двумя странами. Между странами активно ведутся переговоры друг с другом о том, чтобы ещё успешней выстраивать хорошие культурные отношения.

В XXI веке проблема культурного взаимодействия стран с разными экономической, политической, культурной и прочими системами приобретает всё большую актуальность. В условиях продолжающейся глобализации, которая охватывает практически все стороны жизнедеятельности человека, без сотрудничества в сфере культуры, без взаимного изучения культур и национальных традиций не возможен переход на более высокий и качественный уровень отношений между разными странами. В этой связи сегодня можно говорить о двух уровнях российско-китайского культурного взаимодействия. Первый уровень включает в себя межгосударственные контакты, а второй уровень взаимодействия выражается в межрегиональных контактах.⁶⁹

Новый интерес к освещению и изучению российско-китайских культурных связей возник в 2000 году. Это произошло после того, как была сформирована Российско-китайская комиссия по сотрудничеству в сферах образования, культуры, здравоохранения и спорта. Согласно официальным документам, данная комиссия была создана с целью "стимулирования гуманитарных отношений, координации деятельности центральных и местных органов исполнительной власти на гуманитарном направлении сотрудничества, реализации в полном объеме соответствующих межправительственных и межведомственных соглашений".⁷⁰ Так в 2002–2003

⁶⁹Соловьёва.Е.В.Российско-китайское культурное взаимодействие: к вопросу об историографии проблемы УДК 008(571:510), 2009. № 1

⁷⁰Чжао Цичжэн и А. Прохоренко активно оценивают развитие культурных обменов между Китаем и Россией // Доступно из URL:

<http://www.ln.mid.ru/blraz.nsf/7b27b40957ce8e5743256a2c00350999/89c41c371fa087de43256c7d006b5ba7?OpenDocument>

<http://www.ln.mid.ru/blraz.nsf/7b27b40957ce8e5743256a2c00350999/89c41c371fa087de43256c7d006b5ba7?OpenDocument>

годах на страницах "Жэньминьжибао" («Ежедневной народной газете») и в электронной версии этой газеты были опубликованы материалы, посвящённые совместным культурным мероприятиям, особенно значительное внимание уделили Дням национальной культуры в России и в Китае.

В настоящее время наиболее значительный вклад в разработку данной проблемы на общегосударственном уровне внёс М.Л. Титаренко⁷¹ – директор Института Дальнего Востока РАН, председатель общества российско-китайской дружбы (ОРКД). М.Л. Титаренко подчёркивает мысль о том, что сейчас важно не подорвать всё еще глубоко коренящееся в Китае мнение о России как о великой державе и поддерживать веру китайцев во взаимовыгодность и стабильность сотрудничества. Другим, не менее известным и уважаемым исследователем данной проблемы является Г.В. Куликова.⁷² Она в своих работах рассматривает диалог культур России и Китая, пишет о взаимопонимании, дружбе и сотрудничестве. Куликова подчёркивает важность для развития отношений официального визита В. В. Путина в Китай в конце 2005 года и обмена приветствиями его с президентом Китая Ху Цзинтао. В то же время Ху Цзинтао говорил о том, что: "Проведение года России в Китае в 2006-м и года Китая в России в 2007-м – это великий почин в истории китайско-российских отношений, имеющий исключительное значение для всестороннего развития межгосударственных отношений".⁷³ И в работе Титаренко также отмечается значение визита В. В. Путина в Китай в марте 2006 года.⁷⁴ Достаточно подробное описание

⁷¹Титаренко М.Л. Россия лицом к Азии / РАН, Ин-т Дальнего Востока. М.:Республика, 1998. 320 с

⁷²Куликова Г.В. ОРКД: укрепление доверия, взаимопонимания и сотрудничества. Китайская народная Республика в 2006 г.: Политика, экономика, культура. Ежегодник / РАН. Институт Дальнего Востока. М.: 2007. С. 235

⁷³Куликова Г.В. "Друзья – это вечное достояние". Китайская народная Республика в 2006 г.: Политика, экономика, культура. Ежегодник / РАН. Институт Дальнего Востока. М.: 2007. С. 361

⁷⁴Титаренко М.Л. Важный этап российско-китайских отношений (К итогам визита президента РФ В.В.Путина в Китай). Китайская народная Республика в 2006 г.: Политика, экономика, культура. Ежегодник / РАН. Институт Дальнего Востока. М.: 2007. С. 123

мероприятий, которые осуществлялись во время проведения Года Китая в России и Года России в Китае, можно увидеть в статьях А.Л. Верченко⁷⁵ и К. Внукова.⁷⁶ Одной из главных задач взаимных мероприятий в рамках культурного обмена является укрепление социальной базы двустороннего сотрудничества. Новое качество партнёрства России и Китая отражено в работе С. Ливишина.⁷⁷ Благодаря решению о проведении Года России в Китае и Года Китая в России, российско-китайское партнёрство вышло на новый уровень взаимного доверия. Ряд исследователей занимается изучением нормативно-правовой базы двустороннего сотрудничества. Так И. Рогачев⁷⁸ анализирует итоги первого года действия российско-китайского договора о добрососедстве, дружбе в 2001 году и сравнивает его реализацию с договорами прошлых лет. Китайский исследователь Чжан Дэгуан⁷⁹ отмечает широкие перспективы двустороннего сотрудничества после подписания договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве 16 июля 2001 года. Являясь чрезвычайным и полномочным Послом КНР в РФ, он занимался "развёртыванием работы по воплощению в жизнь главной линии в китайско-российских отношениях, которую определил данный договор". Автор выделяет четыре основных направления успешного начала реализации плана договора. Сюе Сяньтянь и Луань Цзинхэ⁸⁰ рассматривают историю и современное состояние двусторонних отношений, опираясь на договор о

⁷⁵Верченко А.Л. Мероприятия года Китая в России. Китайская народная Республика в 2007 г.: политика, экономика, культура./ Институт Дальнего Востока РАН. М.: Русская панорама, 2008. С. 16

⁷⁶Внуков К. Год России в Китае и год Китая в России – две половинки единого целого // Проблемы Дальнего Востока. 2007. №1. С.33

⁷⁷Ливишин С. 2006 – Год России в Китае. Новое качество партнерства // Проблемы Дальнего Востока. 2006. №1. С.11

⁷⁸Рогачев И. Российско-китайский Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве: Итоги первого года // Проблемы Дальнего Востока. 2002. №4. С. 21

⁷⁹ЧжанДэгуан. Широкие перспективы китайско-российских отношений (К первой годовщине заключения Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между КНР и РФ) // Проблемы Дальнего Востока. 2002. № 4. С. 30

⁸⁰СюеСяньтянь, ЛуаньЦзинхэ История и современное состояние китайско- российских отношений. От трех союзов до "Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве" // Проблемы Дальнего Востока. 2002. №5. С. 26

добрососедстве, дружбе и сотрудничестве.

Следует отметить, что проведение "Недели Китая" в Санкт-Петербурге в рамках празднования 300-летия города имело важное значение для России и для Китая. В статье Чжао Цичжэн и А. Прохоренко даётся оценка развитию культурных обменов между Китаем и Россией. Здесь приводятся слова начальника пресс-службы Госсовета Китая Чжао Цичжэн, который отметил, что китайско-российские связи охватывают политическую, экономическую, культурную и другие сферы, а культурные контакты встречают понимание со стороны народов двух стран и являются также основой дружбы двух стран. Следует подчеркнуть, что эти слова являются своего рода декларацией политики Китая в отношении развития российско-китайских культурных связей.

В рамках работ некоторых общественных организаций – Китайское Пушкинское общество, Ассоциация изучения русской и советской литературы, Китайская ассоциация преподавателей русского языка и литературы (в составе МАПРЯЛ (Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы), занимающихся популяризацией русской культуры и русского языка, в 2002 году были выпущены информационные бюллетени, которые распространялись в рамках справочной информации МИДа РФ и знакомили российскую общественность с мероприятиями по распространению русской культуры и русского языка в Китае. Исследователями отмечается и следующий благоприятный факт в развитии культурных отношений: в течение пяти лет на Пекинском телевидении еженедельно идёт получасовая передача “Русские страницы”. С 2006 года в России выходит журнал "Китай", ставший заметным явлением в российско-китайском культурном сотрудничестве. Немаловажно то, что на презентации журнала в декабре 2005 года присутствовали директор Института Дальнего Востока, председатель общества российско-китайской

дружбы академик М.Л. Титаренко и бывший посол РФ в КНР И. Рогачёв, которые стали научными консультантами издания. Журнал призван знакомить народ России с современным Китаем, его политикой, экономикой, культурой с целью дальнейшего развития стратегического партнёрства между Россией и Китаем. В частности, многие российские исследователи отметили, что "современные китайские авторы рассматривают российско-китайские отношения в контексте глобализации и диалога цивилизаций, при этом характер стратегии взаимодействия рассматривается как конструктивная альтернатива идее столкновения цивилизаций".⁸¹ Так В. Н. Ларин считает, что социально-психологическая среда взаимодействия является основной проблемой двусторонних связей: "Взаимное недоверие и предрассудки достаточно глубоки. Они по-прежнему сдерживают попытки обеих сторон поднять отношения на новый уровень".⁸²

Приходим к выводу, что культурный обмен является основой для дальнейшего сотрудничества между Китаем и Россией. Тем не менее, когда удалось достигнуть положительные результаты культурного обмена, то всё равно нельзя игнорировать существующие в этой сфере проблемы. Поэтому под руководством правительств двух стран надо искать эффективные способы решения проблем культурного обмена, преодолевать возникающие трудности и барьеры в общении.

Таким образом, в первой главе были рассмотрены теоретические аспекты темы: уточнены основные понятия, используемые в работе; определена роль СМИ в процессе культурного обмена между странами; выделены особенности развития СМИ в Китае на современном этапе; описана и определена специфика культурной тематики в традиционных китайских СМИ (печать, телевидение, радио); рассмотрена история и современное состояние

⁸¹Китайско-российский форум по проблемам общественных наук // Проблемы Дальнего Востока. 2006. №6. С. 16

⁸²Ларин В.Л. Межрегиональное взаимодействие России и Китая в начале XXI века: опыт, проблемы, перспективы // Проблемы Дальнего Востока. 2008. № 2. С. 40

процесса культурного обмена между Китаем и Россией.

Публикации в СМИ о культуре другой страны в значительной степени способствуют развитию культурного обмена между странами. Далее будет проведен анализ особенностей публикаций в китайских печатных и сетевых СМИ о культуре России.

Глава II. Анализ публикаций о современной культуре России в печатных и сетевых СМИ Китая

Вторая глава состоит из четырёх параграфов. В этой главе мы проводим конкретный анализ особенностей публикаций о современной культуре России в печатных и сетевых СМИ Китая. Анализ идёт по следующим аспектам: объём, жанр, тональность, общее количество и тема. В качестве предмета исследования нами были выбраны материалы трех популярных печатных изданий («Чжунго цинняньбао», «Хуаньцюшибао», «Чжунго Вэньхуабao») и сетевых СМИ «Tencent». Делаем сравнение содержания в традиционных и новых СМИ, анализируем различия при сообщении информации о культуре России. Обобщаем ряд особенностей публикаций о современной культуре России и получаем вывод этого исследования.

2.1 Современная культура России в материалах газеты «Чжунго цинняньбао» (Китайская молодежная газета)

Сегодня, когда в Китае речь идёт о России, то между молодыми людьми и их

родителями появляется много разногласий. И довольно долгое время общественный имидж России в китайских СМИ сосуществовал вместе со старыми впечатлениями. В последние годы все большее количество русской музыки, театральных и балетных постановок появились на китайской сцене и в основном получили хорошую репутацию. Например, опера «Евгений Онегин» и драма «Из Москвы в Петушки» произвели огромное впечатление на китайских зрителей. Благодаря этим замечательным выступлениям зрители КНР ещё больше узнали о Чайковском, о Пушкине, о Мариинском театре. И большинство китайцев с удивлением спрашивают: «Это та Россия, которую мы знали?» Да, китайцы чувствовали живучесть России. Через искусство в Китае формируется новое мнение о России. СМИ в этом процессе играют важную роль. Они стали главным каналом распространения культуры России в Китае. В этой части мы будем анализировать особенности публикаций о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао».

