

УДК 070

DOI: 10.34670/AR.2022.35.36.028

## Влияние глобализации на китайские и российские СМИ: сравнительный анализ

**Айлифэйжань**

Студент,

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;  
e-mail: 734033462@qq.com

### Аннотация

По мнению автора, на процесс глобализации оказывают воздействие национальные факторы. И здесь, как полагает автор, национальные СМИ так и или иначе вносят вклад в глобальную медиасистему, что является вполне обоснованным. В статье предпринята попытка раскрыть роль глобализации, которую она оказала на трансформацию СМИ Китая и России. Автор провел анализ процесса трансформации китайских и российских СМИ. Помимо этого, автором раскрыто влияние глобализации на медиасистемы двух стран. Автор указывает тот факт, что трансформация китайских и российских СМИ проходила в несколько этапов, что обусловлено политическими, социальными и национальными особенностями стран. Профессиональная культура СМИ в Китае и России ощущает влияние западных традиций. И если в Китае западные профессиональные приемы используют далеко не все СМИ, то для России это стало универсальным способом донесения информации. Китайской медиаполитике присущи более строгие рамки, тогда как российская Доктрина информационной безопасности имеет поверхностный характер, а соответственно, далеко не всегда реализуется на практике. Несомненно, что Китай, что Россия уделяют повышенное внимание процессам глобализации и пытаются принять различные мероприятия в указанной сфере. Все это позволяет говорить о том, что медиасистемы Китая и России находятся под сильным воздействием процесса глобализации, но в то же время ощущается их связь с культурными, национальными традициями.

### Для цитирования в научных исследованиях

Айлифэйжань. Влияние глобализации на китайские и российские СМИ: сравнительный анализ // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Том 11. № 4А. С. 239-246. DOI: 10.34670/AR.2022.35.36.028

### Ключевые слова

Медиасистемы, глобализация, СМИ, страны Запада, национальные СМИ, изоляция, гласность, импортируемые медиапродукты.

## Введение

Медиасистемы как России, так и Китая являются активными участниками процесса глобализации. И здесь необходимо учитывать ряд основных особенностей. С одной стороны, национальные медиасистемы – это основная движущая сила, так как именно посредством СМИ процесс глобализации стал реальным. С другой стороны, именно глобализация оказывает существенное воздействие на различные институты государства и общества [Рыжов, 2020, 30], в т.ч. на содержание и структуру национальных СМИ.

Необходимо учитывать тот факт, что Россия и Китай являлись социалистическими странами и до сих пор Китай признается таковой. Именно поэтому всегда прослеживалось достаточно негативное отношение к странам Запада. Китай и Россия стремились к тому, чтобы занять определенную изолированную позицию по отношению к культуре Запада, в то же время страны шли по пути формирования своей особенной национальной культуры. Все это способствовало тому, что национальные медиасистемы находились в определенной изоляции от процесса обмена информацией с западными странами. Однако в период 70-80-х гг. XX века стали прослеживаться некоторые изменения. Именно указанный временной период можно считать началом глобализации в России и Китае [Рихтер, 2009, 77].

## Основная часть

Ввиду глобализации процесс трансформации российских и китайских СМИ развивался практически параллельно, и здесь представляется возможным обозначить несколько основных этапов.

*Первый этап* получил название начального. В указанный период Россия и Китай признавались странами, для которых характерна неразвитость массмедиа. Так, на рынке просто отсутствовали какие-либо транснациональные медиакорпорации, не существовал медийный рынок как таковой.

*Второй этап* характеризуется тем, что за счет постепенного накопления опыта, а также изучения особенностей зарубежного формата стала происходить постепенная адаптация брендов, но при этом сохранен импорт медиапродуктов.

Для *третьего этапа* характерно то, что начался процесс формирования своих собственных информационных каналов. Речь идет о разработке и внедрении своего собственного спутникового телевидения, а также разработке сайтов в Интернете [Митрофанов, 2007, 55].

