САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**ЦАО Цзин**

**Особенности подачи международных новостей в СМИ КНР**

Профиль магистратуры – «Международная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель:

доцент, кандидат политических наук

Бекуров Руслан Викторович

Вх. № \_\_\_\_\_\_ от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГАК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2016

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc437042700)

[Глава 1. Медиаландшафт КНР в реторспективе и перспективе](#_Toc437042701) 8

[1.1.Традиционные СМИ КНР: обзор рынка , жанровые характеристики 8](#_Toc437042702)

[1.2.Радио и телевидение КНР: мировые стандарты и национальные особенности](#_Toc437042703) 20

[1.3.Новые медиа КНР: принципы функционирования в условиях государственного контроля 3](#_Toc437042704)5

[Глава 2. Современная международная журналистика КНР 4](#_Toc437042705)6

 [2.1. Китайская система иновещания и международная информация 4](#_Toc437042706)6

[2.2. Международная информация в традиционных СМИ КНР 58](#_Toc437042707)

[2.3. Международная информация в новых медиа КНР](#_Toc437042708) 70

[Заключение 8](#_Toc437042710)3

[Список использованной литературы 8](#_Toc437042711)6

# Введение

**Актуальность исследования.** Очевидно, что на современном этапе роль медиа значительно возрастает, что характеризуется тесной взаимосвязью СМИ и политики.

Актуальность анализа особенностей подачи международных новостей в СМИ КНР обуславливается несколькими причинами.

Во-первых, если другие страны так или иначе используют универсальные приемы в освещении событий международного характера, то Китай, исходя из специфических национальных, политических и экономических особенностей, обладает несколько иной «ментальностью» в ретрансляции международной информации. Данное исследование – одна из немногих попыток комплексного анализа основных тенденций в международной журналистике КНР.

Кроме того, в магистерской диссертации рассматривается процесс «сосуществования» мировых трендов и национальных особенностей в подаче актуальной международной информации традиционными и новыми медиа Китая.

Во-вторых, продолжающаяся трансформация роли Китая в системе внешнеполитического развития однозначно указывает на постепенное и планомерное усиление статуса этого государства на мировой арене. Соответственно, в настоящее время уделяется большое внимание созданию и поддержанию образа КНР в сфере международных отношений. На формирование благоприятного имиджа страны выделяются огромные средства, стремительно развивается система китайского иновещания, а значит Китай становится активным участником глобального информационного пространства, в которой международные новости являются едва ли не определяющим показателем элементом.

В-третьих, активное развитие китайского сегмента Интернета при одновременной изоляции от общемирового виртуального пространства демонстрирует еще одну особенность китайской медиа-среды – постепенно формируется институт журналистики web 2.0. (журналистики самих пользователей), который уже сейчас, несмотря на усиленный государственный контроль, является альтернативой традиционным СМИ в том и числе и в сфере освещения событий международного характера.

Иными словами, особенности подачи международных новостей в СМИ КНР является сложной, многоаспектной темой, исследование которой так или иначе связано с анализом положения Китая в современных глобальных процессах.

**Цель исследования** – выявить особенности подачи международных новостей в СМИ КНР.

**Задачи**:

1. рассмотреть ситуацию с традиционными СМИ КНР: прессы, радио и телевидения;

2. определить особенности функционирования новых медиа КНР в условиях государственного контроля;

3. исследовать китайскую систему иновещания как основного источника международной информации;

4. провести контент-анализ международной информации в современном медиа-пространстве КНР.

**Объектом исследования** является международная журналистика КНР.

**Предмет**  – особенности подачи международных новостей в китайских СМИ.

**Теоретическая разработанность**. В отечественных исследованиях проблема подачи международных новостей в СМИ КНР не раскрыта, она в большей степени находит отражение в научной литературе Китая. При этом стремительное развитие новостной передачи информации не позволяет выработать комплексных исследований по данному вопросу, что также обуславливает значимость данной работы.

Невозможно исследовать международную журналистику, не рассмотрев труды Д.П. Гавры, Г.Г. Почепцова, В.Б. Кашкина, Е.А. Нахимовой, А.П. Чудинова и других[[1]](#footnote-2).

Также значительный вклад в диссертационное исследование внесли работы таких исследователей в области коммуникативистики, как И.П. Яковлева, Л.М. Земляновой, Д.К. Дэвис, А.Э. Гранта, Дж.Х. Меадоса, Р.Д. Уиммери и других[[2]](#footnote-3).

Тема медиатизации внешнеполитических процессов и проблем глобального характера представлена в книгах С.Г. Корконосенко, А.С. Пую, Н.С. Лабуша, С.С. Бодруновой, М.С. Вершинина, И.М. Дзялошинского и других[[3]](#footnote-4).

Также, следует отметить, что определяющую роль в формировании качественного понимания современной медиасистемы сыграли работы Е.Л. Вартановой и Р. Пикарда[[4]](#footnote-5).

Исследования А.Г. Рихтера, С.А. Михайлова, С.Б. Никонова и других[[5]](#footnote-6) послужили источником знаний по вопросам правового регулирования деятельности СМИ.

Среди китайских ученых следует отметить такие имена: Вань Чжуньминь, Го Ю, Го Линь, Ли Хун, Чжао Юнхуа, Чжан Шиян и другие[[6]](#footnote-7).

**Методологическая база диссертации** обусловлена целью и темой исследования. В частности, использовался сравнительно-исторический метод для анализа особенностей подачи международной информации в современных китайских СМИ. Данный метод позволил последовательно рассмотреть этапы формирования международной журналистики КНР.

Кроме того, в диссертации применялись общенаучные методы исследования: контент-анализ, а также метод типологии и классификации.

В качестве **эмпирической базы** использовался анализ содержания и функционала как традиционных китайских СМИ (газеты «Жэньминь жибао», China Daily; информационное агентство «Синьхуа»; телекомпания CCTV), так и новых медиа (веб-версии «Жэньминь жибао» и «Синьхуа»; блоги на платформах Weibo и [sina.com](http://sina.com)).

Одновременно с этим одним из элементов эмпирической составляющей настоящего исследования являются материалы зарубежных изданий (The Guardian, The Daly Mail, «Коммерсант», «Российская газета» за период истекшего десятилетия, выборочно), а также аналитические статьи в российских и американских Интернет-журналах (Slon.ru, Lenta.ru, Huffington-post.com), посвященные КНР.

**Хронологические рамки исследования** охватывают период развития современной китайской международной журналистики (2000-2016 гг.).

**Структура**. Работа состоит из введения, двух глав (по три параграфа в каждой), заключения и списка использованной литературы.

# Глава I. Медиаландшафт КНР в реторспективе и перспективе

# 1.1. Традиционные СМИ КНР: обзор рынка, жанровые характеристики

 Обращаясь непосредственно к опыту СМИ КНР, стоит отметить, что большое влияние на китайские медиа оказывали и оказывают политические традиции развития. В русле новой концепции позиционирования власти как эффективного административного ресурса, проблема взаимодействия власти и СМИ в КНР представляет особое значение. Это обусловлено множеством причин. На сегодняшний день взаимодействие власти и общества является одним из приоритетных явлений современности. В рамках реформирования системы государственной власти СМИ представляют один из важных инструментов и механизмов регулирования процессов развития общества.

Информационные процессы и информационно-коммуникационные технологии играют определяющую роль в обеспечении взаимодействия людей, различными социальными группами и общественными структурами, между гражданским обществом и властью, а также в системах подготовки и распространения массовой информации. Находящееся в стадии становления постиндустриальное общество породило ряд тенденций в сфере информации, которые уже сейчас, изменяя способы и технологии политической коммуникации, качественно трансформируют информационное поле.

Среди традиционных СМИ, как в целом в мировой журналистике, в КНР выделяются газеты и журналы. При этом газеты бывают национальными и региональными. Журналы только национальные и иностранные. Если говорить о количестве печатной прессы то здесь картина выглядит следующим образом.

Таблица 1. Национальная и иностранная пресса КНР

|  |  |
| --- | --- |
| Тип |  Количество |
| **Газеты** | 310 |
| Национальные | 29 |
| Региональные | 281 |
| **Журналы** | 6 |
| Национальные | 5 |
| Иностранные | 1 |
| **Информационные агентства** | 15 |

Таким образом, в КНР существует 29 национальных печатных газет, 281 региональных изданий, а также 6 национальных журналов и 1 иностранный. То есть, наибольшую долю имеет региональная пресса.

Сравнительный анализ последнего десятилетия показывает, что количество печатных СМИ (в особенности газет) имеет положительную динамику роста – если в 2005 г. в КНР выходило 225 газет, то в 2015 г. их количество увеличилось до 281.

Таблица 2. Региональная пресса КНР[[7]](#footnote-8)

|  |  |
| --- | --- |
| Пекин | 37 газет и журналов |
| Тяньцзинь | 5 |
|  Хебей | 6  |
| Шанси | 4  |
| Внутренняя Монголия | 4  |
| Ляонин,  | 11 |
| Гирин | - |
| Хейлунцзян | 4 |
| Шанхай,  | 10 |
| Цзянсу | 16 |
| Чжэцзян | 50 |
| Аньхой | 14 |
| Фуцзян | 11 |
| Цзянси | 3 |
| Шаньдун | 10 |
| Хэньань  | 5 |
| Хубей | 5 |
| Хунань | 6 |
| Гуандун | 17 |
| Гуанси | 4 |
| Хайнань | 5 |
| Чунцин | 3 |
| Сычуань | 14 |
| Гуйчжоу | 6 |
| Юньнань  | 5 |
| Тибет | 6 |
| Шэньси | 7 |
| Ганьсу | 5 |
| Цинхай | 1 |
| Нинся-Хуэйский | 2 |
| Синьцзян-Уйгурский | 5 |
| **Итого** | 281 |

Для выявления лидеров провинций по количеству печатных изданий мы составили следующую диаграмму:

1. Пекин, 2. Тяньцзинь, 3. Хебей, 4. Шанси, 5. Внутренняя Монголия, 6. Ляонин, 7. Гирин, 8.Хейлунцзян, 9. Шанхай, 10. Цзянсу, 11. Чжэцзян, 12. Аньхой, 13. Фуцзян, 14. Цзянси, 15. Шаньдун, 16.Хэньань, 17. Хубей, 18. Хунань, 19. Гуандун, 20. Гуанси, 21. Хайнань, 22. Чунцин, 23. Сычуань, 24.Гуйчжоу, 25. Юньнань, 26. Тибет, 27. Шанси, 28. Ганьсу, 29. Цинхай, 30. Нинся-Хуэйский, 31. Синьцзян-Уйгурский

Таким образом, лидирующее положение имеет провинция Чжэцзян, где выходит 50 региональных газет и журналов, на втором месте Пекин – 37 изданий, на третьем – Гуандун (17 наименований).