Газета «Чжунго цинняньбао» была создана в 27 апреля 1951 года. Это китайская ежедневная газета, которая является одной из ведущих в стране и самой влиятельной газетой в Китае. Тираж газеты достигает 800 тысяч экземпляров. Как центральная газета «Чжунго цинняньбао» находится на втором месте после «Жэньминь Жибао». В результате многолетнего развития газета «Чжунго цинняньбао» вместе со своими дочерними изданиями стала крупной организацией. Руководство страны и компартия Китая уделяют большое внимание и оказывают огромную поддержку для развития «Чжунго цинняньбао». С точки зрения структуры читателя газеты «Чжунго цинняньбао», менеджеры среднего звена и обычные работники составляют 42,1% и 54,0%, больше восьмидесяти процентов читателей имеют высшее образование, средний возраст читателей составляет 32 года. Таким образом, газета «Чжунго цинняньбао» как комплексная ежедневная газета во всем Китае имеет большой тираж, широкую область распространения и огромное влияние на общество. С точки зрения читателя, читатели газеты «Чжунго цинняньбао» обладают высшим

образованием и являются решающей энергией Китая. Эти люди играют важную роль для будущего развития Китая. Именно поэтому газета «Чжунго цинняньбао» является предметом исследования.

Для того, чтобы проанализировать особенности публикаций о современной культуре газеты «Чжунго цинняньбао», мы выбрали материалы, опубликованные в газете «Чжунго цинняньбао» за период с 1 июня 2015 года по 31 декабря 2015 года.

Определили следующие категории анализа:

1 . Особенности содержания: определить главную тему сообщения, первоочередная задача – анализ информации для выяснения процентной части, которую культурная тема занимает среди всех публикаций.

2 . Направление и тональность сообщения: тональность сообщения подразделяется на положительную, нейтральную и негативную. Направление сообщения, в основном, зависит от формулировки и содержания новостей.

3 . Объём публикации: по количеству слов разделяли новости на длинный текст, средний текст и короткий текст. Текст, в котором меньше 300 слов - это короткий текст, 300-1000 слов - средний текст, больше 1000 слов - длинный текст. При обычных обстоятельствах, чем больше уделяют внимания какой-то теме, тем больше используют длинный текст, так что длина статьи отражает степень акцента на предмет.

4 . Жанры сообщения: обычно используют следующие жанры, когда сообщают о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао»: заметка, репортаж и рецензия.

Количество публикации

По статистике в течение шести месяцев в газете «Чжунго цинняньбао» публиковали всего 127 статей о России. Среди этих статей: 57 статей о политике, 39 статей об экономике, 20 статей о культуре и 11 статей об обществе. Ниже на графике №1 показана доля каждой темы.



График №1

Можно заметить, что сообщений по культурной тематике гораздо меньше, чем сообщений по политической и экономической темам.

По сравнению с другими странами

В Китайских СМИ часто публикуют тему о России, но по сравнению с другими странами, материалов по российской культурной тематике меньше, чем аналогичных материалов о культуре США, Японии, Англии и Франции. Результаты показаны в таблице №1:

В течении шести месяца количество публикации о разных странах в газете «Чжунго цинняньбао»	
Россия	127

США	158
Англия	133
Франция	129

Мы считаем, что обсуждение США является горячей темой в большинстве стран, потому что США активно участвуют в разных сферах жизни и играет роль мирового лидера. За рассматриваемый период с 1 июня 2015 года по 31 декабря 2015 года Россия испытывала серьёзный экономический кризис, и мир обращал больше внимание на экономику России. В то время проблема терроризма была очень актуальна. Россия активно борется с терроризмом, поэтому СМИ тщательно изучают действия России по вопросу терроризма и, соответственно, теме культуры стало меньше уделяться внимания. Что же касается интереса к темам о Японии, можно сказать, что между Японией и Китаем есть многочисленные связи в политике, экономике и культуре.

Объём публикации

Анализ объёмов текстов о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао» представлен в таблице №2:

Объём публикации о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао»	
Короткий текст	6
Средний текст	10
Длинный текст	4

Можно сказать, что, в Китайских СМИ сообщения о культуре России, в большинстве случаев, очень тщательны и подробны. Культура России оказывает большое влияние на культуру Китая. Таким образом, большой и средний объём тестов занимает большую долю публикаций.

С точки зрения тональности материалов

Анализ тональности новостей о современной культуре России в газете «Чжунго цинняньбао» показан в таблице №3:

Позиция публикации о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао»	
Положительная	16
Нейтральная	4
Негативная	0

Большинство сообщений о культуре России является положительными, затем нейтральными. При этом нет негативных сообщений о культуре России. В целом, в газете «Чжунго цинняньбао» создали хороший имидж России. Мы считаем, что такая тенденция зависит от китайско-русских отношений в последние годы. Можно сказать, что Россия является хорошим соседом для Китая. Между Китаем и Россией существуют тесные связи в политике и экономике, но следует отметить, что сотрудничества в культурной сфере не так много. По сравнению с политической темой и экономической темой, культурная тема развита гораздо меньше.

В обычные дни люди узнают о культуре России именно через СМИ, и именно СМИ создает имидж России. Символ России у большинства китайцев - хлеб, Путин, масляная живопись, боевая мощь и высокий показатель количества разводов. Например, в сообщении, которое называется «Впечатление китайского народа о России»⁸³, публиковали очень интересные ответы читателей на вопросы:

83 Впечатление китайского народа о России//«Чжунго цинняньбао»
URL:http://agzy.youth.cn/qsng/zxbd/201505/t20150506_6617473.htm

Когда говорят о России, что ты думаешь?

Каким человеком является Владимир Путин на твой взгляд?

На первый вопрос, как ты думаешь о России большинство ответов это: хлеб, Как закалялась сталь, Отечественная война, Ленин и Путин. На второй вопрос прозвучали тоже очень курьёзные мнения. Например, одна бабушка сказала, что на её взгляд Владимир Путин очень красивый. Один студент хочет сказать Путину, чтобы он оставил побольше билетов на Чемпионат мира по футболу. И один ребёнок сказал, что он хочет, чтобы Путин пришел к нему в детский сад и кушал пельмени вместе с ним.

Следующая наша задача выяснить, какие культурные темы часто встречаются в газете «Чжунго цинняньбао». Как показано на графике №2:



График №2

Количество сообщений по теме о произведениях живописи занимает первое место среди всех сообщений. Произведения живописи России оказывают большое воздействие на произведения Китая, поэтому СМИ Китая обращают значительное внимание на эту тему. Среди этих 20 сообщений

всего 5 новостей о произведениях живописи. В этих новостях рассказывали о конкретных картинах. Ниже представлены заголовки новостей:

1. Тенденция художественной коллекции в 2015 году: эксклюзивные произведения живописи раскрывают новый пафос.
2. Сокровища произведения живописей России в китайских музеях.
3. Нескончаемый праздник российских произведений живописи.
4. Открытие российской антифашистской художественной выставки.
5. Передвижники: гравируют «Память России».

В новостях упоминались конкретные произведения искусства. Например, в новости «Нескончаемый праздник российских произведений живописи» писали так: «В истории живописи России часто использовали темы исторических событий, в национальном стиле, много мастеров участвовали в крупномасштабных, высококачественных работах. Живопись России имеет историческую ценность, художественную ценность и является шедевром во всём мире. Эти мастера способны не только писать историю искусства и культурного явления, но и выражать испытания тех времен». В этой новости также отмечено, что сейчас в Китае нельзя не замечать неправительственные организации, собирающие русские произведения живописи. Эти неправительственные организации являются прекрасным местом для восхищения произведениями живописи России. В настоящее время крупнейшая организация, где представлены коллекции и находится торговый центр произведений живописи России в Китае - это Цзиниюань - художественная галерея русской живописи. Коллекция содержит в себе произведения Аркадия Александровича Пластова, Алексея Михайловича Максимова, братьев Алексея Петровича и Сергея Петровича Ткачевых и других известных художников. Эта художественная галерея открыта круглый

год, и любители русской масляной живописи могут посещать это место и смотреть живопись. В статье также отмечено, что через эти произведения мы можем увидеть русский национальный характер, высоту русской религиозной философии. Цитируются слова А.П. Ткачева: «Россия не может быть измерена разумом». Всё доказывает один факт: после крещения Руси в стране было стремление к национальной самоидентификации. Через эти качественные сообщения в СМИ китайцы могут на высшем уровне понимать Россию.

Количество тем по сотрудничеству и о мероприятиях между Россией и Китаем занимают второе место. Среди 20 сообщений всего четыре сообщения о культурном обмене между Россией и Китаем. Заголовки этих новостей:

1 . Закрытие «Фестиваля культуры России» в 2015 году, провели 51 выступление в Китае.

2 . «Красная звезда», ансамбль песни и пляски России, приехал в Китай и выступил на «Празднике победы».

3 . Россия в качестве почетного гостя приняла участие в китайской международной искусственной недели молодежи.

4 . Шестой международный фестиваль искусств «Китайско-Российская культурная коллекция» открывается.

В статье ««Красная звезда», ансамбль песни и пляски России приехал в Китай и выступил на «Празднике победы»» тщательно описан процесс выступления и представлено интервью артистов. В новости рассказали о русских песнях ансамбля «Красная Звезда»: «Катюша», «Песня союза молодежи», «Подмосковные вечера», «Ой, Цветет Калина».

Эти четыре песни являются самыми популярными российскими песнями в Китае. Через песни мы чувствовали русскую природу, русский характер и русскую силу. В новости написано, что 40-летний актер чувствовал энтузиазм аудитории, и он взволнованно сказал: «пусть дружба между Россией и Китаем длится вечно». Танцовщица Кабаева сказала, что в этот раз ее выступление отличается от прошлого, когда она ранее посещала Китай, потому что 2015 год является очень важным годом для празднования победы во Второй мировой войне. Она была очень рада, что может праздновать победу с китайским народом. И это выступление имеет особое значение. «Через их песни и танцы мы можем понять не только героические чувства, но и почувствовать человеческое тепло» - сказал гражданин Жэнь Сиань, житель города Шицзячжуан⁸⁴. Китай и Россия объединились для того, чтобы противостоять фашистам, можно сказать, что Китай и Россия совместно защищали мир во всем мире. Когда ещё раз услышали те национальные российские песни в Китае, мы чувствовали себя очень душевно. В других новостях тоже показали разные аспекты культурного сотрудничества между Россией и Китаем. Эти сообщения красочны по содержанию и произвели на людей огромное впечатление.

Количество сообщений по теме фильмов занимает третье место. Следует заметить, что для большинства китайцев фильмы помогают им представить Россию в большей степени. Фильм тоже является очень важной частью культурного обмена. Естественно, темы о фильмах чаще появляются в СМИ. Например, заголовки этих сообщений:

- В 2015 году открывается кинофестиваль России в Китае, где покажут 7 замечательных фильмов.
- Вчера умер известный русский режиссер Рязанов, его комедии очень

⁸⁴ «Красная звезда», ансамбль песни и пляски России, приехал в Китай и выступил на «Празднике победы»./«Чжунго цинняньбао»
URL: http://wenhua.youth.cn/xwj/201508/t20150824_7039333.htm

популярны также в Китае.

➤ Кинофестиваль России открывается в Пекине и Даляне.

Можно сказать, что в Китае обращают больше внимания на фильмы России, чем на другую сферу. Эти сообщения о русских фильмах не только принесли старому поколению воспоминания, но и показали современному поколению новый аспект о России. В новости «Вчера умер известный русский режиссер Рязанов, его комедии очень популярны также в Китае» рассказали о жизни режиссёра Рязанова и о его замечательных произведениях, которые являются популярными фильмами в Китае. В новости написано, что Рязанов в последние годы пользовался уважением у народа. 18 ноября 2002 года был его 75-летний день рождения. В Московском Государственном концертном зале состоялся грандиозный праздник, где его первые слова звучали так: «Не смейтесь, мне уже 75 лет, и до сих пор жив!». Он ответил на вопросы журналистов, которые спросили: «Как вы думаете, что является самым большим достижением в своей жизни?». Он ответил: «Сохранить свой характер, другого ничто не важно».⁸⁵ Среди самых известных произведений Рязанова можно выделить следующие: «Ирония судьбы или С легким паром», «Служебный роман», «Невероятные приключения итальянцев в России». Они были известны во всем Китае. И сообщения о культуре России в газете «Чжунго цинняньбао» соответствуют культурным запросам аудитории газеты.

