

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2023.87.82.010

Аспекты китайской тележурналистики

Го Сюйтин

Магистрант,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;
e-mail: guoxuting3@gmail.com

Аннотация

В статье раскрываются особенности развития тележурналистики Китая. Автором сделан вывод о том, что это весьма сложный процесс, на который оказали воздействие различные преобразования, происходящие в обществе и государстве. По мнению автора, тележурналистика в Китае решает значительное количество важных задач, от агитационно-пропагандистских до информационных. Автор полагает, что тележурналистика Китая сделала большие успехи в своем развитии. Сегодня она является одной из интенсивно развивающихся отраслей. В статье предпринята попытка раскрыть специфику современного китайского телевизионного рынка, а также характерные черты китайского телевидения. Подчеркивается важность регулирования процессов, происходящих в СМИ, со стороны правительства и партии, что является национальной особенностью Китая.

Для цитирования в научных исследованиях

Го Сюйтин. Аспекты китайской тележурналистики // Теории и проблемы политических исследований. 2023. Том 12. № 3А-4А. С. 20-27. DOI: 10.34670/AR.2023.87.82.010

Ключевые слова

Телевидение, тележурналистика, средства массовой информации, информационное общество, ток-шоу, реформы, информационное пространство.

Введение

Политика Китая, которая проводится сегодня, имеет своей целью, с одной стороны, включение страны в общее информационное пространство, а с другой стороны, обеспечение сохранности национальной специфики.

С уверенностью можно сказать о том, что сохранение демократических основ в жизни общества является условием, которое сказывается на развитии. В силу особенностей менталитета китайского народа до сих пор остается наличие достаточно жесткого контроля СМИ со стороны государства. Это касается и телевидения, которое является или государственным, или финансируется государством, а соответственно, придерживается его идеологии. Такое положение вещей можно считать уникальным [Сунь Синьшэн, 2010, 9].

Тележурналистика Китая развивалась под воздействием преобразований экономического характера, происходящих в государстве. Так, изначально были внедрены различные формы семейного подряда, которые использовались в сельском хозяйстве. Постепенно реформирование стало прослеживаться и в городах, что отразилось на деятельности предприятий. И завершающим этапом стало создание совершенно нового экономического механизма, что позволило в конечном итоге провести реформирование в различных сферах. Несомненно, такие преобразования способствовали весьма быстрому росту экономики Китая. Все это в своей совокупности отразилось на китайской тележурналистике. Бесспорно, что экономические преобразования в Китае затронули политические и социальные стороны жизни, что позволило сформулировать перед тележурналистикой совершенно новые задачи и цели [Хуан Шенмин, Дин Джин Де, 2004, 11].

Основное содержание

В тележурналистике Китая достаточно длительный промежуток времени первоочередное значение отдавалось пропаганде. В первую очередь это прослеживалось в период революционной борьбы и после создания КНР. Во время так называемой «культурной революции» в китайской тележурналистике стали наблюдаться некоторые искажения социальных задач. Именно в это время вполне очевидным стало то, что информационная роль тележурналистики понимается неверно.

В дальнейшем в Китае начался процесс постепенного формирования механизмов социального рынка, что отразилось и на тележурналистике: изменилась ее роль, а также функции. С одной стороны, на тележурналистику возлагалось разрешение различных задач агитационного характера, а с другой стороны, она должна была соответствовать экономике [Anne-Marie Brady, 2008, 32].

В общем виде можно сказать о том, что сегодня СМИ в Китае – это субъект рынка, который призван осуществлять продажу новостей как товара. При этом необходимо учитывать тот факт, что информация должна обладать признаками новизны, достоверности и объективности [Sharon Wu, 2008, 13].

Говоря о современной тележурналистике в Китае, необходимо обратить внимание на то, что сегодня в стране отмечается наличие более 3000 телеканалов, а также значительного количества телестанций. Все это еще раз подчеркивает тот факт, что китайская тележурналистика продолжает весьма интенсивно развиваться. Как показывает статистика, за последние несколько лет существенно возросло количество государственных телепрограмм.