Первостепенное значение в структуре СМИ КНР имеют национальная (партийная) пресса.

 Одной из важнейших газет, которая играла и играет существенную роль в жизни страны в целом и в системе международной журналистики КНР в частности, является газета «Жэньминь жибао»[[8]](#footnote-9). Газета выходит на ногих языках мира, в том числе и на русском[[9]](#footnote-10).

Без активного участия «Жэньминь жибао» (дословный перевод – «Народная газета») невозможно представить развитие КНР. Первый номер газеты вышел 15 мая 1946 г. в городе Ханьдань (провинция Хэбэй), после чего она стала органом бюро ЦК КПК освобожденного района Шаньси – Хэбэй – Шаньдун – Хэнань, 15 июня 1948 г. – органом бюро ЦК КПК Северного Китая, а 2 февраля 1949 г., после освобождения Пекина, редакция газеты переехала в столицу. Накануне образования КНР, в августе 1949 г., коммунисты Китая приняли решение утвердить газету в качестве официального органа печати ЦК.

Изучение этапа формирования и развития главного печатного органа КПК, который хронологически совпадает с периодом образования КНР, дает основание утверждать, что многие лидеры коммунистической партии умело использовали «Жэньминь жибао» в целях получения политических дивидендов. Став ретранслятором идей Мао Цзэдуна, «Народная газета» постепенно превратилась в орган печати, подведомственный исключительно Председателю Мао. С ее помощью он осуществлял линию авторитарного руководства, преобразуя и интерпретируя коммунистическую идеологию, привнося в нее соответствующие смыслы и расставляя необходимые акценты. В это время целые страницы «Жэньминь жибао» были заполнены «проработочными» материалами. «Проработка» в партийной печати велась еще со времени образования Нового Китая, но в 1966 г. она достигла особенно высокого накала[[10]](#footnote-11).

В университетах газету «Жэньминь жибао» распространяли как официальный документ. Её переписывали крупным шрифтом от руки, вывешивали на огромных щитах, расклеивали в виде типографских листовок на деревьях и столбах. 3 сентября 1966 г. в газете вышла статья «Бороться не силой, а словом». В ней осуждались грубые методы физической расправы с инакомыслящими; обращение призывало «перевоспитывать» их путем убеждения. Читать такое воззвание в то время, когда в китайской столице царил террор, было, по меньшей мере, странно. Возможно, это была попытка возложить всю ответственность за происходящее на «невоздержанность и пыл» молодежи. Вот как комментирует происходящее А.Н. Желоховцев, старший научный сотрудник ИДВ РАН, российский литературовед, один из очевидцев начала тех страшных событий: «Этим [распространением газеты «Жэньминь жибао»] с энтузиазмом занимался комитет «культурной революции» университета и его сторонники в отряде «Цзинганшань». Зато отряд «Маоцзэдунизм» саботировал это дело, по ночам маоцзэдунисты перечеркивали тушью крест-накрест свежераскленные листовки с передовой и рядом с заголовком писали свои лозунги: «Мы не откажемся от революционных действий!», а рядом со словами «Бороться не силой, а словом» начертали: «Мао Цзэдун учит нас: «Революция не преступление, бунт – дело правое!».

 Следует отметить, что партийная пресса играет важную роль, что подтверждается также тем, что существуют как национальные газеты, так и региональные партийные издания.

Так, например, большинство представителей народа сибо проживает в провинциях Ляонин, Цзилинь, Хэйлунцзян, в Пекине и в Синьцзян-Уйгурском автономном районе (СУАР). Согласно данным синьцзянского «Статистического ежегодника» численность сибо в СУАР составляла 41 934 чел., из них более 20 тыс. чел. живут в единственном сибоском автономном уезде Китая – Чапчал-Сибоском (ЧСАУ). Язык сибо относится к маньчжурской языковой группе тунгусо-маньчжурской языковой ветви алтайской языковой семьи. Синьцзянские сибо используют письменность на основе маньчжурской. «Чапчалская газета» («Чабучаэр бао») – единственная китайская газета на языке сибо, официальный орган комитета КПК ЧСАУ. Первый номер ее предшественницы – газеты «Суэрфаньцзиэргань» (позднее переименованной в «Ичэбаньцзинь») – вышел в 1954 г., и с конца ноября 1956 г. она стала официальным органом комитета КПК ЧСАУ. С 1 июня 1966 г. издание газеты было прекращено и возобновилось 1 октября 1974 г. под нынешним названием[[11]](#footnote-12). «Чапчалская газета» играет определенную роль в содействии экономическому развитию Синьцзяна, поддержании социальной стабильности и национального единства, обогащении духовной и культурной жизни народа сибо и распространении его национальной культуры.

Таким образом, до 1978 г. партийная пресса занимала монопольное место на китайском газетном рынке, а после 1978 г. в результате перехода к политике относительной свободы китайский газетный рынок тоже существовал в состоянии относительно свободной конкуренции, в то время издания различных видов потеснили партийную прессу. За последнее десятилетие, после создания газетных концернов, китайский газетный рынок пришел в состояние монопольной конкуренции, потому что в каждом газетном концерне ведущую роль выполняет определенная партийная газета, а другие газеты, журналы и прочие ресурсы поддерживают эту партийную газету и обеспечивают ее развитие. Эти газетные концерны имеют большие преимущества перед своими конкурентами. Реформы послужили развитию и укреплению этих концернов и тем самым способствовали переходу китайского газетного рынка из ситуации относительно свободной конкуренции в состояние монополистической конкуренции между партийными газетными концернами[[12]](#footnote-13).

С целью добиться оптимальной реорганизации и экспансии газетного ресурса вокруг газетной индустрии объединяются или комбинируются другие индустрии, которые либо только косвенно касаются газетного дела, либо вообще не имеют отношении к газетной индустрии. Эти разные индустрии и звенья цепочки производства имеют общий интерес и общие цели. Таким общим интересом и общими целями являются создание условий для развития партийной прессы и укрепление идеологической руководящей роли партийной прессы в китайской информационной индустрии. Этот процесс является процессом китайской газетной концентрации. Будучи партийным органом, газета «Жэньминь жибао» требует некоторого единомыслия в области идеологии внутри газетной группы «Жэньминь жибао». Она имеет богатые ресурсы, включая ресурсы бренда, культуры, информации, рынка, а также людские, технические, материальные и т.д. С одной стороны, она занимается традиционной коммерческой деятельностью (например, печатание, издание и реклама), с другой стороны, ее дочерние компании работают в других отраслях, которые не касаются СМИ, но помогают реализовать ее распространение, чтобы получить прибыль от продажи медиапродукции. Передовыми («горячими») отраслями являются финансовые учреждения и учреждения инфраструктуры. Например: ООО «Хуа Вэнь», которое является одной из самых успешных экономических платформ СМИ, принадлежит газете «Жэньминь жибао».

По мнению Цзяо Цзянь, начало XXI в. характеризуется ситуацией информационного взрыва. Развитие информационно-коммуникационных технологий в китайском обществе оказывает глубокое влияние на сферу средств массовой информации. Быстро появляются и развиваются новые виды СМИ. Например, компьютер и мобильную связь называют четвертым и пятым соответственно средствами массовой информации[[13]](#footnote-14). Появление таких новых средств массовой информации вызвало «третью

Для редакции газеты «Жэньминь жибао» коммерческая деятельность сильно ограниченна. Редакция газеты «Жэньминь жибао» как была, так и остается политической организацией, а широкая коммерческая деятельность осуществляется дочерними предприятиями. По степени развития концентрации в китайской газетной индустрии можно выделить 2 вида газетных концернов:

1. Газетные концерны, в которых ведущими печатными изданиями являются центральные, областные и городские партийные органы. Например: «Цзинцзи жибао» («Экономическая ежедневная газета»), «Цзяфан жибао» («Ежедневная газета освобождения»), «Нанфань жибао» («Южная ежедневная газета») и т.д. Они являются материнскими газетами в газетных концернах. И большинство китайских концернов создано в таком виде.

2. Газетные концерны, в которых ведущими печатными изданиями являются непартийные, но качественные газеты, имеющие солидную историю и сильное влияние в обществе, подобные, например, «Вэньхуэй бао». Такие материнские издания в газетных концернах обычно имеют определенные преимущества и льготы, но их слишком мало.

Начиная с 1980-х гг. активно стали издаваться газеты для отдельных народностей, национальных меньшинств КНР, так в частности издавалось 84 газеты для неханских народностей общим тиражом 830 тыс. экземпляров. Сейчас они выпускаются в основном местными народными правительствами. Также издаются две газеты для пенсионеров читателей. В 1999 году уже появилось 144 газеты для различных национальностей. Среди них 50 на газет уйгурском языке, на монгольском языке — 27 газет, на тибетском — 17, на корейском — 13, на казахском — 16.

 Стоит также назвать и иные непартийные газеты. Например, «Бэйцзин жибао» («Ежедневная газета Пекин») для жителей Пекина и его пригородов выходит тиражом около 410 тыс, экземпляров, 64% которых расходятся по индивидуальной подписке. Центральной газетой для крестьян является «Чжунго нунминьбао» («Китайский крестьянин»), основанная в 1980 году. Она выходит три раза в неделю. Тираж газеты в 1984 г. составил 0,7 млн. экземпляров[[14]](#footnote-15). Сейчас газета называется «Нун-минь бао» (тираж этой ежедневной газеты составляет 400 тыс. экземпляров)[[15]](#footnote-16).

Главная цель издания — пропаганда политики КПК в области сельского хозяйства. Все газеты данной категории помещают практические рекомендации по ведению сельского хозяйства, что способствует их популярности у населения. Китайская пресса приводит высказывания крестьян о том, что такая газета — «всё равно, что специалист в доме». Ряд изданий рассчитан на специализированные темы: «Чжуань ху бао» («Специализированный крестьянин»), «Синь нунминь» («Новый крестьянин»), «Фуминьбао» («Чтобы крестьяне стали богаче») и др.

По сравнению с газетами в КНР очень мало журналов, их всего 6, при этом — 5 национальных и 1 иностранный.