По сравнению с этими тремя темами, сообщения о других темах в газете «Чжунго цинняньбао» занимают гораздо меньшее место. Например, о праздниках России, современных песнях и других элементах культуры. Таким образом, мы можем сделать вывод, что в газете «Чжунго цинняньбао» часто сообщают о произведениях живописи, мероприятиях между Китаем и Россией и фильмах России. Обычно, в газете «Чжунго цинняньбао»

⁸⁵Вчера умер известный русский режиссер Рязанов, его комедии очень популярны также в Китае URL: <http://fun.youth.cn/2015/1201/2992323.shtml>

сообщают о культуре России в большинстве случаев очень тщательно и внимательно. Большинство сообщений о культуре России является положительными, затем нейтральными. Сравнительно говоря почти нет негативных сообщений о культуре России. В газете «Чжунго цинняньбао» часто публикуют темы о России, но по сравнению с другими странами, культурная тема России меньше чем такие же темы о США, Японии, Англии и Франции.

2.2 Современная культура России в материалах газеты «Хуаньцюшибао»

Газета «Хуаньцюшибао» является ежедневным изданием, в котором большинство материалов посвящено международной тематике. «Хуаньцюшибао» выходит под эгидой «Жэньминьжибао». Издается как в печатном виде, так и имеет онлайн версию. Газета «Хуаньцюшибао» основана в 1993 году. Английский вариант газеты начал выходить с 2009 года. Считается одним из рупоров официального Пекина. В марте 2012 года газета «Хуаньцюшибао» была одним из двух официальных изданий Китая. Как один из аспектов новостей, международная тематика новостей относительно поздно развивается, и в процессе развития не получает достаточного внимания. Но в 2004 году, в результате развития средств массовой информации, в сочетании с постоянно меняющейся мировой ситуацией, международные новости стали привлекать к себе всеобщее внимание. «Хуаньцюшибао» выступает сегодня в качестве единственной комплексной международной прессы, успехи которой в освещении международных новостей привлекают внимание многих ученых и экспертов. Новости международной тематики в какой-то степени не только сообщают информацию, но и становятся окном в мир. Таким образом, выбор новостей, опубликованных в газете «Хуаньцюшибао» в качестве предмета исследования является обоснованным. В широком смысле международное освещение

включает в себя внутренние новости и освещение международной тематики. В узком смысле международное освещение только включает в себя новости иностранного характера.⁸⁶ Следует заметить, что газета «Хуаньцюшибао» является важным каналом информирования о мировых событиях. В настоящее время, китайская аудитория имеет два способа получения информации о культуре других стран. Первый способ - через обычную газету общественно-политической направленности, телевидение и сетевые СМИ. Второй способ - через СМИ, специализирующихся на международной тематике. Например, газета «Хуаньцюшибао», международный канал CCTV-4 и т.д.

Новости о России часто появляются в новостях газеты «Хуаньцюшибао». Это связано с тем, что между Китаем и Россией существует много программ по сотрудничеству. В ниже приведенном графике показываються доли главных тем в «Хуаньцюшибао» за период с 1 июня 2015 года по 31 декабря 2015 года.

⁸⁶Чжао Жуйци, Оценочные суждения и выборание международных новостей// журнал «Журналист Китая» 2005, № 6, С.3.

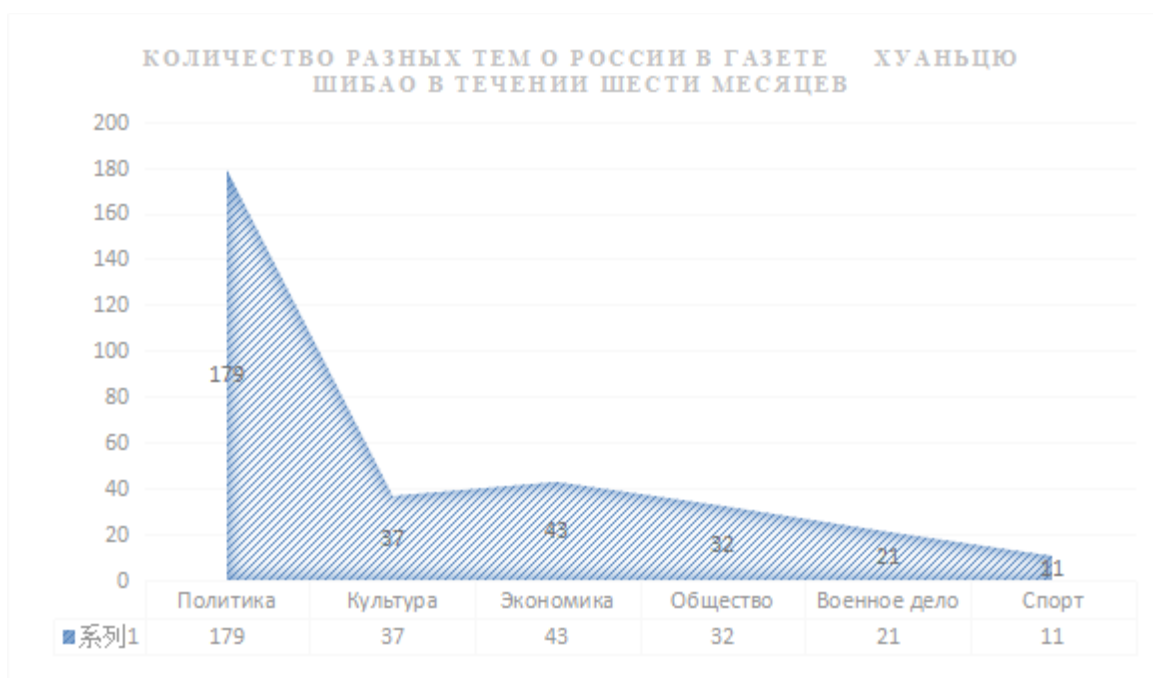
Доля главной темы в газете «Хуаньцю Шиба»



Темы в газете «Хуаньцюшибао» подвержены влиянию следующих фактов:

- 1 . Общая мировая ситуация.
- 2 . Отношения с разными странами.
- 3 . Политическая и экономическая ситуация во всём мире.
- 4 . Тенденция сотрудничества Китая с другими странами.

По статистике за период с 1 июня 2015 года по 31 декабря 2015 года в газете «Хуаньцюшибао» всего было опубликовано 323 новости о России. Среди их 179 новостей по политической тематике, 37 - по культурной тематике, 43 - по экономической тематике, 32 - по военной тематике, 21 - по общественной тематике и 11 новостей по спортивной тематике. Ниже на графике показано распределение новостей:



По данным статистики легко заметить, что в газете «Хуаньцюшибао» очень часто сообщают о событиях России. Почти каждый день публикуют в среднем по две новости о России. Среди этих новостей, новости о политике занимают самую большую долю, новости о культуре занимают среднюю долю. Новости на международную тематику в газете «Хуаньцюшибао» имеют следующие особенности:

1. Высокая оценка отношений Китая с другими странами, в том числе двусторонние и многосторонние отношения.
2. Обращение внимания на новости Азиатско-Тихоокеанского региона и соседние с Китаем страны.
3. Независимое освещение важных событий в мире, в том числе событий, происходящих в России, Европе, США и других странах.

Россия является главным партнёром и хорошим соседом, и естественно в китайских СМИ часто сообщают о событиях России. Проанализировав новости о современной культуре России в газете «Хуаньцюшибао» выделили следующие особенности:

1. В сообщениях газеты «Хуаньцюшибао» очень мало неточностей.

Большинство новостей, опубликованных в газете «Хуаньцюшибао», представлены корреспондентами «Жэньминьжибао», работающих за рубежом. Эти корреспонденты взяли интервью и своевременно передали информации в Китай. Новости, представленные корреспондентами, которые работают за рубежом, занимают 60% от общего количества опубликованных новостей в газете «Хуаньцюшибао». Корреспонденты почти одновременно передают сообщения по телефону и факсу в редакцию, поскольку новости имеют свойство временной эффективности. Присутствуя в России на культурных событиях, корреспонденты своевременно записывают, фотографируют и передают информацию о них в редакцию.

Например, одна из новостей, которая называется «Российская школьница звонила в колокольчик, и звучит первый звонок»⁸⁷. В этой статье автор рассказывал, как в школах России отмечают новый семестр. В статье написано так: 1-ого сентября школьники России встречают новый учебный год. Этот день является Днём Знаний. Журналисты могут увидеть заголовки соответствующих новостей по всей России: и в деревнях, и в городах. В России очень торжественная церемония нового семестра. Как символ начала нового семестра, одна девочка из младшего класса сидит на плечах мальчика из старшего класса и в руке держит колокольчик. Они обходят школу и это значит, что новый учебный год уже начинается. Эта церемония называется «первый звонок»⁸⁸. В этот день повсюду можно встретить нарядных школьников всех возрастов. Как правило, девочки надевают платье и делают причёску с бантами. Мальчики надевают тёмный костюм и носят галстук. В этот день школьники дарят учителям цветы, подарки, сделанные своими руками, и рассказывают о своем времяпрепровождении в летние каникулы. По традиции, первое занятие в школе - это «урок мира». Но в 2015 году

⁸⁷ХуаньцюШибao № 3705

⁸⁸ХуаньцюШибao № 3705

школьники получили новое понятие: ГТО (готов к труду и обороне). Как сообщали в газете «Комсомольская правда»: хочешь мир, то надо быть готовым воевать. Во время СССР требование по занятиям ГТО было создано в 1931 году. По возрасту разделили на две части:

- 1) Первая часть для школьников с 1-8 классы.
- 2) Вторая часть для школьников, возраст которых выше 16 лет и взрослых людей.

ГТО включает в себя много пунктов: бегать, кататься на лыжах, кататься на коньках, прыгать в высоту, бросать ручную гранату, плавать, стрелять, поднятие тяжестей и другие виды спорта. Во время СССР люди активно участвовали в разных спортивных организациях. В настоящее время такая традиция возрождается. В этой новости автор рассказывал очень интересное событие, отражающее традиции России. Новости о культуре в газете «Хуаньцюшибао» очень интересны. Журналисты своими глазами увидели такое события и рассказывали о нем. Это реально и истинно. Благодаря этой новости китайская аудитория может побольше узнать о культуре и современных традициях России. По этой причине, бывший заместитель главного редактора Жэньминьжибао Юй Нин сказал, что успех газеты «Хуаньцюшибао» заключается в том, что она «наблюдает вещи в глазах китайского народа, думает о вещах в сознании китайского народа и рассказывает вещи языком китайского народа»⁸⁹.

2. Сообщения о культуре России вызывает интерес у аудитории.

В газете «Хуаньцюшибао», как правило, для привлечения аудитории используют броские заголовки и разговорный язык, таким образом выстраивая отношения с читателями. Примером являются следующие

⁸⁹Шан Цзинвэнь Анализ особенностей сообщений в газете «Хуаньцюшибао» Сычуань 2006. С. 7

заголовки:

«Гиганты кинематографа России отказались заботиться об отечественных фильмах».⁹⁰

«Сувениры в форме портрета Путина пользуются популярностью у иностранных туристов».⁹¹

«Русским не очень нравится название «воинственный народ».⁹²

Как выше сказано, в газете «Хуаньцюшибао» не только есть броские заголовки, но и часто используют разговорную речь. Эти особенности вызывают интерес у читателей. Например, когда сообщают о фильмах России, используют слово «заботиться», создают хорошую атмосферу.

3. Сообщения о современной культуре России в газете «Хуаньцюшибао» имеет такие особенности, как своевременность и авторитетность.