Существенной особенностью тележурналистики в Китае является то, что постоянно возрастает административный контроль. Например, было принято даже специальное постановление, согласно которому необходимо проводить проверку транслируемого материала, программ, передач как китайского, так и зарубежного производства. Это оказало существенное воздействие на последующее развитие СМИ [Shao Heng, 2015, 77].

Отмечается рост китайских радио и телепередач, а также каналов. За счет того, что увеличивается территория охвата событий, китайская тележурналистика может составить конкуренцию на международном пространстве, что весьма важно, особенно в современных условиях.

Для общего понимания китайской тележурналистики необходимо раскрыть успехи, которые удалось достигнуть китайскому телевидению. Можно обозначить основные моменты, которые присущи телевидению Китая.

1. Структура четырех телестанций. Большое значение для развития тележурналистики Китая имело создание телевидения, подразумевающего наличие четырех самостоятельных ступеней. Указанную структуру удалось принять на XI Всекитайском рабочем собрании работников радио и телевидения в апреле 1983 года. Теле- и радиостанции были созданы на уровнях центральном и провинциальном. Это существенно отразилось на развитии всей телеиндустрии в целом.

В общем виде можно с уверенностью сказать о том, что китайские медиа стали определенной структурой.

2. Осуществление в отношении тележурналистики двойного руководства, основываясь на принципах пропаганды и партийных кругов. По сути, можно говорить о наличии двойного руководства СМИ. Если обратиться к различным китайским источникам, то можно сказать о том, что телевидение и тележурналистика являются своеобразным «рупором» партии, правительства и всего народа в целом. С одной стороны, телевидение находится под руководством народного правительства, а с другой стороны, деятельность регулируется Министерством радио и телевидения [Wang Lan, 2011, 55].

Партийный комитет ведет пропагандистскую работу в отношении телевидения. Все это позволяет говорить о том, что телевидение и, соответственно, тележурналистика ощущают на себе основы двойного руководства.

3. Китайские телестанции являются собственностью государства, а соответственно, частным предприятиям проблематично инвестировать в телестанции, что также отражается на основах тележурналистики.

4. Отмечается достаточно слабый механизм конкуренции. Телевизионный рынок позволяет говорить о том, что складывается ситуация, в силу которой одна организация осуществляет производство продукции и ее продажу.

5. Отмечается процесс сдерживания интернационального телевидения в Китае. Несомненно, за счет вступления Китая в ВТО произошло сближение с внешним миром, что способствовало вовлечению в деятельность межнациональных компаний. В конечном итоге тележурналистика Китая постепенно стала наполняться новостями шоу-бизнеса Голливуда, различными американскими передачами и т.д.

Но, несмотря на все это, китайское телевидение действительно защищено, – это обусловлено именно политическим регулированием. Около 90% всей телевизионной продукции является именно продукцией отечественного производства [Чжан Юнжуо, 1995, 33].

Есть необходимость обозначить негативные моменты, которые характерны для китайской

тележурналистики. В Китае, вопреки большому количеству телеканалов, достаточно мало именно брендовых передач, которые могут запомниться зрителю. За счет того, что за короткий промежуток времени существенно возросло количество каналов и лиц, которые активно смотрят, возник резкий контраст. Как было сказано ранее, брендовых передач небольшое количество. Значительная часть телевидения Китая представлена в виде телепередач, которые однообразны. Инновационные телерубрики являются всего лишь копированием западных образцов.

Негативным моментом является и то, что около 90% телепередач в Китае являются убыточными. Это еще раз указывает на то, что в Китае недостаточно брендовых телепередач. Можно сделать вывод о том, что китайское телевидение нуждается в менеджерах, которые будут понимать особенности рыночной ситуации, а соответственно, принимать меры для формирования рыночного сознания [Ян Динь, 2015, 14].

Положительным моментом является то, что за счет спутникового вещания международных каналов Центрального телевидения на китайском, английском, испанском и французском языках передачи CCTV можно смотреть в любой точке мира. За счет того, что китайское телевидение стало постепенно выходить в мир, это положительно сказывается на развитии китайской культуры в рамках международной арены.