Необходимо говорить о том, что на первом этапе глобализации (это период 1840-1949 гг.) Китай находился в достаточно сильной зависимости от стран Запада. На втором этапе (1949-1978 гг.) коммунистическая партия Китая стала принимать попытки противопоставить западным моделям социалистический путь развития государства. Несмотря на то, что такого рода сопротивление страны способствовало формированию определенной независимости, тем не менее, отмечено отставание страны в культурном и социальном плане. И только на третьем этапе Китай стал активным участником процесса глобализации.

Современный этап процесса глобализации Китая условно начался еще в 1972 г. – именно в указанный период Китаю присвоен статус легитимного представителя ООН, что позволило восстановить отношения с США. Все это способствовало тому, что китайское правительство вышло на совершенно новый уровень дипломатических отношений. Официально же третий этап процесса глобализации начался в 1978 г., на 3-м пленуме ЦК КПК 11-го созыва. На данном созыве руководство страны определило путь открытости внешнему миру. В конечном итоге

такие преобразования в политическом смысле позволили запустить на китайских каналах рекламу в 1979 г. И уже в начале XXI века стали отмечаться ускоренные темпы перехода медиаиндустрии Китая к основам рыночной экономики. Медиаиндустрия стала восприниматься в качестве основы наращивания экономической мощности Китая, что в конечном итоге привело к трансформации сферы культуры.

В России периода советского государства в СМИ также ощущалась изоляция от внешнего мира. Это привело к тому, что советские власти просто затруднили проникновение процесса глобализации. В тоже время уже в последней четверти XX века, ввиду невозможности надлежащим образом модернизировать экономику страны, Советский Союз пал. Во многом это обусловлено и глобальными коммуникациями. Правительство СССР было просто не в состоянии запретить гражданам слушать радиостанции западных стран, а также смотреть телепередачи. Именно поэтому в стране возникли такие явления, как «телевизионные революции» [Копьев, 2005, 114].

Часть исследователей полагают, что именно новости западных СМИ во многом способствовали развалу СССР. То есть получается, что западное телевидение, радиослужбы оказывали активное разрушительное воздействие. С уверенностью стоит сказать о том, что новостные медиа оказали воздействие на формирование новых государств. Все это позволяет говорить о том, что процесс глобализации способствовал в России развитию гласности и перестройки. И уже после распада СССР данный процесс пошел ускоренными темпами.

Процесс глобализации оказал свое воздействие и на национальные медиа двух стран. И здесь представляется возможным обозначить несколько основных моментов:

- медиасодержание;
- собственность;
- профессиональная культура;
- национальная медиapolитика [Водяников, 2021, 172].

Остановимся более подробно на медиасодержании. Несмотря на то, что в Китае СМИ находятся под весьма жестким контролем со стороны правительства, но в условиях глобализации отмечается трансляция зарубежных медиапродуктов. Изначально в Китае начали импортировать японские мультфильмы, а также американские, латиноамериканские, тайваньские телесериалы 80-х гг. XX века. Сегодня в Китае есть значительное количество зарубежных каналов. В качестве примера можно привести и корейский канал «Альлан», который вещает на территории Китая. За последние несколько лет в республике все чаще стали транслировать китайские сериалы.

Процесс глобализации в советском государстве, как было отмечено, начался еще до момента распада СССР. Так, в 1991 г. на территории России стала работать радиостанция «Свободная Европа». Помимо этого, вещание открыло и ВВС. Ввиду падения политических преград после распада СССР данный процесс приобрел ускоренные темпы. Все это способствовало тому, что на российском телевидении появилось значительное количество зарубежных программ. Телевидение, по сути, стало неким средством глобализации. При этом необходимо учитывать тот факт, что импорт зарубежных программ стал одним из основных аспектов глобализации, который отразился на национальном характере российских СМИ [Яньсянь Янь, 2004, 115].