Успех газеты «Хуаньцюшибао» заключается в том, что издание точно определяет своё местоположение, имеет свои собственные уникальные навыки, отражает суть проблемы. Например, статья, которая называется: «В России будет использоваться единственный учебник, чтобы предотвратить культурное вторжение Запада». В этой статье автор тщательно анализировал ситуацию в России и делал всестороннее объяснение. Там написано, что учёные России считают, что в последние годы западные страны от имени неправительственных организаций предоставляют много учебников школам России для того, чтобы осуществлять культурное проникновение. Поэтому, депутаты и учёные России считают, что во всей стране необходимо использовать единый учебник. В этой статье авторы также ссылаются на слова депутата Соболева Сергея Владиславовича и профессора МГУ

⁹⁰ХуаньцюШибao№ 3728

⁹¹ХуаньцюШибao№ 3734

⁹²ХуаньцюШибao№ 3739

Четвериковой Ольги Николаевны. Автор глубоко анализирует проблему и делает соответствующие выводы. Поэтому эта статья пользуется авторитетностью у читателей. Кроме того, статья, в которой показывают конкретные цифры и статистические данные, часто появляется в газете «Хуаньцюшибао». Это не только подчеркивает авторитетность «Хуаньцюшибао», но и подчеркивает ее своевременность.

4. Газета «Хуаньцюшибао» осуществляет правильную ориентацию.

Контроль правильного направления международного сообщения является ключевым фактором как для населения страны, так и для иностранных граждан. Новости, освещающие культурную тематику в газете «Хуаньцюшибао», всегда придерживаются принципа истинности, а не слепо следуют за тенденцией. «Хуаньцюшибао» имеет уникальные перспективы и тщательно анализирует международные события. Новости «Хуаньцюшибао» о культуре России тоже воплощает эту особенность. Например, статья, которая называется: «Федеральная миграционная служба России отрицает, что происходит утечка мозгов из России»⁹³. В самом начале статьи автор ссылается на слова руководителя Федеральной миграционной службы Константина Олеговича Ромодановского: «В России не существует проблемы утечки мозгов». Автор в своей статье показал конкретные данные. Так, в 2014 году всего 18,6 тысяч русских переехали в Европу, но это не может стать доказательством утечки мозгов из России. Журналист в этом сообщении привел в пример и проанализировал иные события, происходящих в России. В заключении, автор пришел к выводу, что сейчас Россия начала обращать больше внимания на технический персонал, и ситуация в России не такая серьезная, как сообщали в СМИ западных стран.

Первоначально журналист газеты «Хуаньцюшибао» должен правильно определить важную тему, а затем сделать ее глубокий анализ, осуществляя

⁹³ХуаньцюШибao № 3665

правильную ориентацию. При сообщениях на культурную тематику надо использовать более точные слова и нельзя использовать нечёткие предложения. «Хуаньцюшибао» тщательно соблюдает эти принципы.

5. В газете «Хуаньцюшибао» всё ради читателей.

Множество сообщений газеты «Хуаньцюшибао» написано на основе того, как китайский народ думает, и как китайский народ будет реагировать. Газета «Хуаньцюшибао» стала одной из самых влиятельных газет, потому что «Хуаньцюшибао» часто сообщают новости, которые являются самыми интересными новостями для китайского народа. Например, балет России был известен в Китае и во времена СССР, русское искусство оказывает большое влияние на искусство Китая, поэтому русское искусство является интересной темой для китайских читателей. В «Хуаньцюшибао» опубликована статья: «Богиня русского балета, красивый лебедь»⁹⁴. В начале статьи журналист пишет, что 20 ноября – 90 лет со дня рождения великой балерины Майи Плисецкой. Во время Холодной войны выступления этой балерины превосходили государственные границы. Она является не только балериной, но и художником, её творчество вне времени. В новости тщательно описана биография Майи Плисецкой. В частности, рассказано о ролях, которые она играла в разных балетах. Например: «Умиравший лебедь», «Лебединое озеро», «Анна Каренина», «Чайковский» и «Зодиак». Кроме того, в новости отмечено, что Майя Плисецкая стала моделью художников, в различных местах можно увидеть портрет Майи Плисецкой в образе лебедя. Автор статьи рассказал, что Майя Плисецкая в те времена была ведущей в кругах моды во время СССР. Во время посещения завода Шанель, руководитель Шанель сказал, что Майе Плисецкой можно взять с собой любую одежду, которая ей нравится. Много известных заводов одежды хотели бы представить модели одежды для известной балерины.

Когда в газете «Хуаньцюшибао» сообщают об искусстве, часто используют фотографии. Это привлекает много читателей и вызывает у них интерес.

Русское искусство имеет важное значение для китайской культуры. Даже можно сказать, что русское искусство оказывает большое влияние на искусство Китая, поэтому искусство России является горячей темой для аудитории. И журналисты «Хуаньцюшибао» поняли эту особенность и успешно осуществляют функцию передачи интересной информации. Балет, мода, одежда являются топовыми темами в последнее время.

Таким образом, «Хуаньцюшибао» постоянно предоставляет информацию о культуре России китайской аудитории. Тема о России является одной из главных тем в газете «Хуаньцюшибао». Почти каждый день в газете «Хуаньцюшибао» сообщают о России минимум один раз. На основе вышеприведенного анализа мы можем сделать вывод, что, когда газета «Хуаньцюшибао» сообщает о культуре России, она имеет следующие особенности:

1. Сообщения в газете «Хуаньцюшибао» имеют очень мало неточностей.
2. Сообщения о культуре России могут вызывает интерес у аудитории.
3. Сообщения о современной культуре России в газете «Хуаньцюшибао» имеют такие особенности, как своевременность и авторитетность.
4. Газета «Хуаньцюшибао» осуществляет правильную ориентацию.
5. В газете «Хуаньцюшибао» всё ради читателей.

2.3 Современная культура России в материалах газеты «Чжунго Вэньхуабao»

Ежедневная культурная газета Китая «Чжунго Вэньхуабao» была создана

в 1986 году. В газете представлена информация о культурных событиях внутри страны и во всём мире. В ней часто публикуются материалы с анализом культурной ситуации и прогнозами её развития. Газета выходит 7 раз в неделю на 8 полосах. Основные рубрики газеты «Чжунго Вэньхуабао» это:

- 1 . Первая полоса: главные новости в сфере культуры.
- 2 . Вторая полоса: общие новости.
- 3 . Третья полоса: вокруг всего мира.
- 4 . Четвёртая полоса: культурный обмен.
- 5 . Пятая полоса: предприятие и рынок.
- 6 . Шестая полоса: фильм и музыка.
- 7 . Седьмая полоса: художественное воспитание.
- 8 . Восьмая полоса: памятники и музеи.

Основной целью газеты является наследование традиционной культуры, развитие культурной индустрии, стимулирование культурного обмена с другими странами. В настоящее время активно развиваются веб-сайты, микроблоги и другие социальные сети. При таких условиях печатные газеты и журналы становятся менее популярными, и им приходится постоянно находить новые способы привлечения аудитории и развития. По данным Государственного бюро, сегодня есть 50% газет, в том числе известных газет, у которых тиражи снизились примерно на 30% в течение года. Данные, представленные властью Шанхая, показывают, что с 2006 по 2009 год, общий тираж газеты в Шанхае с 1,789 млрд экземпляров снизился до 1,62 млрд

экземпляров. Валовой доход газеты с 894 млн юаней упал до 455 миллионов юаней. Тем не менее, в такую сложной ситуации газета «Чжунго Вэньхуабао» нашла способы продолжения успешного функционирования на рынке:

1. Газета «Чжунго Вэньхуабао» нашла целевую аудиторию, осуществляет успешное издание. Для того, чтобы удовлетворить потребности рынка, сотрудники «Чжунго Вэньхуабао» изучили текущую ситуацию и определили четкие цели и направление работы выпуска. Сотрудники «Чжунго Вэньхуабао» после долгих исследований и тщательного изучения законов рынка и индустрии газеты, наконец, нашли правило: максимизация эффективности рекламы является самым реальным заданием в коммерческих целях.

2. Осуществление оптимизации оформления полосы, повышение эффекта от бренда газеты. Газета «Чжунго Вэньхуабао» провела успешную реформу полосы, состав новостей на каждой полосе становится более рационализирован. Таким образом «Чжунго Вэньхуабао» привлекает читателей и сохраняет тенденцию роста.

3. Газета «Чжунго Вэньхуабао» создала прекрасные корреспондентские пункты. Особенно в последние годы, «Чжунго Вэньхуабао» одним за другой в провинции Хунань, Хубэй, Шаньдун, Гуандун, Шэньчжэнь, Гуанси, и так в более чем в 20 провинциях создала резидентные корреспондентские пункты. Эти пункты каждый день передают в газету самые свежие новости о местной культуре. Такие инициативы заложили для газеты прочную основу. Поэтому «Чжунго Вэньхуабао» может уверенно развиваться в будущем.

Кроме газеты «Чжунго Вэньхуабао» в Китае ещё есть такие газеты, специализирующиеся на культурной тематике, изданные во всей стране. Например, «Литературная газета», «Газета чтения» и «Газета о книгах». Но эти газеты специализируются на литературе и чтении, поэтому не могут

всесторонне информировать о культурных событиях. Таким образом, публикации о современной культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао» может стать предметом данной диссертации.

По статистике в период с 1 июня по 31 декабря 2015 года в «Чжунго Вэньхуабао» всего было опубликовано 21 сообщение о современной культуре России. Главными темами этих сообщений являются:

- 1) сотрудничество в культурной сфере между Китаем и Россией;
- 2) коллекция художественных произведений России в Китае;
- 3) мероприятия в сфере культуры на государственном уровне;
- 4) события в культурной жизни России.

Сообщения о современной культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао» имеют следующие особенности:

1. В газете «Чжунго Вэньхуабао» обращают большое внимание на официальные встречи Китая и России. Вовремя публикуют новости о культурных сотрудничествах на государственном уровне.

Например, новость, которая называется: «Лю Цицбао вместе с делегацией КПК совершил визит в Россию»⁹⁵. В начале новости написано, что с 25 июня по 27 июня по приглашению Администрации президента РФ, член политбюро Центрального комитета КПК, секретарь секретариата ЦК, начальник отдела пропаганды ЦК КПК Лю Цицбао вместе с делегацией КПК совершил визит в Санкт-Петербург. Лю Цицбао встретился с заместителем руководителя Администрации президента Российской Федерации Громовом Алексеем Алексеевичем. Они приняли участие в медиа-форуме Китая и России и в других мероприятиях. В новости ещё подчеркнуто, что Лю

⁹⁵Лю Цицбао вместе с делегацией КПК совершил визит в Россию// «Чжунго Вэньхуабао»
URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-06/29/content_158121.htm

Цицбао выступил с докладом на медиа-форуме. Он заметил, что на современном этапе Россия и Китай представляют друг другу шанс сотрудничества и выбирают друг друга как близкого партнёра. СМИ двух стран должны сотрудничать на основе взаимного доверия, углублять обмена информацией, совместно повышать отношения двустороннего всестороннего стратегического взаимодействия и партнерства. СМИ должны стимулировать культурные обмены между Китаем и Россией, сообщать более объективные и позитивные новости во всём мире. В конце новости указали, что, когда в Санкт-Петербурге Лю Цицбао встретился с китаистами России, он интересовался ситуацией изучения китайского языка в России и выслушал их мнения и предложения. Он вдохновил их глубоко изучать китайский язык и стимулировать культурный обмен между Китаем и Россией.

Это сообщение может служить типичным образцом сообщений о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао». Издание часто сообщает об официальных визитах руководителей двух стран и мероприятиях, проведённых на государственном уровне. Как правило, когда журналист сообщает такие новости, он использует жанр заметки, чётко сообщает кто, где, когда, что случилось, объём сообщения не большой. Но через такое сообщение, китайская аудитория узнаёт, что происходит в культурной сфере между Китаем и Россией. Но реальные чувства и конкретные детали не показаны в таком сообщении.

2. В газете «Чжунго Вэньхуабао» часто акцентируют внимание на хороших художественных произведениях России.