Несмотря на то, что Китай вступил в ВТО и стал активным участником международных процессов, политика страны направлена на то, чтобы обеспечить сдерживание глобализации в СМИ. Получается, что государство принимает все возможные меры для сохранения особенностей национальной культуры и традиций. Несомненно, сегодня можно встретить и значительное количество критики в адрес китайского телевидения за отсталость от Запада, но государство в данном случае является катализатором, так как препятствует пропаганде насилия, а также различных передач, которые могут оказать психологическое воздействие в отношении граждан. Значительное количество телепередач, транслируемых в Китае, направлено на формирование духа патриотизма [Zhao Ming, 2007, 77].

Для китайских телепередач характерно наличие табу, то есть речь идет о разговоре на личные темы, которые касаются взаимоотношения полов. Помимо этого, как правило, не допускаются телепередачи, которые каким-то образом могут спровоцировать конфликт. За счет контроля со стороны партии и правительства за содержанием телепередач они являются «чистыми». Это как раз и объясняет образовательную направленность тележурналистики Китая, в отличие от стран Запада, где основное предназначение тележурналистики сводится всего лишь к развлечению.

Даже в условиях коммерциализации видеоконтента продолжается вестись активная пропаганда традиционных китайских ценностей, с другой стороны, можно отметить и процесс модернизации сознания. За последние годы все больше подчеркивается индивидуальность тележурналистов, что как раз породило использование различных способов телевизионного общения. Китайские тележурналисты на современном этапе делают большой акцент именно на творческой самореализации, а соответственно, стремятся к тому, чтобы показать себя с наилучшей стороны. Для китайской тележурналистики характерно и то, что современные журналисты стремятся изменить повествовательные формы, а соответственно, выработать собственную форму подачи материала.

Стоит учитывать тот факт, что для китайской тележурналистики характерны и определенные жанры. Так, например, в Китае весьма распространенным является проведение интервьюирования работников, это необходимо для того, чтобы изучить их мнения, оценки

относительно окружающей действительности. Достаточно часто в тележурналистике Китая используется и структурированное интервью, то есть такое интервью, при котором заранее определена последовательность вопросов. В эфире может быть использовано и опосредованное интервью, когда взаимодействие между журналистом и респондентом ведется посредством телефона или иных других технических средств.

В телеэфирах Китая достаточно часто используется и так называемое терапевтическое интервью, при котором респондент рассказывает о своих проблемах, неприятностях, каком-то негативном событии или ситуации.

В Китае важной составляющей информационного жанра являются также новости. И здесь стоит учитывать тот факт, что китайские новости обладают рядом специфических особенностей. Так, в Китае «Шин вэн лян бо» является одной из наиболее авторитетных программ, которая посвящена деятельности Китая, политике, экономике, а также в ней раскрываются новости зарубежных стран [Shao Heng, 2015, 55].

Как показывает практика, жителям Китая нравится смотреть новости, так как это позволяет им сформировать определенную связь с жизнью общества, а соответственно, они могут повышать уровень своих коммуникаций, объем знаний и т.д. Если новости качественные, то это повышает и популярность телеканала. Все это позволяет говорить о том, что в китайской тележурналистике основная функция телевидения сводится именно к новостям.

На сегодняшний день, ввиду развития телевидения в Китае, тележурналистика продолжает развиваться. Тележурналисты постепенно становятся некой «маркой» телекомпании. Именно поэтому они принимают достаточно активное участие в процессе производства программы, могут принимать некоторые решения и т.д.

Несомненно, за последние несколько лет телевидение Китая вступило в многоканальную эпоху, что способствовало производству передач, как центральных, так и местных. С одной стороны, это привело к тому, что тележурналисты стали выделяться своей индивидуальностью. С другой стороны, возникла значительная конкуренция. Сегодня в Китае наблюдается большое разнообразие телевизионного общения, представлены совершенно различные телепрограммы, тележурналисты могут быть задействованы в различных проектах. Все это еще раз указывает на то, что телевидение переживает глобальную трансформацию [Вэнь Вэнь, 2007, 32].