В первой половине 90-х гг. XX в. в России процесс глобализации сопровождался американизацией. Существенной особенностью указанного периода было то, что наблюдался перевес иностранных сериалов (американских, латинских), транслируемых на российских каналах. Однако уже начиная с 1997 г. появилось значительное количество отечественных

сериалов, посвященных криминалу. В 2002 г. с телеканала «Россия» убран сериал «Санта-Барбара», и место было занято уже сериалом российского производства. Постепенно зарубежные сериалы ушли из сетки вещания ведущих российских каналов, то есть можно сказать о том, что России удалось выйти из зависимости от импортной медиапродукции [Дегтерева, 2007, 11].

Сегодня в Китае особой популярностью пользуется ряд западных программ: «Миллионер», «Американский культ». Помимо этого, на китайском телевидении присутствуют и некоторые аналоги зарубежных телепередач: «Суперголос девушки», «Веселый словарь». Несомненно, западные программы адаптированы под китайское телевидение. Например, в программе «Веселый словарь» также используется постановка вопросов, как и в «Миллионере», но при этом тематика касается китайского образа жизни, культуры и т.д. Таким образом, получается, что фактически осуществляется поддержка официальной китайской идеологии.

Также для Китая характерно наличие и некоторых аналогов зарубежных печатных изданий (газет, журналов). Так, есть китайские версии «The Wall Street Journal» и «Times». В указанных СМИ содержится в большей степени информация, посвященная Китаю [Лукина, 2006, 90].

В Китае уделяется повышенное внимание и локализации медиа-содержания. На китайском телеканале «Синкон», который контролируется со стороны правительства государства, практически все программы китайские, большая часть из сотрудников китайского происхождения. Интерес представляет и канал Фэньхуань (Phoenix), политика которого ориентирована на китайцев по всему миру. Именно поэтому на указанном канале представлено достаточное количество западных программ, что делает его привлекательным для совершенно различной аудитории.

В конце 90-х гг. XX века в России наблюдалась трансформация процесса глобализации. Так, необходимо обратить внимание на то, что стало происходить заимствование значительного количества западных форматов. При этом зарубежные программы адаптировались с учетом национальных условий. Все большую популярность стали приобретать реалити- и игровые шоу. Особо стоит выделить такие телевизионные проекты, как «Большой брат», «Кто хочет стать миллионером», «Фабрика звезд». И достаточно часто указанные проекты на российском телевидении представлены на высоком уровне и не уступали оригинальным проектам. И здесь особо стоит отметить телесеть ТНТ, которая ориентирована на подобного рода телевизионные проекты.

За счет процесса заимствования форматов, а также процесса адаптации зарубежных программ стала прослеживаться определенная близость с западной телепродукцией. Все это указывает на сохранение западных тенденций в стране.

Большая часть исследователей полагает, что современные коммерческие СМИ в России мало чем отличаются от западных. Так, все больше передач становятся предсказуемыми для телезрителей, дублируются однотипные программы и т.д. В области медиа рыночный характер постепенно приобретает глобальный вид.

Китай и Россия, показывая свою реакцию на процесс глобализации, стали активными участниками глобального информационного обмена. Именно это позволило сформировать так называемые глобальные информационные каналы.

Так, в Китае есть круглосуточный англоязычный канал CCTV-9. Он ориентирован на китайцев вне зависимости от места их нахождения. В 2008-2009 гг. выпущен французский, испанский, а также русский CCTV-9 [Вартанова, 2005, 35].

Что касается Российской Федерации, то до момента распада СССР медиапродукты советского производства экспортировались в большей части в восточноевропейские страны.

Московская радиостанция транслировалась более чем на 70 языках. Что касается сегодняшнего времени, то «Голос России» вещается всего на 38 языках и территориальный охват составляют только страны СНГ. Получается, что после распада СССР произошло уменьшение объема информации о России и из России.

Большое значение имело появление в 2005 г. круглосуточного англоязычного канала Russia Today, что заложило основы для восстановления иностранного пространства. Основное предназначение Russia Today выражалось в необходимости обозначить российскую позицию относительно событий и явлений, происходящих в стране.