В сообщении, которое называется «Коллекционировать выдающиеся произведения искусства, увеличивать накопление национального культурного богатства»⁹⁶ показано несколько прекрасных произведений русских

⁹⁶Коллекционировать выдающиеся произведения искусства, увеличивать накопление национального культурного богатства//«Чжунго Вэньхуабао» URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2016-01/27/content_171991.htm

художников. Например, скульптура «Мир» и живопись «Подсолнухи» Зураба Константиновича Церетели, который является известным советским и российским живописцем, скульптором, дизайнером, педагогом и профессором. Живопись «Девочка у пруда» Леднева Валерия Александровича - народного художника Российской Федерации. Живопись «У Строгановского дворца» Алёны Васильевой - русской художницы. Другое сообщение, которое называется: «Трагические годы и героический эпос: художественные произведения России по теме антифашистской войны».⁹⁷ В этом сообщении показали ряд живописи по теме антифашистской войны. Например, «Ополченцы» Евсея Евсеевича Моисеенко, который является советским живописцем, графиком, педагогом и профессором. «Ленинградка (1941 год)» Угарова Бориса Сергеевича - советского живописца, кандидата искусствоведения, педагога и профессора. «Капитуляция квантунской армии» Павла Фёдоровича Судакова - советского живописца, представителя соцреализма. «Капитуляция Квантунской армии» Бориса Михайловича Неменского - советского и российского живописца, педагога и профессора. «Мать партизана» Сергея Васильевича Герасимова - советского живописца.

Эти художественные произведения произвели на китайскую аудиторию огромное впечатление, особенно полотна на антифашистскую тематику. Можно сказать, что искусство отражает реальную жизнь, так как, видя эти произведения, мы можем познакомиться с настоящей русской культурой. Среди этих художников, много тех, кто сам был на фронте и своими глазами увидел, что такое война, поэтому они писали произведения всем сердцем. Например, в газете «Чжунго Вэньхуабао» опубликовали фотографию полотна «Капитуляция Квантунской армии» Судакова Павла Фёдоровича, который с пятого курса ушёл на фронт, записавшись в народное ополчение. Как правило, в газете «Чжунго Вэньхуабао» дают тщательную информацию об

⁹⁷Трагические годы и героический эпос: художественные произведения России по теме антифашистской войны// «Чжунго Вэньхуабао» URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-09/08/content_163118.htm

этих произведениях: кто нарисовал, когда нарисовал и главное содержание каждого произведения. В заключении статьи написано, что Отечественная война продолжалась четыре года, многие города и сёла были разрушены во время войны, почти два миллиона человек потеряли свою жизнь. В этой войне, люди проявили патриотизм и бесстрашный дух, мир никогда не забудет о них. На этой выставке всего 76 произведений, представленных Государственным музеем современной истории России, Третьяковской галереей и другими 12 учреждениями искусства. Произведения реально отражают труд и страдание во время войны. Как правило, в газете «Чжунго Вэньхуабао» дают позитивную оценку русской культуры. Кроме того, статьи, которые публикуются в газете «Чжунго Вэньхуабао», написаны известными журналистами и учёными, поэтому в сообщении можно получить конкретные выводы. Например, автор сообщения «Трагические годы и героический эпос: художественные произведения России по теме антифашистской войны» является профессором факультета искусства Цинхуа.⁹⁸ В сообщении автор анализировал особенности русского искусства, и пришел к выводу, что произведения на военную тематику в России имеют две главные особенности:

1) Главные герои в этих произведениях являются простыми людьми, художники воспевают патриотизм и самоотверженность этих людей, но не избегают описания бедствий и страданий людей. Художники написали эти картины с чувственными эмоциями.

2) Художники вкладывали большое усилие в произведения: со времени выбора темы до наброска и окончательного варианта нужно тратить много времени. Некоторые работы прошли испытание временем и стали изобразительным искусством в истории Советского Союза.

⁹⁸Университет Цинхуа — один из ведущих университетов КНР, был основан в 1911 г. Входит в состав девяти элитных вузов Китая «Лига С9» - альянс аналогичный американской Лиге плюща.

Таким образом, китайская аудитория может тщательно узнавать о русском искусстве в газете «Чжунго Вэньхуабао».

3. Газета «Чжунго Вэньхуабао» обращает большое внимание на события в культурной жизни России.

Например, сообщение, которое называется ««Ночь искусств» пользуется популярностью в России».⁹⁹ В статье журналист рассказал, что такое Ночь искусств, как провели Ночь искусств в России. В начале сообщения указано, что в ночь с 3 на 4 ноября 2015 года пройдет всероссийская акция «Ночь искусств». «Ночь искусств» - это обобщенное название для самых разных культурных мероприятий, мастер-классов и презентаций, связанных со всеми жанрами творчества, в том числе «Ночь музеев», «Ночь музыки», «Ночь театров», «Ночь книг» и другие мероприятия. Эти мероприятия удовлетворяют желания многих людей. В сообщении журналист использует конкретные цифры. Например, настоящая «Ночь искусств» включает в себя более 700 видов культурных мероприятия. В столице России, в Москве ночью третьего ноября всего 270 культурных мест было открыто, что обеспечило большой выбор для посетителей. С 2013 года в России начали организовывать «Ночь искусств», ставшей уже популярным мероприятием. Цель «Ночи искусств», проведенной на государственном уровне, заключается в том, чтобы вызывать интерес к искусству у народа, особенно у молодёжи. В конце статьи, автор отметил, что в настоящее время ходить в театр и музей уже стало стилем культурной жизни России. Музей и театр являются важной частью жизни в России.

В данной работе, мы считаем, что 200-500 китайских иероглифов является маленьким объёмом, 500 - 700 китайских иероглифов - это средний объём, более 700 китайских иероглифов - это большой объём. В газете «Чжунго Вэньхуабао» часто сообщают о культурной жизни России. Как

⁹⁹««Ночь искусств» пользуется популярностью в России»// «Чжунго Вэньхуабао» URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-11/23/content_167923.htm

правило, эти сообщения имеют средний объём. Через эти сообщения китайская аудитория узнаёт, какие культурные события происходят в России. Благодаря этим сообщениям формируется образ русской культуры у китайской аудитории.

4. Количество сообщения о сотрудничестве между Китаем и Россией занимает первое место в газете «Чжунго Вэньхуабао». Это показано на графике, расположенном ниже.

Тема	Количество
Культурные события	2
Встреча руководителей	1
Сообщение с иллюстрациями произведений живописи	3
Сотрудничество между Россией и Китаем	15



На этом графике можно заметить, что сообщения о сотрудничестве между Россией и Китаем занимают 71% от всего числа новостей о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао». Через эти сообщения мы можем анализировать культурные взаимоотношения Китая и России. Следует заметить, что в настоящее время между Китаем и Россией сохраняются хорошие отношения, страны сотрудничают в сфере политики, экономики, науки, образования и культуры. Главными областями, благодаря которым осуществляется культурный обмен, являются: музыка, театр, фильм, живопись, танец и книга. Данные представлены в следующей таблице:

Три главных темы в газете «Чжунго Вэньхуабао»	
Тема	Количество
Живопись	12
Музыка	2
Книга	1



Как правило, когда сообщают о сотрудничестве журналисты газеты

«Чжунго Вэньхуабао» используют такие жанры, как: заметка, репортаж и рецензия. Из ранее сказанного, газета «Чжунго Вэньхуабао» является единственной газетой, которая распространена по всей стране и специализируется на культурной тематике под прямым руководством Министерства культуры КНР. Принимая во внимание данную особенность, в газете «Чжунго Вэньхуабао» при сообщении о важном решении Министерства культуры часто используются жанр заметки. Количество употребляемых жанров за рассматриваемый период показаны в таблице.

Жанр	Количество
Заметка	10
Репортаж	2
Рецензия	3



Заголовки этих сообщений, как правило, не длинные и отражают главное содержание сообщения. Например,

1 . Выставка изобразительных искусств Китая и России проходит в

Пекине.¹⁰⁰

2 . Культурный фестиваль России стимулирует развитие культурных обменов Китая и России в глубину.¹⁰¹

3 . Джазовый концерт: начало «Культурного Фестиваля России»¹⁰².

4 . Выставка произведений Института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина проходит у горы Чанбайшань¹⁰³.

Не только заметка, но и рецензия также является популярным жанром в газете «Чжунго Вэньхуабао», когда сообщают о культурной тематике. В рецензии журналист даёт конкретную оценку культурному событию. Например, сообщение, которое называется: «Тематическая выставка живописи молодежных художников Китая и России в 2015 году: нет исторического опыта, не может быть стать предлогом»¹⁰⁴. В начале сообщения автор отметил, что по сравнению с Китаем, Россия имеет более глубокие исторические корни в создании живописи. Сегодня в области изобразительного искусства слово «тематический характер» имеет большое значение. С 1950-х годов в области советской художественной живописи было определено понимание термина «тематический характер», то есть у каждого произведения должен быть свой собственный характер. Такое понимание оказывает большое влияние на развитие китайской живописи, в 1955-1957 годах. Так, Максимов Константин Мефодьевич был отправлен

¹⁰⁰Выставка изобразительных искусств Китая и России проходит в Пекине URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-09/22/content_164076.htm

¹⁰¹Культурный фестиваль России стимулирует развитие культурных обменов Китая и России в глубину.URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-08/12/content_161221.htm

¹⁰²«Культурного Фестиваля России» URL: <http://www.scio.gov.cn/zhzc/3/2/Document/1397275/1397275.htm>

¹⁰³Выставка произведений Института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина проходит у горы Чанбайшань URhttp://news.xinhuanet.com/shuhua/2015-08/05/c_128095038.htm

¹⁰⁴Тематическая выставка живописи молодежных художников Китая и России в 2015 году: нет исторического опыта, не может быть стать предлогом URL: http://shuhua.chinaso.com/detail/20150823/1000200032782681440296148236864047_1.html

правительством Советского союза в Китай, для того, чтобы учить китайских художников, как написать полотно с характером. Он стал первым экспертом преподавания живописи в Китае. В настоящее время, в условиях глобализации, всё ускоряется и в области искусства. Русские художники заявили, что нынешняя русская система художественного образования предполагает большое количество учебно-исследовательской работы, чтобы сохранить традиционный тематический характер живописи, который нельзя потерять. В сообщении также сообщается о мнении представителя китайских художников. Как написано в конце сообщения, китайский художник Юй Ян отметил, что отсутствие исторического опыта не может стать предлогом. В современной жизни тоже есть много событий, которые нужно запомнить.

Хотя общее количество публикаций о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабao» не большое, но благодаря сообщениям этой газеты китайская аудитория получила возможность больше знать о культуре России. Проанализировав имеющуюся информацию, мы можем сделать следующие выводы:

Количество сообщений о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабao» зависит от ситуации отношений между Китаем и Россией.

Главной темой, в которой сообщается о культуре России, является живопись.

Основные жанры, используемые при сообщении о культуре России это: заметка, репортаж и рецензия.

2.4 Публикации о культуре России в китайских новых медиа (на примере

Tencent)

Культурное развитие и процветание тесно связано с развитием СМИ. СМИ являются необходимым средством человеческого общения, прогресс СМИ постоянно оптимизирует способ передачи культуры. В настоящее время возросла скорость распространения культуры. Появление новых средств массовой информации в значительной степени обогащает средства культурного обмена. Новые медиа оказывают большое влияние на мощь культурного обмена, и новые медиа являются важной частью культуры, добавляют новую силу в культурном обмене. Естественно, новые медиа тоже играют очень важную роль в культурном обмене между Китаем и Россией. С появлением глобальной Сети возникли и принципиально новые СМИ-электронные газеты, которые имеют ряд особенностей¹⁰⁵. Новые СМИ или новые медиа — термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных печатных медиа, например, таких как газеты. Этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Конвергенция и мультимедийные редакции стали обыденными элементами сегодняшней журналистики.¹⁰⁶ Речь прежде всего о цифровых технологиях и эти тенденции связаны с компьютеризацией общества, поскольку до 80-х годов медиа полагались на аналоговые носители.¹⁰⁷ Следует отметить, что согласно закону Рипля¹⁰⁸, более высокоразвитые средства массовой информации не являются заменой предыдущих, поэтому задачами новых медиа являются: вербовка своего потребителя, поиск иных областей применения. «Онлайн-версия печатного издания вряд ли способна заменить

¹⁰⁵ Алексеева М.И. Средства Массовой Информации России М, 2008. С. 33

¹⁰⁶ Новые медиа – миф или реальность? Практические примеры интеграции традиционных и новых медиа URL: <http://www.media-online.ru/index.php3?id=46186>

¹⁰⁷ Manovich, Lev. «New Media From Borges to HTML.» The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts, 2003. С. 13

¹⁰⁸ Закон Рипля URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%D0%A0%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%8F

само печатное издание».¹⁰⁹ Любой человек может стать издателем «нового СМИ» с точки зрения технологии процесса.¹¹⁰ Вин Кросби, который описывает «масс-медиа» как инструмент вещания «одного многим», рассматривает новые медиа как коммуникацию «многих со многими». Говоря о взаимоотношениях информационного общества и о новых СМИ, Ясен Засурский акцентирует внимание именно на трёх аспектах, выделяя новые медиа именно как аспект:¹¹¹

1. Возможности СМИ на современном этапе развития информационно-коммуникационных технологий и Интернета.