Сравнительный анализ последнего десятилетия показывает, что количество журналов значительно снизилось. Если в 1949 г. в КНР выходило 305 наименований журналов[[16]](#footnote-17), то в 2015 г. таковых осталось всего 6. Это объясняется внедрением интернет-технологий, журналы не покупают, многие издательства разоряются, а ЦК КПК финансово поддерживает в основном газеты.

Одним из национальных журналов КНР является «Киуши» (Qiushi)[[17]](#footnote-18). Данное издание также является партийным, что предопределяет его жанровую сущность, тематику и направленность. Журнал также издается на других языках[[18]](#footnote-19).

Самостоятельно работая над интересующими материалами, журналисты «Киуши» занимаются поиском и отбором актуальной информации как в рамках внутренней, так и внешней политики КНР, учатся делать обобщения и выводы, осваивают взаимодействие с ЦК КПК КНР. «Киуши» позиционируется как печатный орган ЦК КПК КНР. Коллектив редакции — это единомышленники, которых объединяет общая цель, а также партийные установки. Информируя общество о насущных проблемах КНР, журналисты также передают основные агитационные и пропагандирующие материалы.

В партийной прессе Китая находят отражение материалы, где демонстрируются элементы партийной культуры, происходит трансляция, пропагандирование и приобщение народа к традициям, ритуалам и ценностным ориентациям КНР – наиболее действенный и масштабный по возможности охвата аудитории способ воспитания.

Таким образом, стоит признать, что большая часть печатной прессы КНР – это пресса партийного уровня.

Несмотря на то, что в последнее время печатные издания все больше и больше переходят на электронные параметры деятельности, тем не менее, газеты как определенное средство СМИ КНР остаются одним из важных источников информации. Так, например газетные публикации отличаются от других средств СМИ тем, что они могут подробно излагать те или иные события, а также быть дополнительным средством, например в политической гонке.

**1.2. Радио и телевидение КНР: мировые стандарты и национальные особенности**

Следует отметить, что китайское телевещание подразделяется на три основных сектора: спутниковое цифровое телевидение, кабельные сети, интернет-вещание. Как и в прессе, радио и телевидение в КНР бывает национальным и региональным.

Работой телевидения в КНР руководят две структуры: Народное правительство различных ступеней и Министерство телевизионного радиовещания. В Китае телестанции являются не только одним из главных органов партийной пропаганды, но и важной организационной частью отделов партийного комитета и правительства. Народные правительства различных ступеней и Министерство телерадиовещания руководят телерадиовещательными управлениями в провинциях, городах и автономных районах и отвечают за их создание. Партийные комитеты провинций, городов и автономных районов и Министерство телерадиовещания руководят телерадиовещательными отделами уездов. То есть в телевизионной отрасли КНР сложился принцип управления под двойным руководством.

Помимо партийных директив деятельность телевидения и радио регулируется нормативными юридическими актами.

Регулирование телерадиовещательной отраслью осуществляется с помощью ряда законодательных актов, в том числе «Об обеспечении обслуживания телевизионного вещания и радиовещания» и «О лицензировании телестанций и радио станций», «О телерадиовещании».

Являясь крупнейшей государственной идеологической организацией CCTV создает огромное пространство для обмена информацией и культурой, играет важнейшую роль в распространении новостей, популяризации общественного образования, предоставлении разнообразных услуг, развлечений и т.д. CCTV постоянно развивается.

Сегодня на нем успешно развиваются 16 каналов: универсальный, экономический, театральный, международный, спортивный, сельскохозяйственный, военный, научно-образовательный, музыкальный, новостной, детский, кино, сериалы, шоу, канал для западного района, каналы на английском, испанском и французском языках. Эти каналы охватывают практически все основные стороны общественной жизни страны.

В CCTV около 400 блоков телепрограмм, время его ежедневного вещания составляет 270 часов, с охватом более 1,1 млрд населения (90% территории Китая). А через спутники CCTV-4 (международный канал) транслируется по всему миру. Телекомпания обладает самым передовым высокотехнологичным оборудованием, в том числе передвижной спутниковой системой, с помощью которой можно всегда и везде осуществлять прямую трансляцию важнейших новостей в Китае и за границей. Являясь крупнейшей государственной телекомпанией, CCTV входит в состав акционерной китайской медиагруппы (China Media Group). В эту медиагруппу кроме CCTV входят: китайское международное радио (CRI), китайское национальное радио(CNR), китайская кинокорпорация и китайская радиотелевизионная передающая сеть (China Broadcast Network).

Радиовещание КНР ведет свою историю с 23 января 1923 г., когда состоялась первая трансляция. Первые три радиостанции были открыты в 1923–1929 гг. в Шанхае, где проживало много выходцев из Европы. Большую помощь в их оснащении оказали англичане, значительный вклад внесли также и американские миссионеры. Не случайно программы первых радиостанций ориентировались на иностранцев, а не на местное население. Однако эти радиостанции просуществовали недолго, так как они принадлежали иностранным гражданам, носили коммерческий характер, а это противоречило интересам местных властей. Далее развитие радиовещания в стране связано с деятельностью партии Гоминьдан. Сознавая его важную роль, руководство партии выступило с предложением о создании радиостанции, которая имела бы политическую направленность. Это предложение было утверждено на Политсовете, и 1 августа 1928 г. первые передачи Центральной радиостанции вышли в эфир. Они велись из города Нанкина, провозглашенного в феврале 1928 г. столицей Китайской Республики. Радио быстро завоевало популярность у жителей не только крупных городов, но и в сельских населенных пунктах.

Возникновение радиовещания в провинциях Китая способствовало снижению неграмотности сельского населения и в некоторой степени сохранению традиционных форм общения. В 1930-е гг. при поддержке партии Гоминьдан появились радиостанции во многих провинциях КНР, но стоимость радиоприемников была очень высокой, поэтому процент покрытия радиовещанием сельских территорий оставался крайне низким. При этом региональное радио Китая стало своеобразным общественным институтом, который позволял охватывать вещанием значительную часть населения при постоянном и длительном воздействии на аудиторию.

 Изначально радиовещание в Китае носило военно-идеологический характер. В годы японской оккупации Центральная радиостанция сыграла огромную роль в борьбе с агрессором и, несмотря на трудности военного времени, регулярно выходила в эфир на протяжении восьми лет. В январе 1946 г. Центральная радиостанция продолжила вещание из Нанкина на шести иностранных и трех пограничных языках, а также на четырех диалектах китайского языка. Затем, в декабре 1946 г., она была реорганизована в Радиовещательную корпорацию Китая (РКК)

В 1949 г., после прихода к власти Коммунистической партии, РКК вместе с правительством Китайской Республики переехала на остров Тайвань и 10 октября того же года возобновила работу под новым названием «Голос свободного Китая» (выходила в эфир до 31 декабря 1997 г.). На материковом Китае в 1950 г. начала вещание Государственная центральная народная радиостанция (ГЦНР), созданная Коммунистической партией Китая.

С 1952 г. в сельских районах Китая начинается активное строительство проводной радиосети. Первая проводная радиостанция была сдана в эксплуатацию в 1952 г. в уезде Цзютай провинции Гирин. В январе 1956 г. ЦК КПК принял постановление «Основные положения развития сельского хозяйства Китая», в котором предусматривалось за 7-12 лет в основном завершить радиофикацию деревни[[19]](#footnote-20). Местные радиостанции, согласно установленному ГЦНР порядку, были обязаны транслировать ее наиболее важные информационные программы, такие как «Новости прессы» и «Программа совместной радиопередачи».

Однако постепенно региональные радиостанции Китая начинают увеличивать объем местных новостей за счет сокращения эфирного времени, выделяемого для передач ГЦНР. Уделяя основное внимание местным проблемам, региональное радио способствовало приобщению своей аудитории к событиям и процессам общегосударственного и международного характера. Основу его программ начали составлять события из местной жизни (от рекламных роликов до программ по заявкам), ориентированные исключительно на аудиторию той провинции или города, в котором шло вещание. При этом ни одна информационная передача ГЦНР Китая не выходила без региональных новостей.

 В июле-августе 1956 г. было проведено 4-е Всекитайское совещание работников радиовещания, на котором были рассмотрены основные направления реформирования радиовещания страны. После этого исторического события в радиовещании КНР произошли значительные изменения: особое внимание стало уделяться подбору журналистских кадров, начали выходить в эфир новые программы, представляющие интерес для самой широкой аудитории («По родной стране», «Наука и знания», «Передача для родителей», «Беседы о текущих событиях в мире»). Во многих провинциях Китая основными радиослушателями были сельские жители, поэтому стали появляться региональные программы, ориентированные на эту категорию. Например, в 1970-е гг. в провинции Хэнань на местном радио выходили 5 программ для сельских жителей, а также 11 политических и 4 новостные передачи.

За короткий срок (1978-1983 гг.) в Китае была построена 121 радиостанция внутреннего вещания, 516 средне- и коротковолновых передающих и ретрансляционных станций в дополнение к уже существовавшим 2619 уездным радиостанциям проводного радиовещания, которое было создано в 76 % волостей и 62 % деревень. За исключением немногих крайне отдаленных районов, на всей территории КНР можно было принимать передачи беспроводного или проводного радиовещания[[20]](#footnote-21).

Проводимая в настоящее время программа модернизации Китая предусматривает всестороннее развитие системы радиовещания страны, хотя до сих пор содержание радиопрограмм контролируется государством. Институциональное регулирование радиовещания производится Главным управлением по телерадиовещанию и кинематографии и Министерством информационной индустрии, что объясняется защитой в период реформ национального информационного пространства от возможной идеологической экспансии со стороны зарубежных партнеров, несмотря на то, что их капитал участвует в медийных предприятиях. В 2005 г. охват радиовещанием составил 94,1% территории страны[[21]](#footnote-22). В КНР действовало 282 радиостанции, 774 передающие и ретрансляционные радиостанции на средних и коротких волнах. Однако к 2015 г. таковых станций осталось всего 14[[22]](#footnote-23).