В связи с тем, что стали формироваться медиакорпорации, это способствовало изменению собственности медиасистем как в России, так и в Китае [Гидденс, 2004, 54].

Так, для Китая характерно наличие достаточно строгих ограничений в части медиасодержания. Соответственно, медиаресурсы находятся под строгим контролем со стороны правительства государства. Правительство контролирует и все зарубежные инвестиции в медиасферу. Однако ввиду значительного экономического роста страны глобальным медиакомпаниям все-таки удалось проникнуть на рынок Китая. Среди них можно выделить Ньюс корпорейшн, Виакон, Тайм Уорнер и Бертельманн.

В 2002 г. Китай вступил в ВТО, что способствовало распространению рекламы со стороны иностранных компаний в китайских изданиях. Помимо этого, отмечается значительное количество сайтов, периодических компаний, в которых также присутствуют зарубежные инвестиции.

В 2005 г. правительство Китая опубликовало акт «Некоторые мнения о вложении иностранных инвестиций в культурную область», согласно которому установлен запрет на создание и управление иностранным капиталом журналистикой, радиостанцией, телестанцией, трансляционными сетями радио- и телевидения, а также принимать участие в компании по производству программ и вещанию. Получается, что Китай, несмотря на активные процессы глобализации, все-таки продолжает держать под контролем медиаиндустрию и активность зарубежных инвестиций [Прайс, 2004, 17].

Ввиду такого жесткого контроля со стороны государства, иностранные инвестиции присутствуют только в несущественных сегментах. Именно поэтому возникли даже некоторые убытки у телеканала «Син-кон». И как показывает текущая ситуация, каких-либо послаблений в данной области со стороны правительства не планируется.

Что касается Российской Федерации, то таких существенных ограничений иностранных инвестиций нет. В Законе о СМИ отмечаются, например, такие ограничения, как запрет выступать иностранным гражданам учредителями средств массовой информации. В тоже время на первых порах распада СССР такого запрета не было для иностранных компаний, и только в 2001 году законодательство в этой части ужесточено.

Ввиду того, что до начала 2000-х гг. в России наблюдалась крайне нестабильная ситуация, политическая обстановка, то и глобальные медиаконцерны крайне подозрительно относились к стране. Сегодня же стоит отметить наличие иностранных инвестиций в прессе, онлайн-СМИ. Постепенно произошел процесс вхождения зарубежных медиакорпораций в российский медиарынок.

Профессиональная культура в китайских массмедиа характерна для гляцевых журналов. Такие всемирно известные гляцевые журналы, как Marie Claire, Vogue, Elle, Cosmopolitan и т.д. давно уже выпустили китайские версии или сотрудничают с китайскими партнерами. Их качество печати, верстка и способы использования иллюстраций приближаются к их материнским версиям. Кроме того, путем тренинга китайских редакторов также

распространяется западная профессиональная культура.

Отмечается и некоторая схожесть новостных еженедельников с аналогами западных стран. Например, «Еженедельник Синьминь», как считают профессионалы, кроме языка, очень похож на «Newsweek»: бумага, печатное качество, верстка и иллюстрации. Часть исследователей придерживаются позиции о том, что китайские новостные журналы испытывают на себе существенное влияние со стороны Запада, что выражается в процессе отбора освещаемых событий, размещении иллюстраций к репортажу и т. д. Получается, что китайское медиапространство постепенно начинает подстраиваться под существующие западные стандарты. И это в большей степени характерно для новых изданий, например, таких как «Восточная утренняя газета», «Новый Пекин» [Hu, 2012, 32].

В России проявления западной профессиональной культуры в СМИ являются наиболее очевидными. Уже в период перестройки стали появляться модели западного стиля новостей. Так, стали использовать метод «жесткого отбора событий». Изначально частные и иностранные агентства придерживались таких веяний. Со временем даже ТАСС было вынуждено придерживаться подобной тенденции, что способствовало введению иностранных профессиональных стандартов в написании новостей.