1. Традиционные СМИ в условиях «интернетизации».

2. Новые средства массовой информации.

В данной работе рассматривается один из видов новых медиа, обогативший информационный обмен в Китае, а именно - мессенджер: сеть обмена быстрыми сообщениями, внедренный на медиарынок компанией Tencent.

Tencent — китайская телекоммуникационная компания (крупнейший интернет-провайдер), основанная в ноябре 1998 года в г. Шэньчжэнь. Компания известна тем, что занимается поддержкой наиболее распространённой в Китае сети обмена быстрыми сообщениями под названием QQ, а также системы для передачи текстовых и голосовых сообщений WeChat. Имеется облачное хранилище данных (пока - только с китайским интерфейсом) - по 10 Тбайт на 1 аккаунт.¹¹² По статистике центра

¹⁰⁹Сетевые СМИ — другая журналистика? URL:

<http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/online/webjour.shtml>

¹¹⁰Croteau, David & Hoynes, William (2003) Media Society: Industries, Images and Audiences (third edition), Pine Forge Press, Thousand Oaks, pg. 303

¹¹¹Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации

¹¹²<https://ru.wikipedia.org/wiki/Tencent>

информационных технологий Министерства информационной промышленности КНР, рейтинг сетевых СМИ Китая в 2015 году представлен следующим образом.¹¹³

Рейтинг сетевых СМИ Китая в 2015 году.	
Занимаемое место	Название компании
1	Tencent
2	Чиху 360
3	Соуху
4	Ваньи (NetEase)
5	Sina (Новая Волна)

Медиаресурсы Tencent сегодня самые популярные сетевые СМИ в Китае, количество читателей его новостей в каждый день достигает до 280 миллионов человек, в том числе количество молодежи от общего числа пользователей составляет восемьдесят процентов.¹¹⁴ Tencent является комплексным средством массовой информации. Новости Tencent публикует как о событиях внутри Китая, так и о событиях во всём мире. Таким образом, новости о культуре России в Tencent имеют определенное значение. По статистике, в течение шести месяцев с 1 июня 2015 по 31 декабря 2015 в Tencent было опубликовано новостей о России 157 раз. Тематика сообщений и их количество представлены в таблице.

Темы о России, опубликованные в новостях Tencent в течении с 1 июня 2015 по 31 декабря 2015	
Тема	Количество

¹¹³<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11293907/n11368261/16733883.html>

¹¹⁴Количество читателей Tencent News URL: <http://news.qq.com/a/20151229/056916.htm>

Экономика	80
Культура	36
Политика	20
Спорт	15
Общество	6
Общее число	157

Таким образом, новые медиа стали дополнением традиционных СМИ. С позиции системы социальной информации, технологии средств массовой информации трансформируют и оптимизируют системы дальнейшей культурной передачи.

В отличие от традиционных СМИ содержание новостей сетевых СМИ является более универсальным. Обычно, в традиционных СМИ политическая тема занимает больший объем, чем тема культуры, но из таблицы мы видим, что в течение шести месяцев в новостях Tencent культурная тематика представлена намного шире, чем политическая тема. Кроме того, содержание стало более интересным, и передача информации осуществляется вовремя. В настоящее время технологии новых медиа действуют повсеместно. Старые и новые СМИ позитивно взаимодействуют, и создают новую парадигму распространения информации. В новостях Tencent подробно рассказывают о разных аспектах культурной жизни России. Эти новости стали крепким дополнением для традиционных СМИ. Например, новости в Tencent сформировали новые представления о России у китайцев:

1. Смотреть российскую историю с помощью классических блюд.
2. Гордость является сутью русской души.

3. Искусство принятия имени в России.

Например, в сообщении «Искусство принятия имени в России»¹¹⁵ журналист рассказывал аудитории, как в российские родители выбирают имена для своих детей. В сообщении сказано, что по сравнению с традицией принятия имени в Китае, принятие имени в России очень легко. В России очень редко создают новые имена, и, как правило, используют традиционные имена. В прошлом году для того, чтобы отметить такое событие, как возвращение Крыма России, в Екатеринбурге одни родители приняли своему ребёнку имя: Крым Александрович. Эксперт истории имени в России Владимир Максимов отметил, что имя Крым редко используют в России, поскольку слово «Крым» относится к тюркским языкам. В сообщении ещё отметил, что русские очень часто соотносят имя своего ребёнка с важным событием. Таким образом, через имя можно узнать историю России. Начальник органа регистрации прописки Москвы Елена Муравьева отметила, что в 2014 год был известен проведением Зимних Олимпийских Игр, проходивших в Сочи. Для того, чтобы отметить данное событие несколько родителей дали своему ребёнку имя «Олимпиада». Автор обращает внимание на то, что по сравнению с именами китайского народа у русских очень длинные имена, как длинный поезд. Многие китайцы сказали, что, когда читали роман «Война и мир» Льва Толстого почти не могли запомнить имена героев. Они считают, что имена занимают половину места во всем романе.

Следует заметить, что эти темы редко появляются в традиционных СМИ, но они являются важным элементом культуры России. Русская кухня, характер российского народа и бытовые традиции вызывают у китайцев огромное любопытство. Всеобъемлющий характер новых медиа удовлетворяет потребности читателей в этой информации.

Во-вторых, новые медиа обновляют модель распространения культуры.

¹¹⁵ Искусство принятия имени в России URL: <http://cul.qq.com/a/20150909/050935.htm>

Новые медиа принесли больше возможностей для распространения культуры, значимость роли заключается в расширении взаимодействия с читателями. Новые медиа также внесли свой вклад в трансформацию глубокой культурной самобытности.¹¹⁶ Традиционное социальное взаимодействие всегда происходит под влиянием общественного положения личности, но на основе новых технологий средств массовой информации общение стало совсем иным. Общение стало анонимным, поэтому пришлось отказаться от идентичности знака, и такая особенность новых медиа нарушила прежние ограничения общения между разными людьми. Анонимность даёт чувство безопасности, что также можно рассматривать как один эффективных защитных механизмов, они побуждают людей выражать свои реальные взгляды и чувства без страха и тревожности. Анонимность улучшает качество и эффективность взаимодействия и постоянно повышает социальную сплоченность, взаимную солидарность и культурную самобытность. В конце каждого сообщения Tencent есть специальная часть, для того, чтобы читатели писали комментарии, каждый человек может выражает своё мнение. Это является плюсом, так как автор публикации может посмотреть эти комментарии и узнать реакцию читателей на эту новость. Например, в Tencent опубликовали статью под заголовком: «Как русские воспитывают детей».¹¹⁷ Эта статья получила 10 тысяч комментариев. В этой статье рассказывали о традициях и обычаях воспитания детей в России, что вызвало большое любопытство у китайской аудитории. Раньше в Китае не знали, что зимой русские родители могут гулять со своим годовалым ребенком на улице. И тот факт, что много русских детей уже в детстве начинают рисовать, танцевать и петь, тоже привнёс новое мнение о культурных особенностях страны. В этой статье автор выделил 5 главных моментов, которые отличаются от китайских традиции в процессе воспитания детей.

1. Зимой русские дети могут вместе с родителями гулять на улице, но в

¹¹⁶Марк Пост: «Второй век Медиа» Наньцзин 2000, - 34 с.[США]

¹¹⁷Как русские воспитывают детей URL: <http://news.qq.com/a/20150707/038484.htm#p=1>

Китае почти не бывает такой ситуации.

2. Зачастую в российских семьях три, четыре ребёнка, а в Китае в большинстве семей только один ребёнок, поэтому в России дети могут заранее научиться общаться с братьями и сестрами.

3. В России дети больше времени проводят на природе, а в Китае нет такой традиции.

4. В нескольких районах России проводят военное воспитание для детей.

5. В России родители обращают внимание на интересы детей, но сейчас в Китае родители не так много занимаются интересами детей.

В-третьих, в новых СМИ имеется больше возможностей использовать визуальный вид информации. В современное время темп жизни становится всё быстрее и быстрее, у людей стало всё меньше времени для чтения новостей. Особенно это касается современной молодёжи, которая больше любит смотреть картинки или видео. Визуальную информацию люди воспринимают с помощью глаз, что даёт людям прямое впечатление. Но в традиционных СМИ мало пространства для того, чтобы публиковать большое количество фотографий. Так, в новых СМИ можно показать больше фотографий и меньше текстов, это отвечает запросам молодёжи. Например, статья Tencent которая называется: «Мир сказки под руками русского иллюстратора»¹¹⁸. В этой статье почти нет текстового материала, но количество её читателей составило больше 20 тысяч. Ещё новость, которая называется «Летние девушки под руками русского художника»¹¹⁹ тоже

¹¹⁸ Мир сказки под руками русского иллюстратора URL: <http://cul.qq.com/a/20151005/006484.htm#p=2>

¹¹⁹ Летние девушки под руками русского художника URL: <http://cul.qq.com/a/20150716/027097.htm#p=6>

пользуется популярностью среди читателей. Эта новость состоит из 16 иллюстраций, под каждой иллюстрацией был очень короткий текст, но смысл статьи был понятен.

В-четвёртых, новые медиа привнесли новые возможности для многокультурной стыковки и обменов. Основным условием для распространения культуры является совместное использование культуры. Культура должна иметь такое содержание, которое могло быть понято любым человеком в любой стране. Tencent как представитель китайских новых СМИ, в новостях старательно показывает людям культурное многообразие, и находит чувство идентичности культуры между Китаем и Россией. Например, в Tencent новостях публиковали следующие статьи:

1. Почему русские верят в православие?
2. 10 основных современных элементов русской культуры в Китае.
3. В России люди рассматривают пиво как сок, вы знаете такую Россию?
4. Почему Россия запрещает пассажирам вывозить живопись за рубеж.

Темы заголовков демонстрируют, что в новостях Tencent рассматривают разные аспекты русской культуры. Также анализировали популярные культурные элементы России в Китае. К примеру, в статье «10 основных современных элементов русской культуры в Китае» отметили широкое многообразие произведений, от «Если жизнь тебя обманет» Пушкина до «Преступление и наказание» Достоевского, от «Щелкунчик» Чайковского до «Подмосковные вечера», культура России привлекала несколько поколений китайского народа.¹²⁰ По обобщению этой статьи 10 основных современных элементов русской культуры в Китае это: литература, музыка, танец, живопись, архитектура, театр, московский ресторан, одежда, матрёшка,

¹²⁰ 10 основных современных элементов русской культуры в Китае URL: <http://cul.qq.com/a/20150512/029887.htm>

YotaPhone и мир снега. В сетевых СМИ показывают более богатый мир культуры.

Конечно, социальные сети тоже играют очень важную роль для распространения культуры России в Китае. WeChat — мобильная коммуникационная система для передачи текстовых и голосовых сообщений, разработана китайской компанией Tencent, первый релиз которой был выпущен в январе 2011 года.¹²¹ Приложение доступно на iPhone, а также на телефонах под управлением Android, BlackBerry, Windows Phone и Symbian, также существует веб-интерфейс и клиент под OS X,¹²² которые, однако, требуют установки на мобильном телефоне для аутентификации. По состоянию на 2013 год, в WeChat было зарегистрировано 300 миллионов пользователей. WeChat поддерживает текстовые сообщения, передачу голосовых сообщений, рассылку сообщений множеству адресатов, возможность делиться фотографиями и видео. Есть возможность обмениваться контактами через Bluetooth, и, при желании, имеются разнообразные способы установления контактов со случайными людьми. Сервис интегрирован с социальными сетями, такими как: Facebook и Tencent QQ.¹²³ Есть возможность обрабатывать фотографии фильтрами и добавлять к ним надписи, также в WeChat доступен сервис машинного перевода. Можно сказать, что WeChat является самой популярной социальной сетью в Китае. WeChat имеет следующие особенности:

1. Поддерживает разные виды распространения информации: видео, аудио, текстовый вид.
2. Имеет быструю скорость передачи информации.
3. Имеет широкую аудиторию.