Таблица 4. Региональное теле- радиовещание КНР в 2015 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Провинция | Радио | ТВ |
| Пекин | - | - |
| Тяньцзинь | - | 1 |
| Хебей | - | - |
| Шанси | - | - |
| Внутренняя Монголия | - | - |
| Ляонин,  | - | - |
| Гирин | - | 1 |
| Хейлунцзян | - | - |
| Шанхай | 1 | 1 |
| Цзянсу | - | - |
| Чжэцзян | 5 |
| Аньхой | 2 | 1 |
| Фуцзян | 1 | 1 |
| Цзянси | - | - |
| Шаньдун | - | - |
| Хэньань  | - | - |
| Хубей | - | 1 |
| Хунань | 1 | - |
| Гуандун | - | 1 |
| Гуанси | - | 1 |
| Хайнань | - | - |
| Чунцин | - | 1 |
| Сычуань | - | - |
| Гуйчжоу | - | 2 |
| Юньнань | - | 2 |
| Тибет | - | - |
| Шэньси | - | - |
| Ганьсу | - | 3 |
| Цинхай | - | - |
| Нинся-Хуэйский | - | - |
| Синьцзян-Уйгурский | 4 | 1 |
| **Итого** | 14 | 22 |

Как видно из таблицы не во всех провинциях имеется местное радио и местное ТВ. Но существуют провинции, особенно это провинции с высоким уровнем социально-экономического развития, где работает даже несколько телеканалов, например, в Ганьсу (3 телеканала), в Гуйчжоу (2), в Чжэцзян – совмещены ТВ и радиоканалы в 5 фирмах, то есть фактически 5 каналов. Всего в 2015 г. насчитывалось 14 каналов регионального радиовещания и 22 телеканала.

 В современных условиях развития, большинство региональных радиопередач испытывают дефицит в финансировании. Техническое обеспечение редакций региональных радиостанций постоянно совершенствуется, но еще недостаточно – это снижает эффективность и интенсивность их работы. Утверждение новой китайской журналистики привело к росту профессионального уровня радиожурналистов. В КНР значительно увеличилось количество информации, и она стала более оперативной, но ее обработка и подача потребителям еще требует совершенствования. Приоритетными типоформирующими факторами в системе региональных радиопередач КНР являются события в мире, стране, провинции, городе, уезде, возможность доступа к новым музыкальным произведениям, конкуренция с другими радиостанциями. Внутренние факторы, такие как эфирная сетка, наличие высокопрофессиональных журналистских кадров, самореклама в эфире, подача и продолжительность новостей, соотношение записанных программ и программ прямого эфира, также определяют типологические особенности регионального радио КНР. Все это формирует новую систему радиовещания, в основе которой лежит тематическое разнообразие радиопередач региональных радиостанций.

Региональные радиостанции КНР осуществляют свое собственное вещание на территории провинций. Специфика многих региональных радиостанций состоит в том, что продукт, ими производимый, начиная от рекламных роликов и заканчивая программами по заявкам, ориентированный преимущественно на слушательскую аудиторию того региона, в котором оно вещает, имеет успех у слушателей других провинций. Причины подобной популярности заключаются в совершенствовании форм и методов подачи материала в радиоэфир, а также в тематическом разнообразии радиопередач, ориентированных на свою слушательскую аудиторию. Большинство региональных радиостанций функционируют по принципу многочастотного вещания.

По целевому назначению радиопрограмм предлагаем следующую типологию: художественные программы, публицистические; развлекательные; научные; рекламные; информационные. По времени выхода в эфир разделяют утренние, дневные, вечерние и ночные радиопрограммы, а по периодичности выхода в эфир – ежедневные, еженедельные, ежемесячные программы. Тематическое разнообразие программ региональных радиостанций КНР наполняется жанровым. При этом следует отметить, что важным основанием для формирования различных тематических групп радиопрограмм является характер транслируемой в эфир информации. Радиопередачи, адресуемые определенной аудитории (общекитайские, региональные, женские и др.), могут быть универсальными по тематике, т. е. отражать темы, интересующие данную группу слушателей. Однако они бывают и монотематическими или же могут отражать несколько важных для данной аудитории тем. Например, передача «Для женщин» часто универсальна по тематике: может быть посвящена и модным тенденциям, и медицинской тематике («Здоровье женщины»).

Характерной особенностью региональных радиопрограмм является их внутренняя динамика. Смена жанров, текста ведущего или ведущих, чередование речевых фрагментов, музыкальных отрывков, песен вносит разнообразие в ритм всей передачи и всей радиопрограммы дня. И каждый тип программ, обладая своими ресурсами, являясь составной частью этого единства, тем самым раскрывает и проявляет все многообразие публицистического воздействия на аудиторию. Каждая сложившаяся программа имеет свои традиции, стиль, тональность, в которых учитываются особенности той аудитории, к которой она обращена. История вещания знает программы, звучавшие в эфире десятки лет. При этом процесс создания радиопрограмм усложняется, расширяется частотный диапазон. В радиоэфире появляются новые темы, открытые дискуссии на актуальные вопросы, вырабатываются подходы к освещению острых проблем и событий. Развлекательный тип радиопрограмм представляет одна из самых популярных передач регионального радио «Веселая хлопушка с двумя зарядами»[[23]](#footnote-24).

 Рассматривая эволюцию национального телевидения КНР стоит обозначить ее основные этапы.

Таблица 5. Эволюция телеканала CCTV[[24]](#footnote-25)

| **имя** | **Запуск** | **Формат** |
| --- | --- | --- |
| [CCTV-1](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-1&usg=ALkJrhi6_8E3qg5GN6vON7XQ7nMCJUUQTw) (основной канал) | 1958 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-2](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-2&usg=ALkJrhgwP1LSARaI0LhvsKYo_D0pmDgLaQ) (экономика и финансы) | 1963 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-3](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-3&usg=ALkJrhg1vt4HOD6mkoVNhvAr48SJtZFz0w)  | 1969 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-4](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-4&usg=ALkJrhhIbo-i7u2NM9pp1dyriZ1hQd_PjA) (международный китайский канал Азия) | 1992 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-4](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-4&usg=ALkJrhhIbo-i7u2NM9pp1dyriZ1hQd_PjA) (международный китайский канал Европа) | 1992 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-4](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-4&usg=ALkJrhhIbo-i7u2NM9pp1dyriZ1hQd_PjA) (международный китайский канал Америка) | 1992 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-5](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-5&usg=ALkJrhj-K-cWeOs0_hgX4oFHBv8O6_a-8g) (спорт) | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-5 +](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-5%25252B&usg=ALkJrhhykX0mT0XHB-hbO-xLpfzStKYKmw) (спорт) | 2008 | HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-6](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-6&usg=ALkJrhhCaC1CG2mqqwfxQmFZf68PJ9VXVA) (кино) | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-7](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-7&usg=ALkJrhjrn06F2CuvXg0AEu_oOzU_wUq8zg) (сельское хозяйство и армия) | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-8](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-8&usg=ALkJrhhNkynHM04cvN7AzKYrCJgus8RGtg) (сериалы) | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-9](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-9&usg=ALkJrhhWfjE8D-H17cYPOwsSEvCIyxEmDA) (китайское документальные канал) | 2010 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-9](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-9&usg=ALkJrhhWfjE8D-H17cYPOwsSEvCIyxEmDA) (зарубежное документальные канал) | 2010 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-10](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-10&usg=ALkJrhhb12wGdYEjRQVRFWWihgd-yK_ngg) (наука и образование) | 2001 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-11](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-11&usg=ALkJrhiJwVHwIVMeDyq5Mf0IdW-OIkwhpA) (китайская опера) | 2001 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-12](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-12&usg=ALkJrhjV8zctSBSlm1uyrmbRh4yHoMdl2Q) (общество и закон) | 2004 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-13](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-13&usg=ALkJrhjvDBacTgbcuIs9r4MKhzozmfaPwQ) (новости) | 2003 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-14](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-14&usg=ALkJrhgdGX7KjzhaSlrajNQWlHNqRQQY5g) (детский канал) | 2004 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) |
| [CCTV-15](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV-15&usg=ALkJrhiqUO7hC5WiiLtStt_Iz6aSNF3O3A) (музыкальный канал) | 2004 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-НОВОСТИ](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_News_(English)&usg=ALkJrhjBozRv2xbG13aldK9cLlJhDx0G5Q) (международная канал на английском) | 2000 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-Français](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_International_French&usg=ALkJrhiBUyA9C-6iURB3pu7D3nPpPnUWXQ) (международная канал на французском) | 2007 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-Español](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_International_Spanish&usg=ALkJrhjbtTM3n-d2PkIA2DpJzem9OwBADg) (международная канал на испанском) | 2007 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV- العربية](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_International_Arabic&usg=ALkJrhj_f5olo0kbV-NPLVZLE_Pa-6QisA) (международный канал на арабском) | 2009 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [CCTV-русский](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_International_Russian&usg=ALkJrhgSLpQNXfHdDxpFDxLjORf603vpxw) (международный канал на русском) | 2009 | SDTV (576i, 4: 3) |
| [Чжунго 3D Dianshi Шиян pindao](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Zhongguo_3D_dianshi_shiyan_pindao&usg=ALkJrhhsD_cwS1YfaT3spLRwmuJbvxIqiQ) (3D канал) | 2009 | HDTV (1080i, 16: 9) |

Говоря о современном телевидении Китая, следует отметить, что сегодня это более 3000 телеканалов, десятки тысяч рубрик, более 280 телестанций. О стремительном развитии телевидения говорят и следующие цифры: к концу 2007 года количество общественных телепередач составило 1283, что по сравнению с 1980 годом больше в 32,08 раза; число абонентов кабельного ТВ достигло 153 млн. человек, поставив Китай на первое место в мире по числу пользователей кабельным телевидением[[25]](#footnote-26). Согласно статистике Государственной администрации радио, кино и телевидения, количество часов государственных телепрограмм в 2007 году достигло 11 272 400, а охват населения национальным телевидением достиг 96,58%[[26]](#footnote-27).

К настоящему времени Государственная администрация радио, кино и телевидения утвердила более 190 электронных страниц в Интернете, которым позволено заниматься передачей аудиовизуальных программ. Согласно статистическим данным, в день открытия Олимпийских игр в Пекине за этим событием на Олимпийском интернет-телеканале наблюдало 150 млн. человек, а в онлайн-чате смотрело и обсуждало это событие до 69 869 человек . Во время Пекинских Олимпийских игр китайское центральное телевидение (CCTV) выполнило свои обязательства перед миром, впервые использовав девять телеканалов для 1208 часов беспрерывного прямого эфира[[27]](#footnote-28). Телевидение вновь доказало свою эффективность, став мостом между потерпевшими районами и каждым уголком Китая во время обрушившихся в начале года природных бедствий, таких как ливень с градом на юге Китая и сильное землятресение в уезде Вэньчуань провинции Сычуань. В последние годы увеличилось число китайских радио- и телепередач и каналов. Зона охвата событий непрерывно расширяется, что позволяет китайским телепередачам быть конкурентоспособными в международном культурном пространстве.