Сегодня зарубежный опыт стали уже внедрять на стадии обучения и преподавания журналистики в российских учебных заведениях. Такие новостные модели стали использоваться крупными изданиями: «Сегодня», «Коммерсантъ». И на сегодняшний день практически все российские СМИ в своей деятельности используют подобные приемы.

Таким образом, в 70-80 гг. XX в. Россия и Китай стали постепенно отходить от изоляции, а соответственно, открываться для внешнего мира, вступив в процесс глобализации. С одной стороны, медиасистемы стран были подвержены происходящим глобализационным процессам, с другой стороны, странам удалось создать собственные информационные каналы, которые позволяют активно продвигаться на глобальном рынке.

## Заключение

Как в Китае, так и в России в области контента активно используются зарубежные медиапродукты. Помимо этого, отмечается и заимствование брендов. Основное различие состоит только в объеме импортируемых программ – на российском телевидении их гораздо больше. Также необходимо учитывать и тот факт, что для Китая характерен более низкий уровень коммерциализации СМИ. Несмотря на то, что в странах удалось создать собственные глобальные телеканалы, нельзя сказать о том, что они являются конкурентоспособными.

Зарубежные медиакорпорации так или иначе вошли на рынок российских и китайских СМИ, что способствовало изменению их собственности. Особенность Китая заключается в том, что существует запрет на участие зарубежных медиакорпораций в важнейших секторах экономики страны. В России же к этим вопросам более лояльное отношение.

Профессиональная культура СМИ в Китае и России также ощущает влияние западных традиций. И если в Китае западные профессиональные приемы используют далеко не все СМИ, то для России это стало универсальным способом донесения информации.

Китайской медиаполитике присущи более строгие рамки, тогда как российская Доктрина информационной безопасности имеет поверхностный характер, а соответственно, далеко не всегда реализуется на практике. Несомненно, что Китай, что Россия уделяют повышенное внимание процессам глобализации и пытаются принять различные мероприятия в указанной сфере.

Все это позволяет говорить о том, что медиасистемы Китая и России находятся под сильным воздействием процесса глобализации, но в то же время ощущается их связь с культурными, национальными традициями.

### Библиография

1. Варганова Е.Л. Глобализация СМИ и массмедиа России // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 4. С. 34-38.
2. Водяников В.А. Глобализация китайских СМИ как метод повышения экономического и политического статуса Китая // Молодой ученый. 2021. № 24 (366). С. 171-175.
3. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004. 221 с.
4. Дегтерева Е. Российское ТВ через призму глобализации // Меди@льманах. 2007. № 1. С. 11-14.
5. Копьев В.В. Средства массовой коммуникации в контексте глобализации мировой экономики и развитие информационного пространства России. М.: Научная книга, 2005. 187 с.
6. Лукина М.М. Старые заповеди и новые мантры: российский взгляд на эволюцию журналистики. Журналистика на перепутье: опыт России и США. М.: МедиаМир, 2006. 220 с.
7. Митрофанов А. Концепция вещания Russia Today // Меди@льманах. 2007. № 4. С. 54-58.
8. Прайс М.Э. Массмедиа и государственный суверенитет. М.: Институт проблем информационного права, 2004. 226 с.
9. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. М.: ВК, 2009. 198 с.
10. Рыжов В.Б. Диалектика глобализации и регионализации в правовом пространстве государств и международных организаций // Международное право и международные организации – International Law and International Organizations. 2020. № 1. С. 29-44.
11. Яньсянь Янь. Управляемая глобализация. Государственная власть и изменения в культуре Китая // Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. 2004. С. 27-56.
12. Hu Z. Ambiguities in communicating with the world: The Going-out policy of China's media and its multilayered contexts // Chinese journal of communication. 2012. № 1. P. 32-37.