Телевидение, в отличие от иных СМИ в Китае, развивается более стремительно и интенсивно, что, в свою очередь, привлекает большую аудиторию. Ввиду того, что увеличивается количество программ в Китае, отмечается и увеличение стилей в тележурналистике. Так, современные китайские тележурналисты делают акцент на самореализации, а соответственно, стремятся показать свое творчество с лучшей стороны. Для того чтобы привлечь аудиторию, в Китае подчеркивается наличие плюрализма во мнениях, что также отражается на тележурналистике. Особое внимание стоит обратить на создание авторских телепрограмм. В качестве примера можно привести проект «Свидание с Лу Юй» телекомпании Phoenix [Ли Хун, 2016, 53].

Несомненно, сегодня китайская тележурналистика идет по пути ухода от повествовательных форм. Если раньше рассказ шел от третьего лица, то сегодня от первого. Получается, что каждый из тележурналистов стремится к тому, чтобы выработать собственную манеру повествования, подачи материала. Собственно, для этого используются и различные методы: наличие определенного эмоционального фона, интонационная окраска, особенности речи и т.д. Все это способствует тому, что тележурналисты как бы приближаются к зрителям.

Еще одной особенностью современной тележурналистики в Китае является

коммерциализация. Несомненно, телевизионные сети в Китае являются общенациональными, но государство предоставляет им возможность зарабатывать деньги. Реклама является основным источником получения доходов. Именно поэтому телекомпании ведут активную работу по привлечению новой аудитории. Все это способствовало тому, что основная задача телепрограмм стала заключаться в необходимости соответствия «вкусам» большинства населения страны. Тележурналист, который выступает голосом таких проектов, а в ряде случаев и автором, должен стать главным средством, которое будет привлекать телеаудиторию. В случае если тележурналист популярен, то это позволит приобрести высокий рейтинг телепрограммы. Соответственно, уровень популярности тележурналистов отражается и на их денежной компенсации. Например, в 2014 году талант Ли Юн, Вань Сяо и Доу Вэнтао «оценивался» соответственно в 500 млн, 340 млн и 320 млн юань [Лю, www].

В случае если тележурналист популярен, то это обеспечивает высокий рейтинг всего проекта. Это как раз и способствует тому, что телевизионные ведущие могут получать весьма высокую заработную плату. Все это позволяет говорить о том, что в Китае тележурналист занимает особое место в процессе выстраивания телевизионного процесса.

Можно обозначить основные принципы работы тележурналистики в Китае с учетом современных условий:

1. Истинность новостей. Так, указанный принцип требует от журналиста сообщать фактическую информацию и данные. Это прослеживается на всех этапах – от начала сбора информации до ее распространения на телевидении. Тележурналистам просто необходимо обеспечить поиск правдивой информации вопреки имеющимся трудностям.

2. Принцип равенства перед кадром. Указанный принцип основывается на истине. В процессе освещения события необходимо, чтобы в кадре были задействованы различные социальные классы, группы.

3. Принцип человеческой заботы. По мнению китайских тележурналистов, особую ценность представляет равноправие всех членов общества. Соответственно, есть необходимость уделять повышенное внимание духовной составляющей, а также проявлять уважение к личности [Сяо Цян, 2012, 28].

Заключение

Таким образом, китайская тележурналистика обладает своей спецификой. Можно сказать о том, что в ней наблюдается сочетание несочетаемых вещей. Даже в условиях коммерциализации контента китайская тележурналистика основывается на пропаганде существующих традиционных устоев, культурных ценностей, но в то же время наблюдается и определенная доля модернизации общественного сознания.

За последние несколько лет все больше наблюдается индивидуальность тележурналистов. В Китае используются различные способы телевизионного общения, отмечается большое жанровое разнообразие телепрограмм, тележурналисты могут воплощать просто невероятные проекты, используя различные средства выразительности. Творческая самореализация – это основа современной китайской тележурналистики.