 Параллельно с национальным телевидением, развивалось по тем же этапам и спутниковое телевидение КНР в провинциях Китая.

Таблица 6. Спутниковое телевидение КНР[[28]](#footnote-29)

| **Канал** | **Происхождение** | **Запуск** | **Формат** | **Владелец** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| [Аньхой Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Anhui_Television&usg=ALkJrhhxxi2L5X9NqbEtxg227tfmOUFdlg) | Аньхой | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Аньхой радио и телевидения (AHRT) |
| [Bedahuang Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DBedahuang_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhiQqeMIbk8Q1w5P7l4ECRaE0e4HhA) | Хэйлунцзян | 1997 | SDTV (576i, 4: 3) | Bedahuang Радиовещания Телевидение |
| [Пекин Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Beijing_Television&usg=ALkJrhi4v38ta5hAGPID_D7X9eCi8uiucg) | Пекин | 1979 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Пекин Media Network](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Beijing_Media_Network&usg=ALkJrhiiSNJvNheMo9p0OhBTMe3lKG3qeg) (BMN) |
| [Чунцин Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Chongqing_Television&usg=ALkJrhiiIXgdC6RTqqixjthA9h7ANT4EOg) | Чунцин | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Чунцин Broadcasting Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Chongqing_Broadcasting_Group&usg=ALkJrhgH-MiSbMIRLcgq_7d4Bf-Bvr382g) (ЦБС) |
| [Кросс-пролива Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DCross-Strait_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhid__RJvqUL7u4GGWYMYniA17tlVg) | Фуцзянь | 2005 | SDTV (576i, 4: 3) | [Фуцзянь Media Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Fujian_Media_Group&usg=ALkJrhig4lFilx4Tl9gHa3abcYyaIEqykA) (FMG) |
| [Юго-Восточная Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Southeast_Television&usg=ALkJrhii0SEkoMeI1Z5RE1Tq7zADUjTULw) | Фуцзянь | 1994 | SDTV (576i, 4: 3) | [Фуцзянь Media Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Fujian_Media_Group&usg=ALkJrhig4lFilx4Tl9gHa3abcYyaIEqykA) (FMG) |
| [Ганьсу Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DGansu_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhjyzLQvwZcnNAh6oRrEbUNqg3Cz_Q) | Ганьсу | 1998 | SDTV (576i, 4: 3) | Ганьсу Media Group (GSMG) |
| [Гуандун Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Guangdong_Television&usg=ALkJrhhjxKW9gpQIGeSxfqPf2T4KKHhhAg) | Гуандун | 1960 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Гуандун радио и телевидения](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Guangdong_Radio_and_Television&usg=ALkJrhhsED4BsBJ5vZaOayfLFYDxelGuoQ) (ОТО) |
| [Гуанси Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DGuangxi_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhgNICGuwBzg8fRx_XOiX-Jm8EHfcQ) | Гуанси | 1970 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Гуанси Телевидение |
| [Гуйчжоу Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DGuizhou_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhgQJ9HeD0cRptWghayPrUvtGddV8w) | Гуйчжоу | 1998 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Гуйчжоу Радио Телевидение |
| [Travel Channel](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DTravel_Channel_(China)%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhjGgKPO62Y4FTYz24fl0wjk1C3nGQ) | Хайнань | 1999 | SDTV (576i, 4: 3) | Хайнань Broadcasting Group |
| [Хэбэй Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Hebei_Television&usg=ALkJrhjRaFD-4KdkmsilM1ES-tqo1RnJGw) | Хэбэй | 1998 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Хэбэй Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Hebei_Television&usg=ALkJrhjRaFD-4KdkmsilM1ES-tqo1RnJGw) (HEBTV) |
| [Хэйлунцзян Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Heilongjiang_Television&usg=ALkJrhhJY_bcTb-fclFmpcOfF1WXcrHaag) | Хэйлунцзян | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Хэйлунцзян Радиовещания Телевидение |
| [Хэнань Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Henan_Television&usg=ALkJrhgIseLGvYgGzphpBRE9uTwOdQNedg) | Хэнань | 1996 | SDTV (576i, 4: 3) | Хэнань Телевидение (HNTV) |
| [Хубэй Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DHubei_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhg02dA142iYcatplaakh-bj4-UFHA) | Хубэй | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Хубэй сети радио и телевидения |
| [Хунань Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Hunan_Television&usg=ALkJrhghZ4kTgXL_8dcVw9Wxg6kBNs6Lag) | Хунань |  1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Хунань Broadcasting System](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Hunan_Broadcasting_System&usg=ALkJrhj49WQfibG_I_dNjQrKfvW4o4fp_g) (ОБД) |
| [Цзянсу Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Jiangsu_Television&usg=ALkJrhh207h1G15gy9TEPa4wjEQF2GjnGQ) | Цзянсу | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Цзянсу радиовещательная корпорация](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Jiangsu_Broadcasting_Corporation&usg=ALkJrhi6K3V7vd4vKceQ4VztknpAa8stsA)(JSBC) |
| [Цзянси Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DJiangxi_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhj4GmL8SMkmUUHW9alp5vNbm0_QEw) | Цзянси | 1970 | SDTV (576i, 4: 3) | Цзянси радио и телевидения |
| [Цзилинь Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Jilin_Television&usg=ALkJrhi4kYOsx-afqUrStvs8nXYe3gdoPQ) | Цзилинь | 1997 | SDTV (576i, 4: 3) | [Цзилинь Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Jilin_Television&usg=ALkJrhi4kYOsx-afqUrStvs8nXYe3gdoPQ) (JLTV) |
| [Ляонин Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Liaoning_Television&usg=ALkJrhgKxGwwGXVYnpIMEkyQOtmsBi6EMw) | Ляонин | 1959 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Ляонин радио и телевидения (LRTV) |
| [Внутренняя Монголия Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Nei_Mongol_Television&usg=ALkJrhhrUbZN-1RnR0CYdqOfK_NbDF9crg) | Внутренняя Монголия | 1997 | SDTV (576i, 4: 3) | [Внутренняя Монголия Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Nei_Mongol_Television&usg=ALkJrhhrUbZN-1RnR0CYdqOfK_NbDF9crg)(NMTV) |
| [Нинся Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Ningxia_Television&usg=ALkJrhgVQdRzU9rGMvhT3E8lWzAWQ5r_Gw) | Нинся | 1998 | SDTV (576i, 4: 3) | Нинся радио и телевидения |
| [Цинхай Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Qinghai_Television&usg=ALkJrhjVkLtiCiExgrFmy_oBefuKDJjzxw) | Цинхай | 1997 | SDTV (576i, 4: 3) | Цинхай радио и телевидения |
| [Санша Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DSansha_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhhbhNd9O1IeeriXOeEo9ChcBN8DyQ) | Хайнань | 2013 | SDTV (576i, 4: 3) | Санша Broadcasting Group |
| [Сельское хозяйство Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DAgriculture_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhjbmA4sR-xs38f7iRv0iZsNguZxMw) | Shannxi | 2008 | SDTV (576i, 4: 3) | Шэньси вещательная корпорация (SXBC) |
| [Shannxi Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DShannxi_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhicNxFr3G2VXXh3wox-AxN9uO079w) | Shannxi | 1997 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Шэньси вещательная корпорация (SXBC) |
| [Шаньдун Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Shandong_Television&usg=ALkJrhgta_9Zmk1ee0dNaN7y71f1rnrRQw) | Шаньдун | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Шаньдун радио и телевидения |
| [Дракон Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Dragon_Television&usg=ALkJrhjzqFc-v3d1TproxyVJTIQIffspDA) | Шанхай | 1998 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Shanghai Media Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Shanghai_Media_Group&usg=ALkJrhiK-7o_tiGOn_fiVvQfawGC3D4Fdw) (SMG) |
| [Шаньси Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Shanxi_Television&usg=ALkJrhg1QN0-bKEQpM1-fED7bmOC-sHDgQ) | Шаньси | 2004 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Шаньси Радио Телевидение |
| [Шэньчжэнь Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Shenzhen_Television&usg=ALkJrhjwiHb4VGCHqP6co4CV_Kk_1EZnxg) | Гуандун | 2004 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Шэньчжэнь Media Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Shenzhen_Media_Group&usg=ALkJrhi_c9y0HMBTFfyVRCIpZmsTo8Q12A) (SZMG) |
| [Сычуань Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Sichuan_Television&usg=ALkJrhgS-NGzcXn6nkP82a2Fq_r9MvndBA) | Сычуань | 2003 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Сычуань радио и телевидения |
| [Тяньцзинь Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Tianjin_Television&usg=ALkJrhg6jdxLCw8Rd28niUuYA8rej7tnFA) | Тяньцзинь | 1998 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | Тяньцзинь радио и телевидения |
| [Сямэнь Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Xiamen_Television&usg=ALkJrhiQK9Uuz9UgTk7mcn5V9eXhFvtGGw) | Фуцзянь | 2005 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Сямэнь Media Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Xiamen_Media_Group&usg=ALkJrhgMKUC5q8zMArsqDhyw5tRTiHOlMQ) XMG |
| [Bingtuan Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Bingtuan_Television&usg=ALkJrhidfEcfHAQblBRY7JOcrG2gG3BUvQ) | Синьцзян | 2009 | SDTV (576i, 4: 3) | Синьцзян Bingtuan радио и телевидения |
| [Синьцзян Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Xinjiang_Television&usg=ALkJrhh1qecxQjExQ0pqJv8XUwRxJd6THA) | Синьцзян | 1997 | SDTV (576i, 4: 3) | [Синьцзян Телевидение вокзал](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Xinjiang_Television_Station&usg=ALkJrhiWxd-flRuIkTUaWc0bZ2fyJ_uzpw) |
| [Тибетский автономный район Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/w/index.php%253Ftitle%253DXizang_Television%2526action%253Dedit%2526redlink%253D1&usg=ALkJrhhL_WtSiQnIFiL5LvECxmC-gLxsaw) | Тибет | 2002 | SDTV (576i, 4: 3) | Тибетский автономный район Телевидение (XZTV) |
| [Юньнань Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Yunnan_Television&usg=ALkJrhhmXkpASxLGPd8N8bMyuD4vhe4HWw) | Юньнань | 2000 | SDTV (576i, 4: 3) | Юньнань радио и телевидения |
| [Чжэцзян Телевидение](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Zhejiang_Television&usg=ALkJrhgTFArm510OFh1NMyQtsFSvebJqgw) | Чжэцзян | 1994 | SDTV (576i, 4: 3), HDTV (1080i, 16: 9) | [Чжэцзян радио и телевидения группа](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.ru&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Zhejiang_Radio_and_Television_Group&usg=ALkJrhiaSob_j-6HtqwObQVFneEtI-PVCA)(ZRTG) |

Если говорить о жанровой характеристике китайского телевидения, то следует отметить одну особенность. В китайских телепередачах есть табу — это разговор на личные темы, в особенности затрагивающие отношения двух полов. Избегаются также передачи, построенные на создании конфликтной ситуации в студии. В США такие передачи получили название «trash talk show» («мусорные» ток-шоу). Но благодаря тому, что телевидение в Китае выступает рупором партии и правительства, оно строго контролируется, и содержание передач можно назвать «чистым». Это также во многом объясняет его образовательную направленность, в сравнении с западным телевидением, которое больше выполняет развлекательную функцию.