¹²¹ Weixin – Tencent’s Bringing the Mobile IM Revolution to the Mainstream

¹²² WeChat announces native Mac client; Windows version may follow soon. techienews.co.uk (28 февраля 2014).

¹²³ WeChat — Features

Если в отделе поиска WeChat ввести запрос «е ло сы» (Россия), то появятся 589 специальных блогов по тематике России. Эти блоги каждый день пишут разные тексты, в которых рассказывают о России. Эти тексты были пересланы 10 тысяч раз в день, можно сказать, что WeChat уже является главным каналом для распространения информации о культуре России в Китае. Если в поисковом отделе искать тексты о России, то на последней неделе 2015 года можно найти 619 статей, в которых рассказывают о России. И ещё в круге друзья WeChat можно найти 345 статей. Следует заметить, что многие авторы этих блогов именно живут в России или жили в России, поэтому они могут показать реальное состояние России китайскому народу.

В последней неделе 2015 года тема о России в WeChat	
Вид	количество
Блог	589
Статья	619
Новость в круге друзей	345

Таким образом, во-первых, новые медиа стали дополнением традиционных СМИ. С позиции системы социальной информации, технологии средств массовой информации трансформируют и оптимизируют системы для дальнейшей культурной передачи. Во-вторых, новые медиа обновляют модель распространения культуры. Новые медиа принесли больше возможностей для распространения культуры, наиболее заметная роль заключается в расширении взаимодействия с читателями. В-третьих, в новых СМИ есть больше возможностей использовать визуальный вид информации. В-четвёртых, новые медиа принесли возможности для многокультурной стыковки и обменов. И WeChat уже стала главным каналом для распространения культуры России в Китае.

Итак, мы можем сделать вывод, что «Чжунго цинняньбао» - это одна из самых популярных газет Китая, в которой сообщается о культуре России. В большинстве случаев информационный материал тщательно подбирается и подробно раскрывается. Преимущественно сообщения о культуре России являются положительными, затем нейтральными. При этом почти нет негативных сообщений о культуре России. В газете «Чжунго цинняньбао» часто публикуют темы о России, но по сравнению с другими странами, культура России освещается меньше, чем подобные темы о США, Японии, Англии и Франции. Газета «Хуаньцюшибао» - ведущая газета, специализирующаяся на международной тематике. Материалы о культуре России имеют следующие особенности: точность, своевременность и авторитетность. Кроме того, самым важным является то, что сообщения в газете «Хуаньцюшибао» могут вызывать интерес у аудитории. Газета «Чжунго Вэньхуабао» - официальная газета, специализирующаяся на культурной тематике. Проанализировав выпуски данного издания, следует отметить, что общее количество материалов о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао» не большое, но благодаря сообщениям этой газеты китайская аудитория получила возможность получать интересную и насыщенную информацию о культуре России. Мы пришли к следующим выводам:

1. Количество сообщений о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабао» зависит от текущего положения отношений между Китаем и Россией.
2. Главной темой, раскрывающей культуру России, является живопись.
3. Основные жанры, используемые при сообщениях о культуре России, это: заметка, репортаж и рецензия.

По сравнению с этими традиционными газетами, «Tencent», как

представитель сетевых СМИ, раскрывает содержание о культуре России интереснее, потому что данных СМИ существует больше возможностей использовать визуальный вид информации. Содержание в новых медиа стали дополнением традиционных СМИ.

В общем, СМИ Китая обращают больше внимание на политическую и экономическую тематику России. Количество публикаций о культуре России зависит от общей ситуации в мире и отношений между Китаем и Россией. В Китае «Чжунго цинняньбао», «Хуаньцюшибао», «Чжунго Вэньхуабао» и «Tencent» стали главными каналами для передачи новостей китайской аудитории о культурной жизни России. В них стараются раскрывать все аспекты культурной жизни в России. Но, тем не менее, одной из особенностей китайских СМИ является то, что они обращают больше внимания на произведения изобразительного искусства, русские фильмы и сотрудничество между Россией и Китаем в сфере культуры.

Заключение

Целью исследования было рассмотрение особенностей публикаций о современной культуре России в китайских СМИ. Культурный обмен между Китаем и Россией начался давно и имеет длинную историю. После Октябрьской революции Китай начал активно сотрудничать с Россией. С того времени культурный обмен между этими двумя странами развивался в течение определенного времени, которое можно разделить на шесть периодов:

1 . 1917-1937 - начальный период культурного обмена между Китаем и Россией;

2 . 1937-1949 - период стабильного развития культурных отношений между Китаем и Россией;

3 . 1949-1959 - период тесного культурного обмена между Китаем и Россией;

4 . 1960-1970 - период разрыва отношений;

5 . 1971-1991 - период восстановления и стабильного развития;

6 . 1991- настоящее время - период тесного сотрудничества в области культурных отношений между странами.

Между Россией и Китаем установились хорошие отношения. Сотрудничество России и Китая год от года только укрепляется. Культура является основой взаимоуважения и взаимопонимания между странами. Как правило, Россия среди населения Китая ассоциировалась с чёрным хлебом, поэтом А.С. Пушкиным, военной песней “Катюша”, масляной живописью,

вооружёнными силами и матрёшкой. Это очень упрощенный образ. В настоящее время благодаря СМИ создан новый образ России у китайской аудитории. Сегодня в Китае сложилась совершенная система развития СМИ. Новые медиа стали дополнением для традиционных СМИ.

СМИ играют очень важную роль в обществе, выполняют управленческую и коммуникативную функции. Кроме того, СМИ могут усилить понимание культурного наследия. На сегодняшний день, в эпоху быстро развивающихся технологий, наиболее важным и эффективным каналом распространения культуры являются СМИ. Средства массовой информации оказывают огромное психологическое воздействие на сознание и формирование человеческой личности. Имеет значение тот факт, что СМИ уже стали частью культуры. В этом процессе СМИ непреднамеренно оказывают воздействие на аудиторию.

В ходе исследования было обнаружено, что в китайских СМИ обращают большое внимание на культурную тематику России, но сообщений по культурной теме гораздо меньше, чем сообщений по политической и экономической темам. По сравнению с другими странами, материалов по российской культурной тематике меньше, чем аналогичных материалов о культуре США, Японии, Англии и Франции. В большинстве случаев, в китайских СМИ сообщения о культуре России очень тщательны и подробны. Преимущественно сообщения о культуре России являются положительными, затем нейтральными. При этом почти нет негативных сообщений. Количество сообщений о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабao» зависит от текущего положения отношений между Китаем и Россией. Главные жанры в газете «Чжунго Вэньхуабao» при сообщении о культуре России это: заметка, репортаж и рецензия.

Газета «Хуаньцю Шибao» является ведущей газетой, специализирующейся на международной тематике. Материалы о культуре

России имеют следующие особенности: точность, своевременность и авторитетность. Кроме того, «Хуаньцю Шибао» своевременно предоставляет китайской аудитории информации о культуре России и поэтому газета пользуется репутацией во всей стране. «Чжунго Вэньхуабao» - официальная газета, специализирующаяся на культурной тематике. Она стала главным каналом передачи информации для того, чтобы узнать политику сотрудничества в сфере культуры между Россией и Китаем. Количество статей о культуре России в газете «Чжунго Вэньхуабao» не большое, но они качественно оформлены. Новые СМИ как дополнение к традиционным СМИ, трансформируют и оптимизируют системы дальнейшей культурной передачи. Кроме того, новые медиа обновляют модель распространения культуры и привнесли возможности для культурного сотрудничества и обменов. WeChat уже стала главным каналом для распространения культуры России в Китае.

Таким образом, китайские СМИ уделяют большое внимание культурной жизни России. Различные культурные элементы России, о которых сообщается в китайских СМИ, вызывают интерес у китайской аудитории. Но в большинстве случаев, китайские журналисты сообщают о культуре России на основе своих ценностей и эстетических норм, в результате это оказывает различное влияние на аудиторию. У периодических изданий остался большой спектр освещения информации о культуре России, поскольку еще есть элементы культуры, которые ни разу не были представлены китайской аудитории.

Под влиянием публикаций о культуре России в СМИ, у китайской аудитории формируется многосторонний образ России. Информация о бытовых традициях россиян, знакомство с произведениями современных российских писателей и художников, произведениями киноискусства дополняют представления китайской аудитории. Информация о мероприятиях в рамках реализации программ культурного обмена и

взаимодействия способствует укреплению интереса к современной российской культуре. Вместе с тем, как видно из анализа публикаций, большая часть материалов описывает те произведения живописного, литературного и киноискусства, которые относятся к советскому периоду. Повтор - это уже было раньше на этой же странице. Недостаток материалов о современной культуре России в китайских СМИ - это фактор, который может тормозить развитие культурного сотрудничества между этими странами.

Список использованной литературы

1. На русском языке

1. Декларация принципов международного права, одобренная Генеральной Ассоциацией ООН в 1970 г.
2. Устав 22 о культурном сотрудничестве, утвержденный на Генеральной Конференции ЮНЕСКО 4 ноября 1966 г.
3. Алексеева М.И. Средства Массовой Информации России, 2008. 380 с.
4. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010, №1.
5. Верченко А.Л. Мероприятия года Китая в России. Китайская народная Республика в 2007 г.: политика, экономика, культура // Институт Дальнего Востока РАН. М.: Русская панорама, 2008. 540 с.
6. Внуков К. Год России в Китае и год Китая в России – две половинки единого целого // Проблемы Дальнего Востока, 2007, №1. С.33 – 37.
7. Вычуб Г. С. Проблематика СМИ. Учебное пособие М., 2008. 316 с.
8. Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства

- массовой информации // Информационное общество, 2001, №2. С. 24-27.
9. Засурский Я.Н. Предисловие редактора // Сиберт Ф. С. Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998. С.9-10.
 10. Избранные произведения Мао Цзэдун // Народное издательство, Пекин, 1991, том 4. С.1472-1473.
 11. История зарубежной журналистики: учебник для бакалавров / А. Ю. Быков, Е. С. Георгиева, С. А. Михайлов; под общ. Ред. С. А. Михайлова. — М.: Издательство Юрайт, 2014. 366 с.
 12. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. С. Под науч. Ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
 13. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста, Рекомендовано Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Журналистика». // СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000 г. Глава 6.
 14. Куликова Г.В. ОРКД: укрепление доверия, взаимопонимания и сотрудничества. Китайская народная Республика в 2006 г.: Политика, экономика, культура. Ежегодник / РАН. Институт Дальнего Востока. М., 2007. 516 с.
 15. Ларин В. Л. Межрегиональное взаимодействие России и Китая в начале XXI века: опыт, проблемы, перспективы // Проблемы Дальнего Востока, 2008, № 2. С. 40 – 53.
 16. Ливишин С. Год России в Китае. Новое качество партнерства // Проблемы Дальнего Востока, 2006, №1. С.11 – 21.

17. Мамонтов С.П. Основы культурологии: Учеб. пособие /Ун-т Рос. акад. образования. — 2-е изд., доп. — М.: Изд-во РОУ, 1996. 271 с.
18. Марьина Л. П. Журналистика и культура: динамика взаимодействия. Львов, 2013.
19. Марьина Л.П. Глобальный контекст социокультурной социализации: динамика журналистской деятельности и СМИ. СПб. 2012 С. 72-85.
20. Михалкович В.И. Поколения средств массовой коммуникации // Поколение в социокультурном контексте XX века / отв. ред. Н.А. Хренов. М.: Наука, 2005. С. 566-587.
21. Обществознание для абитуриентов / Под ред. В.Н. Князева. М.: Айрис-пресс, 2007.
22. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1991.
23. Оуян Хуншэн. Культура телевидения Чэнду // издательство Сычуань, 2006. С. 376
24. Рогачев И. Российско-китайский договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве: Итоги первого года // Проблемы Дальнего Востока, 2002, №4. С.21 – 29.
25. Соловьёва Е.В. Российско-китайское культурное взаимодействие: к вопросу об историографии проблемы // Ойкумена. Регионоведческие исследования, 2009, №1. С. 99-106
26. Сусоколов А.А. Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию – М., 2006. 448 с.
27. Теория журналистики в России: зарождение и развитие/ под ред С.Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 2014.