Особенность китайской тележурналистики сводится и к тому, что постепенно происходит изменение повествовательных форм, и каждый из тележурналистов стремится к выработке самостоятельной подачи материала. Все это в совокупности способствует сближению тележурналистов и зрителей.

Несомненно, содержание передач в Китае подвержено цензуре, что сказывается на

реализации развлекательной функции всего телевидения в целом. Соответственно, нельзя говорить о реализации функций телевидения в полном объеме.

Библиография

1. Вэнь Вэнь. Телевидение Китая: содержание и жанровое многообразие. СПб., 2007. 165 с.
2. Завьялова Н.А. Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как реализация национального самосознания китайского и русского народов // Лингвокультурология. 2008. № 2. С. 99 – 106.
3. Завьялова Н.А. Механизмы тезаурусного расширения в русле теоретико-информационного подхода как отражение социокультурной динамики // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 1. С. 194 – 204.
4. Завьялова Н.А. Повторяющиеся культурные микротексты: диахронный и синхронный аспекты // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 2. С. 124 – 137.
5. Ду Цзе, Чай Цзин. Сердце китайской журналистики» или «просто делает шоу» // Новости фронта. 2009. № 12. С. 12-15.
6. Ли Хун. Китайское телевидение на современном этапе. М., 2016. 77 с.
7. Лю Ю. Телевизионный рынок Китая. URL: <http://news.xinhuanet.com/politics>.
8. Сунь Синьшэн. Становление и развитие телевидения Китая // Академия мелиаиндустрии. 2010. № 10. С. 9.
9. Сяо Цян. Искусство репортажа Чай Цзин в телевизионной программе «Новости зонд» (CCTV). 2012. С. 28.
10. Хуан Шенмин, Дин Джин Де. Исследование китайского радио и телевидения. Пекин, 2004. 32 с.
11. Чай Цзин: борец за справедливую журналистику. URL: <https://russian.rt.com/article/117132>.
12. Чжан Юнжуо. Некоторые вопросы о журналистской продукции // Журнал радио и телевидения Китая. 1995. С. 31-35.
13. Ян Динь. Большое влияние «Под серым небом» // Мир новости. 2015. № 3. С. 11-16.
14. Anne-Marie Brady. Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China // Rowman & Littlefield Publishers, Inc. 2008. P. 65.
15. Shao Heng. Only in China: Why A Smog Documentary Sends Chinese Stocks Soaring To Trading Limit // Forbes Asia. 2015. P. 96.
16. Shao Heng. Only in China: Why A Smog Documentary Sends Chinese Stocks Soaring To Trading Limit // Forbes Asia. 2015. P. 96.
17. Sharon Wu. China Mass Media Announces Third Quarter 2008 Unaudited Financial Results // Forbes. 2008. P. 13.
18. Wang Lan. CCTV Tries to Pass Off 'Top Gun' Clip as Real // Wall Street Journal. 2011. P. 53-55.
19. Zhao Ming. China TV faces propaganda charge, BBC News, 12 January 2009 // Officers of State Administration of Radio, Film, and Television. 2007. P. 90.
20. Belyaeva, I. G. (2021). The Technical Transformation of the Literary Epigraph. Technology and Language. 2(1). 122 – 133.

Aspects of Chinese TV journalism

Guo Xuting

Master Student,

Lomonosov Moscow State University,

119991, 1 Leninskie gory, Moscow, Russian Federation;

e-mail: guoxuting3@gmail.com

Abstract

In the article, the author reveals the peculiarities of the development of television journalism in China. The author concludes that this is a very complex process, which has been influenced by various transformations taking place in society and the state. According to the author, TV journalism in China solves a significant number of important tasks from propaganda to informational. The author believes that China's TV journalism has made great strides in its development. Today it is one of the intensively developing industries. The author made an attempt to reveal the specifics of

Guo Xuting

the modern Chinese television market, as well as the characteristic features of Chinese television. The author points out the importance of regulating the processes taking place in the media by the government and the party – this is a national feature of China.