По данным TNS[[29]](#footnote-30), программы, которые транслируются днем по каналу CCTV 1 для детей в возрасте до 14 лет, собирают аудиторию в 10 миллионов зрителей. Китайские дети от 4 до 14 лет проводят перед телевизором в среднем 2,3 часа в сутки. Контент-анализ показывает, что типичная сетка вещания CCTV для детей состоит из 60 часов детских программ, включая 29% детских фильмов, 21% мультфильмов, 50 % песен, танцев и спектаклей. Кроме специализированного детского канала CCTV 14 детские программы регулярно показывают 1, 7 и 8 каналы Центрального ТВ Китая. Исследование выявило, что 89 % местных телеканалов регулярно демонстрирует 30-минутные детские программы не менее четырех раз в неделю.

В сравнении с западными детскими программами в китайских телепередачах не присутствуют современная музыка и танцы, развлечение как таковое. Ведущие программ одеты консервативно. На американский вкус, китайские программы для молодежи чересчур однообразны и педантичны.

Китайская специфика – в сочетании несовместимых вещей: сладкого и соленого, Конфуция и Мао, стиля ТАСС и формата CNN, программ для военных и передач для детей на одном канале, государственных субсидий и рекламных доходов. Наверное, только в Китае могут декламировать в эфире стихотворения, посвященные началу «Большого Скачка» в экономике. Руководство Китая умудряется сохранить в стране такие патриархальные культурные ценности, как бережливость, сыновнее благочестие, преданность семье, уважение к старшим, и в то же время внедрить в общественное сознание дух модернизации, легализовать социальный успех, добытый в жесткой конкурентной борьбе.

**1.3. Новые медиа КНР: принципы функционирования в условиях государственного контроля**

В современных условиях развития большое значение имеет охват вещания СМИ КНР, тиражи газет, что полностью зависит от технического состояния и технического развития медиа. Современные информационно-коммуникативные технологии позволяют охватить наибольшее количество аудитории по самым разнообразным каналам, начиная от телевидения и заканчивая Интернетом. При этом технологии настолько на сегодняшний день развиты, что позволяют не только транслировать основные события, передавать определенную информацию, например через печатные издания, но и имеют возможности для подачи только конкретной информации в рамках определенных целей, для мифологизации определенного образа.

Развитие инновационных информационно-коммуникационных технологий выступает важным элементом политической модернизации страны. Итогом их внедрения становится формирование информационного общества, характеризующегося высоким уровнем развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивным использованием гражданами, бизнесом и органами государственной власти.

Российские и китайские исследователи отмечают, что проблемы информационной безопасности государства – понятие разноплановое, включающее в себя целый спектр вопросов: от политических, экономических, социальных, оборонных и технологических до защиты национальной культуры, искусства, языка, самобытности, занимающих ключевое место в общей системе национальных приоритетов[[30]](#footnote-31).

Новые технологии открывают и новые перспективы, которыми активно пользуется политическая власть. Возрастает возможность усиления манипулирования общественным сознанием и фальсификации стратегически важной информации. Для государственной информационной политики и национальной безопасности становится важным достижение опережающего информационного эффекта в формировании массового сознания, обеспечение лояльности и поддержки общества.

Новые медиа часто противопоставляются традиционным СМИ. В целом, в Китае под новыми медиа понимают новую систему СМИ, куда входят онлайновые версии газет и журналов, цифровое радиовещание, уникальные Интернет-ресурсы, социальные сети и мобильные приложения. В отношении к газетам, радио, телевидению и журналам, то есть четырем основным средствам массовой информации в традиционном понимании, новые медиа в Китае называют «пятыми СМИ».

Необходимо отметить, что традиционная медиа-индустрия в Китае представляет собой огромный слаженный и активно развивающийся рынок, наиболее крупными и авторитетными представителями которого являются информационное агентство «Синьхуа», газета «Жэньминь жибао» и CCTV. Данные СМИ осуществляют деятельность не только в КНР, но и во многих других странах, выпуская новости для обширной аудитории на нескольких языках, включая и русский.

Основным атрибутом современного развития государства является то, что в политическую борьбу включены все СМИ, в том числе и онлайновые.

Конечно, большинство китайцев (67%) читает по-прежнему традиционные газеты и смотрят телевизор. Однако уже 33% потребляют новости из онлайновых источников[[31]](#footnote-32).

Начало использованию интернет-ресурсов в КНР было положено 20 сентября 1987 г., когда профессор Цянь Тяньбай отправил электронное письмо с заглавием: «Через Великую стену – доступ к миру»[[32]](#footnote-33).

Раньше читатели были лишь пассивными потребителями информационной продукции. До начала экономической реформы в китайских СМИ главенствовала «пропаганда двух газет и одного журнала» («Жэньминь жибао», «Цзефанцзюнь бао», «Хунци»), в которых публиковалась практически одинаковая информация. Однако реформы и развитие компьютерных технологий оказали свое стимулирующее воздействие на повышение активности аудитории. Создание компьютерных сетей в Китае началось еще в 1980-е годы. Наиболее быстро Интернет стал развиваться в экономически развитых районах.

В результате в середине 1990-х гг. в Китае появилась новая форма СМИ — онлайновые или сетевые издания, что привело к изменению информационного рынка страны. Новые СМИ вступили в конкуренцию с традиционными за внимание читателя. Последние были вынуждены начать создавать Интернет-версии. Этот этап развития Интернет-журналистики пришелся на 1997-2003 гг. Начало ему положила электронная версия журнала «Китайские ученые за границей» («China Sholars Abroad»), который и считается первым китайским онлайновым изданием. Через год число подписчиков на электронный журнал достигло 3 тыс. человек, а число посетителей сайта превысило 150 тыс[[33]](#footnote-34).

После этого заявили о себе в Интернет-пространстве «Китайская торговая газета», China Daily, «Гуандунжибао», Гуандунская народная радиостанция, Китайское центральное телевидение.

Еще одним важным шагом в развитии китайского Интернета стало появление коммерческих сайтов, которые начали конкурировать с электронными версиями традиционных СМИ. Это заставило, например, сотрудников сайта «Жэньминь жибао» увеличить обновление новостей с 9 до 15 раз в сутки[[34]](#footnote-35).

В 1995-1996 гг. был выработан курс на развитие китайской науки и техники, его важным аспектом стало строительство индустриальных парков высоких технологий, работавших в сфере информации. Как правило, такие парки концентрируются в густонаселенных городах, рядом с исследовательскими лабораториями и институтами. Китай уделяет большое внимание подготовке высококвалифицированных кадров, поощряет внедрение новых высокотехнологичных разработок в развитие информационной сферы. Согласно мнению группы ученых из разных стран, техническая база КНР является одной из самых совершенных в мире.

Стоит заметить, что Китай с большим успехом внедряет систему «инфопортов», крупных веб-сайтов, организованных как объединение множества сервисов, ориентированных на развитие электронных технологий. Самые крупные и знаменитые «инфопорты» находятся в Шанхае, Пекине и Тяньцзине.

Интернет-стратегия Китая основывается на его исторически уникальном подходе к модернизации. Страна рассматривает Запад как иной мир с иными ценностями и идеалами, которые невозможно адаптировать на китайской почве.

В этой связи у руководства КНР одним из самых приоритетных направлений является развитие «электронного правительства» и реализация концепции так называемой «сетевой цензуры», когда происходит фильтрация материалов, осуществляется управления сетевыми ресурсами и разрешаются карательные меры по отношению к пользователям. Как известно, такая система называется «Великий китайский файерволл».

В 1996 году правительство КНР приняло решение об установлении двухступенчатого доступа к Интернету[[35]](#footnote-36). Пользователи подключаются к сети через ключевые узлы, которые находятся в ведении центральных министерств или проправительственных групп.

Такая сложная система «файерволлов» также ограничивает доступ к враждебным, по мнению китайского государства, внешним ресурсам. В число таких источников входит большинство западных информационных сайтов (BBC, CNN, ABC, CBS News), а также социальные медиа (Facebook, Twitter, YouTube), веб-платформы американских университетов и поисковые системы (Alta Vista и Google).

То есть, «Великий китайский файерволл» представляет собой совокупность серверов, которые устанавливают связь между пользователями и провайдерами, а также фильтрует информацию, которая передается по этим каналам. Кроме того, такая система качественно защищает от вирусов и хакеров.

При этом, следует отметить, что цензура, которую Китай осуществляет в сети, достаточно гибка. Например, запрещено использование слов «Тибет», «Тайвань», «равноправие», «демонстрация», «антияпонский», «свобода», «демократия» (они автоматически заменяются на символы, а сообщения с такими словами в социальных медиа удаляются) в период визитов руководства страны в зарубежные государства или каких-либо других резонансных событий.

Стоит отметить, что еще задолго до развития эпохи web 2.0., в китайском сегменте Интернет было практически невозможно публиковать новости и другие материалы вне официальных сетевых источников. Это, в свое время, подтвердил и Буркхард Шрёдер, который сказал следующее: «Очевидно, что не приходится говорить о существовании в Китае свободы слова. Её нет не только в традиционных СМИ — она практически отсутствует и в сети. Даже когда китайский гражданин высказывает свое мнение в зарубежной прессе, официальные институты КНР пытаются этому помешать»[[36]](#footnote-37).

Однако сейчас, когда стремительно развиваются национальные социальные сети и мобильные приложения (WeChat, Weibo), контент пользователей становится все более и более популярным в медиа-пространстве Китая.

