

## ОТЗЫВ

Официального рецензента, кандидата философских наук, ведущего научного сотрудника О.С. Хижняк на выпускную квалификационную работу выпускницы магистратуры Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета Лу Гоцзин на тему «Современные медиаресурсы в практике буддизма Китая» профиль магистратуры – «Международная журналистика»

Выпускная квалификационная работа Лу Гоцзин посвящена актуальной теме, важной как для понимания деятельности медиаресурсов в Китае, так и для понимания текущих процессов отношения буддийской сангхи к политике современного государства и происходящим социальным изменениям. Лу Гоцзин ставит цель «Способствовать рациональному использованию современных медиаресурсов для распространения буддизма и буддийской культуры в Китае, чтобы создать гармоничную религиозную атмосферу в интернет-пространстве и сформировать международный имидж Китая в сфере религии». Для ее выполнения она решает целый ряд конкретных задач, связанных с анализом медиа ресурсов Китая. Одновременно Лу Гоцзин дает картину состояния буддийских монастырей, их готовность поддерживать политику Коммунистической партии Китая и правительственных органов, участвовать в процессе воспитания патриотизма и гуманистических качеств личности.

Глава первая дает анализ буддизма на сайтах собственных буддийских СМИ. Во второй главе анализируется та же деятельность в светских СМИ. В главе третьей рассматривается распространение буддизма в социальной сети Китая – Sina Weibo. Эмпирическая база исследования представлена в Приложениях к диссертации, а также в таблицах и схемах.

В работе отмечается, что в Китае содержание религиозных новостей чаще всего связано с этническими и региональными проблемами. Светские СМИ дают обычно краткую информацию, концентрируются на негативных процессах религиозной жизни, что связано с приемами привлечения интереса читателей к изданию через негатив. Вместе с тем, светским журналистам часто не хватает глубоких знаний по истории и культуре буддизма и других религий. Буддийские ресурсы встают на защиту своих интересов в медиа пространстве. Однако буддийские сайты по технологическим и эстетическим характеристикам часто отстают от современного уровня интернет сообщества. В качестве положительного примера автор приводит Утайшаньские буддийские СМИ и считает, что они стали успешной моделью в современной медиа-коммуникации. Наиболее подробно в диссертации исследуется социальная сеть Sina Weibo, о распространении буддизма на которой пока еще мало публикаций. К положительным примерам автор относит комплексный сайт «Китайский буддизм» (<http://www.zgfj.cn>), «Буддизм онлайн» (<http://www.fjnet.com>) и некоторые другие. Так же выделяется «Phoenix медиа-компания», которая является первым в Китае

агентством, открывшим суб-портал по буддизму. Особенно внимательно автор анализирует политическую позицию сетевого распространения «Китайской Буддийской Ассоциации», целью которой является объединение «...буддистов всех этнических групп в стране, чтобы одновременно любили страну и буддизм, поддерживали руководство Коммунистической партией Китая и социалистическую систему и неуклонно шли по пути социализма с китайской спецификой». (С. 27). Представляет особый интерес анализ концепции «Буддизм человеческой жизни» как средства модернизации китайского буддизма.

Для анализа буддийских новостей на сайтах светских СМИ Китая рассмотрены 38 новостных сообщений с мая 2016 по февраль 2018. Показано, что наиболее привлекательными для пользователей оказываются сообщения связанные с культурными объектами буддизма. В негативной информации о буддизме выделяются небрежные, непрофессиональные сообщения, и, вместе с тем, обсуждение реальных проблем, связанных с коммерциализацией буддизма, особенно в связи с развитием массового туризма. Автор анализирует некоторые государственные документы по этому вопросу.

В Заключении автор делает вывод о том, что в целом профессионализм китайских буддийских СМИ все еще находится на относительно низком уровне, а светские СМИ не уделяют достаточного внимания буддийским новостям, им не хватает специального знания о буддизме, они слишком стремятся к сенсации. (С. 73) Вместе с тем, автор отмечает, что в Китае идет процесс возрождения буддизма и усиления его роли в общественной жизни страны и в сфере воспитания личности. Вызывает уважение принцип эмпатии к изучаемым процессам, и хочется поддержать мнение автора о необходимости освещения со стороны СМИ позитивных процессов, происходящих в буддийской сангхе.

В качестве критического пожелания к дальнейшей работе можно высказать мысль о том, что автор могла бы более детально дать рекомендации для улучшения работы как светских, так и буддийских медиа ресурсов, составить некоторую программу, на которую они могли бы опираться. Это замечание не влияет на высокую оценку представленной Ли Гоцзин выпускной квалификационной работы.

Поставленная Лу Гоцзин цель достигнута, задачи решены на основе конкретного анализа информации, представленной в Приложениях к диссертации. Исследование полностью соответствует требованиям, предъявляемым к магистерским диссертациям. Разработанная автором методика может быть использована для изучения аналогичной конфессиональной проблематики в других странах, включая Россию. Выявленные процессы освещения религиозной темы в СМИ представляются схожими, они демонстрируют некие глобальные тенденции современного мира.

Выпускная квалификационная работа Лу Гоцзин «Современные медиаресурсы в практике буддизма Китая» заслуживает высокой положительной оценки.

Рецензент – кандидат философских наук,  
ведущий научный сотрудник  
Государственного музея истории религии  
(Санкт-Петербург)  
14 мая 2018 г.

*Хижняк*

О.С. Хижняк