For citation

Guo Xuting (2023) *Aspekty kitaiskoi telezhurnalistiky* [Aspects of Chinese TV journalism]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 12 (3A-4A), pp. 20-27. DOI: 10.34670/AR.2023.87.82.010

Keywords

Television, TV journalism, mass media, information society, talk shows, reforms, information space.

References

1. Anne-Marie Brady (2008) *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc., p. 65.
2. Chai Tszin: *borets za spravedlivuyu zhurnalistiku* [Chai Ching: Fair Journalism Champion]. Available at: <https://russian.rt.com/article/117132> [Accessed 17/03/2023].
3. Chzhan Yunzhuo (1995) *Nekotorye voprosy o zhurnalistskoi produktsii* [Some questions about journalistic production]. *Zhurnal radio i televideniya Kitaya* [China Radio and Television Journal], pp. 31-35.
4. Du Tsze, Chai Tszin (2009) *Serdtshe kitaiskoi zhurnalistiky ili «prosto delaet shou»* [The Heart of Chinese Journalism" or "Just Doing a Show"]. *Novosti fronta* [News of the Front], 12, pp. 12-15.
5. Khuan Shenmin, Din Dzhin De. (2004) *Issledovanie kitaiskogo radio i televideniya* [Study of Chinese Radio and Television]. Beijing.
6. Li Khun (2016) *Kitaiskoe televidenie na sovremennom etape* [Chinese television at the present stage]. Moscow.
7. Lyu Yu. *Televizionnyi rynek Kitaya* [Television market in China]. Available at: <http://news.xinhuanet.com/politics>.
8. Shao Heng (2015) Only in China: Why A Smog Documentary Sends Chinese Stocks Soaring To Trading Limit. *Forbes Asia*, p. 96.
9. Shao Heng (2015) Only in China: Why A Smog Documentary Sends Chinese Stocks Soaring To Trading Limit. *Forbes Asia*, p. 96.
10. Sharon Wu. (2008) China Mass Media Announces Third Quarter 2008 Unaudited Financial Results. *Forbes*, p. 13.
11. Sun' Sin'shen (2010) *Stanovlenie i razvitie televideniya Kitaya* [Formation and development of television in China]. *Akademiya meliaindustrii* [Academy of Meliaindustry], 10, p. 9.
12. Syao Tsyun (2012) *Isskustvo reportazha Chai Tszin v televizionnoi programme «Novosti zond» (CCTV)* [The Art of Chai Jing's Reporting on the News Probe Television Program (CCTV)], p. 28.
13. Ven' Ven' (2007) *Televidenie Kitaya: sodержanie i zhanrovoe mnogoobrazie* [Chinese Television: Content and Genre Diversity]. Saint Petersburg.
14. Wang Lan (2011) CCTV Tries to Pass Off 'Top Gun' Clip as Real // *Wall Street Journal*, p. 53-55.
15. Yan Din' (2015) Bol'shoe vliyaniye «Pod serym nebom» [Great influence "Under the gray sky"]. *Mir novosti* [Mir news], 3, p. 11-16.
16. Zhao Ming (2007) China TV faces propaganda charge, BBC News, 12 January 2009. *Officers of State Administration of Radio, Film, and Television*, p. 90.
17. Zavyalova N.A. Phraseological units with a component of color designation as the realization of national identity of the Chinese and Russian peoples // *Linguoculturology*. 2008. No. 2. pp. 99 – 106.
18. Zavyalova N.A. Mechanisms of thesaurus expansion in line with the theoretical and informational approach as a reflection of socio-cultural dynamics // *Knowledge. Understanding. Ability*. 2014. No. 1. pp. 194 – 204.
19. Zavyalova N.A. Repetitive cultural microtexts: diachronic and synchronous aspects // *Knowledge. Understanding. Ability*. 2016. No. 2. pp. 124 – 137.
20. Belyaeva, I. G. (2021). Technical transformation of the literary epigraph. *Technology and language*. 2(1). 122 – 133.