### The impact of globalization on Chinese and Russian media: a comparative analysis

**Alifeiran**

Master Student,  
Lomonosov Moscow State University,  
119991, 1, Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation;  
e-mail: 734033462@qq.com

#### Abstract

According to the author, the process of globalization is influenced by national factors. And here, as the author believes, the national media in one way or another contribute to the global media system, which is quite reasonable. The article attempts to reveal the role of globalization that it has had on the transformation of the media in China and Russia. The author analyzed the process of transformation of Chinese and Russian media. In addition, the author reveals the impact of globalization on the media systems of the two countries. The author points out the fact that the transformation of the Chinese and Russian media took place in several stages, due to the political, social and national characteristics of the countries. The professional media culture in China and Russia is influenced by Western traditions. And if in China far from all mass media use Western professional techniques, for Russia it has become a universal way of conveying information. Chinese

media policy has a stricter framework, while the Russian Doctrine of Information Security is superficial and, accordingly, is not always implemented in practice. There is no doubt that China and Russia are paying increased attention to the processes of globalization and are trying to take various measures in this area. All this allows us to say that the media systems of China and Russia are under the strong influence of the globalization process, but at the same time, their connection with cultural and national traditions is felt.

### For citation

Alifeiran (2022) Vliyanie globalizatsii na kitaiskie i rossiiskie SMI: sravnitel'nyi analiz [The impact of globalization on Chinese and Russian media: a comparative analysis]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 11 (4A), pp. 239-246. DOI: 10.34670/AR.2022.35.36.028

### Keywords

Media systems, globalization, mass media, Western countries, national media, isolation, publicity, imported media products.

### References

1. Degtereva E. (2007) Rossiiskoe TV cherez prizmu globalizatsii [Russian TV through the prism of globalization]. *Medi@l'manakh* [Media Almanac], 1, pp. 11-14.
2. Giddens A. (2002) *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. Routledge.
3. Hu Z. (2012) Ambiguities in communicating with the world: The Going-out policy of China's media and its multilayered contexts. *Chinese journal of communication*, 1, pp. 32-37.
4. Kop'ev V.V. (2005) *Sredstva massovoi kommunikatsii v kontekste globalizatsii mirovoi ekonomiki i razvitiye informatsionnogo prostranstva Rossii* [Mass media in the context of the globalization of the world economy and the development of the information space in Russia]. Moscow: Nauchnaya kniga Publ.
5. Lukina M.M. (2006) *Starye zapovedi i novye mantry: rossiiskii vzglyad na evolyutsiyu zhurnalistiki. Zhurnalistika na pereput'e: opyt Rossii i SShA* [Old Commandments and New Mantras: A Russian Perspective on the Evolution of Journalism]. Moscow: MediaMir Publ.
6. Mitrofanov A. (2007) Kontseptsiya veshchaniya Russia Today [The concept of broadcasting Russia Today]. *Medi@l'manakh* [Media Almanac], 4, pp. 54-58.
7. Price M.E. (2002) *Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power*. The MIT Press.
8. Rikhter A.G. (2009) *Pravovye osnovy zhurnalistiki* [Legal foundations of journalism]. Moscow: VK Publ.
9. Ryzhov V.B. (2020) Dialektika globalizatsii i regionalizatsii v pravovom prostranstve gosudarstv i mezhdunarodnykh organizatsii [Dialectics of globalization and regionalization in the legal space of states and international organizations]. *International Law and International Organizations*, 1, pp. 29-44.
10. Vartanova E.L. (2005) Globalizatsiya SMI i massmedia Rossii [Globalization of mass media and mass media in Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 4, pp. 34-38.
11. Vodyannikov V.A. (2021) Globalizatsiya kitaiskikh SMI kak metod povysheniya ekonomicheskogo i politicheskogo statusa Kitaya [Globalization of Chinese media as a method to improve the economic and political status of China]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 24 (366), pp. 171-175.
12. Yanxian Yan (2004) Upravlyaemaya globalizatsiya. Gosudarstvennaya vlast' i izmeneniya v kul'ture Kitaya [Managed globalization. State power and changes in the culture of China]. In: *Mnogolikaya globalizatsiya. Kul'turnoe raznoobrazie v sovremennom mire* [The Multiple Faces of Globalization].