Мониторинг материалов пользователей социальных медиа и блогосферы осуществляют отделы Министерства Государственной Безопасности, которые, в свою очередь, действуют в тесном сотрудничестве с Интернет-провайдерами. В 2002 году ведущими представителями китайского онлайн-бизнеса было подписано обязательство «содействовать устранению вредной информации в Интернете»[[37]](#footnote-38). Для реализации этой цели Интернет-провайдеры нанимают «сетевых цензоров», которые под видом обычных пользователей регулярно «чистят» проблемные материалы и темы, появляющиеся в социальных сетях, а также направляют обсуждения по «чувствительным» вопросам в нужное для властей русло.

Документом Министерства информации от 2005 года «Нормы управления обслуживанием информации в Интернете» регулирует функционирование пространства web 2.0. Согласно этому документу, основным требованием к сетевым ресурсам является наличие как минимум 5 профессиональных журналистов и уставной капитал в размере не менее 10 миллионов юаней[[38]](#footnote-39). При этом даже это не является гарантией предоставления лицензии.

Кроме того, в китайском сегменте Интернета эффективно реализуется и принцип саморегулирования. Так, соглашение китайской веб-платформы Weibo указывает на то, что конфиденциальность данных пользователей не распространяется на те случаи, когда его действия противоречат законодательству[[39]](#footnote-40).

Еще один официальный документ Верховного Суда КНР, который регулирует деятельность сетевых СМИ, называется «Толкования и разъяснения некоторых вопросов законодательства в области делопроизводства и уголовной ответственности за клевету в Интернете».

Согласно этому документу, государство вправе привлекать пользователей к уголовной ответственности за клевету, если озвученная ими информация получает широкое распространение в сети[[40]](#footnote-41).

Более того, если лживую или провокационную информацию читает более 5000 других пользователей или «ре-постят» более 500 раз, автору этого материала грозит лишение свободы сроком до трех лет[[41]](#footnote-42).

По данным информационного агентства «Синьхуа», в настоящее время число Интернет-пользователей в Китае составляет около 338,5 млн человек, что превышает население США[[42]](#footnote-43). Около 96 % жителей городов имеют доступ к Интернету. Количество пользователей широкополосным доступом в Интернете за первое полугодие 2015 г. возросло до 93 млн. человек. Быстрые темпы развития сети, по мнению многих исследователей, заслуга государства.

Актуальность новых медиа определяется рядом факторов. Во-первых, происходит устаревание традиционных средств распространения информации. Скорость получения информации в Интернете растет с каждым днем. В новых условиях развития современных технологий газеты не отличаются оперативностью подачи информации и сильно уступают новым медиа. Пользователи Интернета получают возможность узнать о происходящих событиях намного быстрее, просмотрев ролик в Youku (китайском аналоге Youtube) или прочитав заметку в новостной ленте, не дожидаясь следующего выпуска печатной газеты. Во-вторых, популярность новых медиа возрастает пропорционально развитию новых цифровых технологий[[43]](#footnote-44).

Как, известно, в этой сфере Китай выходит на лидирующие позиции. На данный момент рынок электроники в Китае довольно обширен и разнообразен, почти каждый житель страны имеет возможность приобрести цифровое устройство с выходом в Интернет – мобильный телефон, планшет или карманный компьютер. Такие устройства позволяют просматривать ленту новостей, воспроизводить видео или читать блоги практически в любом месте и в любое время, при этом стоимость доступа к информации снижается с каждым днем и уже пропадает необходимость оформлять подписки на газеты и журналы. Еще одной причиной растущей потребности в новых медиа становится желание пользователей самим формировать и контролировать информационный поток.

С 1 января 2010 г. вступили в действие новые правила относительно музыкальных произведений, выкладываемых на китайских сайтах. Согласно этим правилам, все иностранные песни необходимо будет перевести на китайский. Текст перевода должен быть представлен в Министерство культуры, которое в течение трех дней должно принять решение по возможности публикации песни[[44]](#footnote-45).

Интернет и сетевые СМИ — это не просто средства связи и передачи информации. Они сформировали новый стиль жизни, способствовали появлению большого количества рабочих мест, новых профессий, учли разнообразие потребностей и интересов аудитории. Сегодня можно с уверенностью говорить о появлении новой формы коммуникации, подразумевающей возможность широкого общения.

Интернет создает условия для непосредственной двусторонней коммуникации между аудиторией и СМИ. У аудитории возникает чувство сопричастности к событиям действительности. Возможность самостоятельно отбирать интересующую информацию, создавать собственные тексты и распространять их в Сети, т.е активно участвовать в процессе производства сообщений. Это превращает пользователей из объекта в субъект информационной деятельности. Больше всего для этой роли подходят блоги.

Первый китайский блог www.blogchain.com (сейчас он называется [www.bokee.com](http://www.bokee.com).) опубликовал в 2002 году ученый Фан Синдун в августе 2002 г. К настоящему времени этот ресурс является одним из самых популярных сайтов в КНР.

Фан Синдун разделяет китайские блоги на три вида: специализированные системы электронных дневников (их использование не требует регистрации собственного доменного имени, аренды хостинга и верстки сайта, блоггеры могут использовать пространство для своего блога сразу после бесплатной регистрации); независимый блог (с собственным доменным именем, хостингом и стилем); блог-приложение к сайту подразумевает добавление своего блока в качестве части некого сайта[[45]](#footnote-46).

В 2006 г. число китайских блогов составило 33 млн. Информационный интернет-центр Китая (China Internet Network Information Center) CNNIC опубликовал в сети Интернет «Доклад об исследовании китайских блогов в 2006 г.». А в 2014 г. количество блогов возросло до 109 млн[[46]](#footnote-47).

Оказалось, что количество блогеров составляет 14,2% от общего количества пользователей Интернета в Китае. Однако активных авторов, обновляющих свой блог не реже одного раза в месяц, так сказать, блог-писателей не так уж и много — всего 6,2% от их общего числа (или 7,6 млн. человек). Гораздо больше блог-читателей — 75,5 млн. человек. Наиболее активные блогеры наблюдаются в возрасте 16—20 и 21—25 лет (53%), т.е. это учащиеся, студенты, люди с высшим образованием. Женщин на 2,2% больше, чем мужчин. 83% пользователей создают блоги, чтобы выразить свои настроения и чувства, 60% — чтобы высказать свое мнение, 34,5% — для знакомства с другими людьми и обменом ресурсами.

 На сегодняшний день по данным China Internet Network Information Center количество пользователей с каждым годом имеет положительную динамику роста. Если в 2010 г. таковых было 457 млн., то в 2011 – 513 млн., в 2012 г. – 564 млн., в 2013 г. – 571 млн., в 2014 г. – 649 млн. человек. На конец 2014 года в Китае было 649 миллионов пользователей, а уровень проникновения в Интернет достиг 47,9%[[47]](#footnote-48).

 В 2014 году размер пользователей мобильного Интернета в Китае достигло 557 млн. человек, а ежегодный прирост мобильных интернет-пользователей составил 85,8% .

С каждым годом увеличивается количество сайтов в целом по КНР, в том числе и сайтов, которые относятся к СМИ. По данным China Internet Network Information Center количество сайтов на сегодняшний день составляет 2,9 млн.

 В 2014 г. 38,8% пользователей смотрели видео популярных программ и сериалов онлайн. В начале 2014 года, когда основные телевизионные станции начали ужесточать контроль за видео-программами об авторских правах, несколько видео веб-сайтов объявили о переходе к созданию собственных видео-программ.

В соответствии с опросом в 2014 г. проведенным China Internet Network Information Center, только 21,7% пользователей заинтересованы в содержимом сайта, а не в том, производит ли сайт собственные или использует чужие передачи[[48]](#footnote-49).

# Глава II. Современная международная журналистика КНР

## 2.1. Китайская система иновещания и международная информация

Иновещание — это вещание, нацеленное на зарубежную аудиторию. Для достижения слушателей иновещательные комплексы используют традиционные аудиовизуальные СМИ, спутниковое телевидение и новые медиа.

Вещание за рубеж за исключением редких случаев финансируется из государственных бюджетов. Обычно деньги поступают через министерства иностранных дел или министерства культуры. Это еще одна особенность иновещательных комплексов, которая позволяет, в частности, идентифицировать их.

Дискурс о целесообразности выделения государственных денег иновещательным комплексам был и не прекращается до сих пор. «Во Франции многие задаются вопросом: зачем оно нужно, это иновещание? – рассказывает редактор Русской службы Radio France International Инга Домбровская. – Это элемент распространения своих идей, своих ценностей или же элемент пропаганды? Такая концепция не устраивала французских левых и интеллигенцию. Другая концепция - внешнее вещание для стран, где отсутствует свобода слова. В этом случае Франция с её традициями свободной журналистики несет независимую информацию людям, которые её лишены»[[49]](#footnote-50).

Как рассказывает американский медиа-аналитик Дональд Дженсен, в США подобных споров не возникает – он связывает это с четкостью объяснения целей иновещания американцам. «Миссия ВВС мне никогда не была понятна. Это такой подарок миру. Ну а иновещание США – это инструмент международной политики»[[50]](#footnote-51).

Что касается иновещательной системы КНР, то мы выделили её следующие основные функции: пропаганда, защита национальных интересов, формирование имиджа страны, консолидация и поддержка контактов с соотечественниками и экспатриантами, просвещение, поддержка коммерческих связей, содействие туризму. На протяжении развития китайского иновещания одни функции заменялись на другие.

В целом, история развития китайского иновещания традиционно состоит из трех этапов: международное радиовещание (1920-1940 годы); международное радио- и телевещание (1950-1990 годы); современный этап.

После Второй мировой войны с развитием иновещания растет и объем международного радиовещания, совершенствуется его техническая база. Так, если ежедневный объем иновещания КНР в 1950 году составлял 497 часов, то к концу 1972 года он достигал 2001 часа в сутки.

Современный этап в истории китайского международного радиовещания начинается с геополитическими изменениями 1990-х годов. Изменились потребности в информации в разных регионах мира, изменился и сам контекст вещания в странах, переживающих период реформ.

В послевоенный период, вплоть до 1990-х годов, китайское радиовещание на зарубежные страны систематически расширялось, разрабатывались его новые направления, формы и методы. Особое внимание уделялось программам на языках коренного населения государств Азии, Европы и Латинской Америки.