28. Титаренко М.Л. Важный этап российско-китайских отношений (К итогам визита президента РФ В.В. Путина в Китай). Китайская народная Республика в 2006 г.: Политика, экономика, культура. Ежегодник / РАН. Институт Дальнего Востока. М.: 2007. 516 с.
29. Титаренко М.Л. Китайско-российский Форум по проблемам общественных наук // Проблемы Дальнего Востока, 2006, № 6. С. 165-177.
30. Титаренко М.Л. Россия лицом к Азии / РАН, Ин-т Дальнего Востока. М.: Республика, 1998. 320 с.
31. Тихонова С.В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть // «Полис», № 3, 2007. С. 53-64

2. На китайском языке

32. Би Юй. Обсуждение десяти тенденций в развитии китайской медиаиндустрии // Перестройка экономической системы, 2005, №1.
33. Ван Бугао. Записки о Сикун Ту Наньцзин // изд. Наньцзин, 2011. 450 с.
34. Го Цингуан. Курс по изучению СМИ. Пекин: Изд-во Народа Китая, 1999. 422 с.
35. Го Цингуан. Теория и практика коммуникации. Пекин: изд-во Китайского народного университета, 1999. 336 с.
36. Гэ Гунчжэнь. Китайско-русские отношения на основе языков. Чжэнчжоу, 1983. 260 с.
37. Ли Лянжун. Введение в журналистику / Лянжун Ли. – Шанхай: Издательство «Фуданский университет», 2009. 365 с.
38. Ли Минбин. История культурного обмена между Китаем и Россией:

Шанхай, Шанхайский народный издательский дом, 1998. 290 с.

39. Ли Минбинь. Культура Китая в России. Пекин, 1993. 335 с.
40. Люй Сюйла. Существующее положение и вызов культурного журнала в Китае: Гуанчжоу, 2008. 343 с.
41. Су Баого. Ситуация китайских СМИ в современном обществе, 2013. 279 с.
42. Сунь Вэйе. История культурного обмена нового Китая с другими странами // Издательство китайской дружбы, Пекин, 1999. 338 с.
43. Сюе Сяньтянь, Луань Цзинхэ. История и современное состояние китайско - российских отношений. От трех союзов до «Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве» // Проблемы Дальнего Востока, 2002, №5. С. 26 – 38.
44. Теллер Э. Первобытная культура Шанхай: Шанхайское издательство перевода. 2001, 346 с.
45. Ту Чжэнфэн. Надзор и регулирование китайской медиа-индустрии, 2014. 379 с.
46. Тянь Цзяньпин, Ли Ин. Культурная функция приложения // газета Хэбэй, 2009. 297 с.
47. У Гохуа. Русский язык и русская культура, – Пекин: Издательство военной дружбы и культуры (И Вэнь), 1998. 385 с.
48. У Хаотянь. Анализ ситуации китайских СМИ в Китае, Чэньду, 2014. 331 с.
49. Хэ Шаолэй. Изучение развития телевизионной культурной программы в

- Китае: Цзинань, 2008. 360 с.
50. Чен Цунжу. Международная коммуникация в условиях глобализации, Пекин, 2006. 432 с.
51. Чжан Дэгуан. Широкие перспективы китайско-российских отношений (К первой годовщине заключения Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между КНР и РФ) // Проблемы Дальнего Востока, 2002, № 4. С. 30 – 34.
52. Чжан Чжи. СМК на современном этапе, 2004, №2. С. 75-80
53. Чжань Вэй. Развитие китайских СМИ в 2011 году // Издательство общественной науки, 2012. (микроблоги в Китае 2011 года)
54. Чжао Жуйци. Оценочные суждения и отбор международных новостей // «Журналист Китая», 2005, № 6.
55. Чжао Фэнла. Статус и контрмеры для печати газетной отрасли, Пекин, 2013. 401 с.
56. Чжу Исюань. Сборник о «Ляо-чжай-чжи-и» Тяньцзинь // изд. Нанькай, 2002. 560 с.
57. Шан Цзинвэнь. Анализ особенностей сообщений в газете «Хуаньцюшибао», Сычуань, 2006. 385 с.
58. Шэнь Чжихуа. Исторический обзор: Предварительное исследование китайско-советских экономических отношений (1948-1953) - при условиях создания экономического союза между Китаем и Советским Союзом // Партийная литература, 2001, №2.
59. Юань Цин. История культурного обмена Китая с другими странами, Пекин, 2002. 237 с.

60. Юй Луньюй. Изучение восточной культуры, Пекин, 1994. 371 с.

3. На английском языке

61. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // Business Horizons, 2010. Vol. 53. Issue 1. P. 59–68.

62. Werner J. Severin. Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media, 2000. (коммуникативная теория: истоки, методы и использования в средствах массовой информации) переведена на китайский язык

4. Электронные ресурсы

63. Жилавская И. «Медиаобразование: от теории – к практике» // сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой информации». – Томск, 2007.

URL: http://www.4cs.ru/materials/wp-id_396/

64. Доклад о развитии Китайской медиаиндустрии в 2015 году // Всекитайская ассоциация журналистов, главное управление печати и публикации Китая.

URL: http://news.xinhuanet.com/zgjjx/2016-04/29/c_135320084_15.htm

65. Всекитайская ассоциация журналистов, главное управление печати и публикации Китая Доклад о развитии Китайской медиаиндустрии в 2015 году.

URL:

http://news.xinhuanet.com/zgjjx/2016-04/29/c_135320084_15.htm

66. Хантингтон С. «Столкновение цивилизаций».
URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Столкновение_цивилизаций
67. Antony Maefield: what is social media. URL:
<http://www.docin.com/p403595988.html>
68. Лассуэлл Г. Теория коммуникационного процесса. URL:
<http://uchebnik-online.com/131/2080.html>
69. A history of social media.
URL: <http://janeknight.typepad.com/socialmedia/2009/10/a-historyof-social-media.html>
70. Ron J. Social Media Marketing 101. Part 1. URL: <http://searchenginewatch.com/3632809> (дата обращения: 10.01.2011)
71. Большая Советская энциклопедия.
URL: http://enc-dic.com/enc_sovet/Kultura-30358/
72. Впечатление китайского народа о России//«Чжунго цинняньбао»
URL:http://agzy.youth.cn/qsnag/zxbd/201505/t20150506_6617473.htm
73. «Красная звезда», ансамбль песни и пляски России, приехал в Китай и выступил на «Празднике победы»//«Чжунго цинняньбао»
74. URL: http://wenhua.youth.cn/xwjj/201508/t20150824_7039333.htm
75. Вчера умер известный русский режиссер Рязанов, его комедии очень популярны также в КитаеURL: <http://fun.youth.cn/2015/1201/2992323.shtml>
76. Лю Цицбао вместе с делегацией КПК совершил визит в Россию// «Чжунго Вэньхуабао»

URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-06/29/content_158121.htm

77. Коллекционировать выдающиеся произведения искусства, увеличивать накопление национального культурного богатства//«Чжунго Вэньхуабао»

URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2016-01/27/content_171991.htm

78. Трагические годы и героический эпос: художественные произведения России по теме антифашистской войны// «Чжунго Вэньхуабао»

URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-09/08/content_163118.htm

79. ««Ночь искусств» пользуется популярностью в России»// «Чжунго Вэньхуабао»

URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-11/23/content_167923.htm

80. «Красная звезда», ансамбль песни и пляски России» приехал в Китай и выступил на "Празднике победы"

URL: http://wenhua.youth.cn/xwj/201508/t20150824_7039333.htm

81. Выставка изобразительных искусств Китая и России проходит в Пекине

URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-09/22/content_164076.htm

82. Культурный фестиваль России стимулирует развитие культурных обменов Китая и России в глубину.

83. URL: http://epaper.ccdy.cn/html/2015-08/12/content_161221.htm

84. «Культурный Фестиваль России»

URL: <http://www.scio.gov.cn/zhzc/3/2/Document/1397275/1397275.htm>

85. Выставка произведений Института живописи, скульптуры и архитектуры им. И. Е. Репина проходит у горы Чанбайшань

URL:

http://news.xinhuanet.com/shuhua/2015-08/05/c_128095038.htm

86. Тематическая выставка живописи молодежных художников Китая и

России в 2015 году: нет исторического опыта, не может быть стать
предлогом URL :

http://shuhua.chinaso.com/detail/20150823/1000200032782681440296148236864047_1.html

87. Новые медиа – миф или реальность? Практические примеры интеграции традиционных и новых медиа

URL: <http://www.media-online.ru/index.php3?id=46186>

88. Сетевые СМИ — другая журналистика?

URL: <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/online/webjour.shtml>

89. Количество читателей Tencent News

URL: <http://news.qq.com/a/20151229/056916.htm>

90. Искусство принятия имени в России

URL: <http://cul.qq.com/a/20150909/050935.htm>

91. Как русские воспитывают детей

URL: <http://news.qq.com/a/20150707/038484.htm#p=1>

92. Мир сказки под руками русского иллюстратора

URL: <http://cul.qq.com/a/20151005/006484.htm#p=2>

93. Летние девушки под руками русского художника

URL: <http://cul.qq.com/a/20150716/027097.htm#p=6>

94. 10 основных современных элементов русской культуры в Китае

URL: <http://cul.qq.com/a/20150512/029887.htm>

Приложение

Приложение 1

Мониторинг для Приложений к диплому/магистерской. Для печатных СМИ

Издание	Название материала (заголовок)	Автор /источник	Жанр	Тональность (позитивна/негативная/ нейтральная)	Дата
«Чжунго цинняньбао»	Впечатление китайского народа о России	Ли И	интервью	позитивная	06.05.2015
	«Красная звезда», ансамбль песни и пляски России, приехал в Китай и выступил на «Празднике победы».	Чжу Чу	репортаж	позитивная	24.08.2015
	«Вчера умер известный русский режиссер Рязанов, его комедии очень популярны также в Китае»	Сунь Лимэнь	рецензия	позитивная	01.12.2015
«Хуаньцю шибао»	«Российская школьница звонила в колокольчик, и звучит первый звонок»	Ба Сы	репортаж	позитивная	10.09.2015
	«Гиганты кинематографа России отказались заботиться об отечественных фильмах»	Лю Чжи	заметка	нейтральная	15.10.2015
	«Сувениры в форме портрета Путина пользуются популярностью у иностранных туристов»	Мария Григория	интервью	нейтральная	14.11.2015
	«Русским не очень нравится название	Лю Юйпэн	репортаж	нейтральная	28.10.2015

	«воинственный народ»				
	«Федеральная миграционная служба России отрицает, что происходит утечка мозгов из России»	Лю Юйпэн	заметка	нейтральная	24.07.2015
	«Богиня русского балета, красивый лебедь»	Анна Глида	репортаж	позитивная	07.09.2015
«Чжунго Вэньхуабао»	«Лю Цицбао вместе с делегацией КПК совершил визит в Россию»	Дин Чао	заметка	позитивная	29.06.2015
	«Коллекционировать выдающиеся произведения искусства, увеличивать накопление национального культурного богатства»	Дин Чао	рецензия	позитивная	27.10.2015
	«Трагические годы и героический эпос: художественные произведения России по теме антифашистской войны»	Си Цзинчжи	репортаж	позитивная	08.09.2015
	«Ночь искусств» пользуется популярностью в России	Си Цзинчжи	заметка	нейтральная	23.11.2015

Мониторинг для Приложений к диплому/магистерской

Для печатных СМИ

Издание	Название материала (заголовок)	Автор /источник	Жанр	Тональность (позитивна/негативная/ нейтральная)	Дата

«Tencent»	Искусство принятия имени в России	Ба Сы	интервью	позитивная	09.09.2015
	Как русские воспитывают детей	Гао Яжу	репортаж	позитивная	07.07.2015
	Мир сказки под руками русского иллюстратора	Вы Синьнин	репортаж	позитивная	05.10.2015
	Летние девушки под руками русского художника	Вы Синьнин	репортаж	позитивная	16.07.2015
	10 основных современных элементов русской культуры в Китае	Ло Цэминь	рецензия	нейтральная	05.12.2015