Масштабы международного вещания к началу 1990-х годов на Международном радио Китая достигли 2048 часов в сутки, передачи велись на 70 языках[[51]](#footnote-52). Кроме программ, передававшихся непосредственно в эфир, готовились передачи на пленке, которые рассылались для ретрансляции радиостанциями зарубежных стран.

Деятельность китайского иновещания в течение этого периода была достаточно противоречивой. С одной стороны, Международное радио Китая своими пропагандистскими акциями внесло весьма значительную лепту в усиление идеологического и политического противостояния, с другой стороны, следует отметить и ряд позитивных моментов. За многие годы Международное радио Китая сумело сформировать многомиллионную аудиторию за рубежом, завоевало авторитет серьезного источника информации. Китайское радио- иновещание в 1970–1980 годах получало огромную почту – более 300 тыс. писем ежегодно[[52]](#footnote-53).

В настоящее время по объему и количеству языков вещания Международное радио Китая вместе с ВВС и Deutsche Well входит в первую пятерку наиболее влиятельных радиостанций мира и прочно занимает третье место среди лидеров мирового эфира.

Одна из важнейших функций международного китайского радио – объективная и всесторонняя информация о важнейших событиях политической, социальной и культурной жизни страны, анализ происходящих в ней сложных и противоречивых процессов, отражение разнообразия взглядов, точек зрения, различных политических платформ, создание в программах реального и многостороннего образа современного Китая.

Важным направлением китайского иновещания является подготовка передач для китайской диаспоры за рубежом, которая к 1999 году составила около 800 млн. человек.

В начале 2000 года появилась новая неотложная задача – организация вещания на соседние страны. В определенной мере такую функцию выполняет Международное радио Китая, в рамках программ которой существуют передачи для жителей регионов, граничащих с КНР, с учетом специфики их исторического опыта и менталитета. Иновещание имеет здесь огромное поле деятельности и способствует решению ряда сложных дипломатических задач.

Однако последняя треть XX столетия характеризуется не только радио-, но и телеиновещанием. Одним из направлений развития китайского иновещания долгое время был международный обмен телепрограммами. При подготовке информационных программ большое место отводилось разъяснению политики КНР зарубежной аудитории. Также распространение информационно-пропагандистских материалов в телевизионный эфир западных стран осуществлялось по каналам крупнейших международных информационных агентств, куда регулярно направлялись телевизионные материалы о жизни в Китае. В числе подписчиков агентств были все телесети и многие местные станции США, Англии, ФРГ, Франции и других стран.

Китайское телевидение сотрудничало с зарубежными организациями, осуществляя коллективные съемки сюжетов. Так, американская общественная телесеть PBS часто обращалась к созданию публицистических передач[[53]](#footnote-54).

Развитие телевидения привело к использованию его также в качестве инструмента внешней политики и появлению термина «теледипломатия». Теледипломатия – новая форма дипломатии, появившаяся в связи с развитием технологий и информационной составляющей жизни общества. Лидеры государств и дипломаты используют СМИ для оповещения общественности о своих решениях, становясь ньюсмейкерами. По В.В. Орловой, как минимум два фактора свидетельствуют о наличии дипломатической ипостаси глобального телевидения: мгновенность передачи сообщений в эфир и воздействие новостей на мировую аудиторию в реальном времени[[54]](#footnote-55). Медиатизация политики говорит о проникновении политики в средства массовой информации. Эфир СМИ становится ареной для выражения позиции, и чаще всего именно СМИ выступают в роли посредника в общении политиков с аудиторией. До сих пор идут диспуты о способности СМИ влиять на политику государств или наоборот. Амман Ройс в книге «Глобальное телевидение и формирование мировой политики» приводит условия, при которых медиа могут влиять на результаты политических решений. Прежде всего, это зависит от масштаба события. Крупные происшествия, чрезвычайные ситуации выходят на первый план в информационной повестке и требуют скорейшего реагирования. Далее степень влияния глобальных СМИ зависит от скорости развертывания событий. Наличие доступа журналистов ко всей необходимой информации без ограничений также играет большую роль. Последним условием является широкий интерес аудитории к проблеме[[55]](#footnote-56). В том же труде Ройс указывает потенциальные возможности глобального телевидения в сфере влияния на международную политику[[56]](#footnote-57). Во-первых, это формирование повестки дня (политической и общественной). Степень внимания, уделенного журналистами той или иной новости, прямо пропорциональна степени ее значимости. Определение первостепенности и особенности освещения события играют большую роль. Глобальное телевидение способно показывать непредвиденные события, которые могут попасть в повестку дня и повлиять на восприятие аудитории международных кризисов. Во-вторых, глобальные медиа – это уникальный источник информации. Они первыми узнают о событии и располагают видеорядом. Иногда политики узнают о проблеме, происходящей в мире, только из СМИ. В-третьих, глобальное телевидение может выступать дипломатическим посредником[[57]](#footnote-58).

Важность появления китайского иновещательного телеканала была подчеркнута в 2000 году в Концепции внешнеполитического развития. Среди прочих приоритетов, гв этой концепции было выделено «информационное сопровождение внешнеполитической деятельности»[[58]](#footnote-59). Следует помнить, что это происходило в эпоху перемен во внешнеполитической действительности. Было необходимо создать новый имидж страны, имидж равного и сильного игрока на международной арене. Неотъемлемым элементом соответствующей работы должны стать целенаправленные усилия по широкому разъяснению за рубежом сути внутренней политики КНР»[[59]](#footnote-60).

Инициатива была осуществлена через пять лет. В 2005 году в Китае появилась сеть иновещательных телеканалов CCTV (CCTV-9, CCTV-4 и так далее), которые были готовы открыто говорить о КНР, её политике, культуре и традициях.

CCTV-9 – глобальный информационный телеканал, вещающий на английском, арабском и испанском языках. Поскольку в КНР не существовало аналогов, телеканал перенял опыт таких уже известных игроков мирового информационного рынка, как BBC и CNN. Таким образом, CCTV-9 пришел на сформированный ранее и функционирующий рынок глобальных новостей, где было необходимо предложить конкурентоспособную стратегию вещания. Более того, поскольку многие СМИ имеют дублирующую и часто более расширенную онлайн-версию, понятие «глобальные медиа» расширилось. Поэтому CCTV-9 должен конкурировать не только со схожими по формату телеканалами, но и с крупными медиа, давно зарекомендовавшими себя – The New York Times, The Wall Street Journal, Associated Press, Reuters и другими.

CCTV-9 можно назвать иновещательным средством массовой информации, поскольку он соответствует нескольким признакам. Во-первых, он призван формировать положительный облик нашей страны и транслировать мнения китайского общества, политиков, экспертов на происходящее в мире. Во-вторых, финансирование осуществляется из государственного бюджета, что часто становится поводом для обвинений в необъективности.

В 2008 году на поддержку телеканала было отдано 1,6 млрд. долларов; на 2015 год было запланировано отдать компании 3,87 млрд. Подобный рост бюджета телекомпании за последние десять лет говорит о его успешности. Вместе с тем, государственное финансирование позволяет отказаться от рекламы и освобождает средство массовой информации от возможного гнета рекламодателей, не позволяя им влиять на формирование информационной повестки дня.

Щедрое финансирование свидетельствует также о развитии и расширении компании за 10 лет существования. Телеканал CCTV-9 начал полноценное вещание на английском языке 10 декабря 2005 года, и до этого была проделана огромная работа. Было необходимо собрать штат из сотрудников, свободно владеющих английским языком, уже знакомых с профессией, но не имеющих большого опыта работы на других телеканалах. Новому для Китая формату нужны были люди, готовые работать с новейшими технологиями, восприимчивые и которых редакция могла вырастить «под себя».

На первом этапе вещание на весь мир велось из пекинской редакции, и компания располагала четырьмя корпунктами. Немного позже, когда CCTV-9 начал закреплять свои позиции на информационном поле, а необходимость в расширении влияния была все очевидней, появились студии в других городах КНР, а также в крупнейших столицах мира. В 2010 году компания открыла студию в Вашингтоне, что стало первым шагом к развитию вещания из разных континентов. Подобная модель используется в CNN и BBC и удобна тем, что вещание можно сегментировать для определенных групп целевой аудитории.

Существенное развитие CCTV-9 ощутила в 2015 году. В октябре телекомпания запустила первое новостное шоу из немецкой студии для граждан Германии[[60]](#footnote-61). В том же месяце появилась студия в Лондоне, а вместе с ней и канал, ведущий информационное вещание на Великобританию.

На данный момент CCTV вещает на английском, арабском, испанском, состоит из нескольких телеканалов. Компании также принадлежат видеоагентства, осуществляющие услуги по продаже видеоматериалов средствам массовой информации, и интернет-ресурсы, публикующие материалы других медиа. Каждое подразделение компании оснащено электронной версией и многоязычным web-сайтом.

Поскольку компания располагает несколькими информационными каналами, охватывающими разные континенты и страны, аудитория тоже неоднородна. Очевидно, для глобальной аудитории компания должна применять разные редакционные стратегии, способные охватить и удовлетворить информационные потребности многих жителей планеты. За последние пять лет было проведено множество опросов и исследований, показывающих успешность CCTV в разных странах. Так, в 2009 году, по результатам опроса компании Synovate, число зрителей телеканала в Европе превысило 7 млн человек. В исследовании участвовали Великобритания, Германия, Италия, Польша, Сербия и Франция. Выяснилось, что 12% процентов европейской аудитории CCTV смотрят телеканал каждый день, а 23% считают его любимым источником новостей на телевидении, согласно официальному пресс-релизу телекомпании[[61]](#footnote-62).

В том же году, по данным исследования глобальной информационно-исследовательской компании Nielsen Media Research, ежедневная аудитория CCTV-9 в Вашингтоне в шесть раз превысила аудиторию Al Jazeera English, а ежемесячная – в пять раз больше, чем у Deutsche Welle[[62]](#footnote-63).

Телеканал популярен и в Канаде. Компания TNS, предоставляющая услуги по маркетинговым и социальным исследованиям, выявила, что канадская аудитория CCTV превысила аудиторию других информационных каналов. Так, CCTV втрое обогнал Euronews, почти в два раза – британский Sky News и более, чем в 11 раз – France 24. Почти каждый третий, однажды посмотревший китайский телеканал, становится его ежедневным зрителем. Среди причин предпочтения CCTV-9 респонденты указали «отличный от мейнстрима подход к подаче новостей, информативность и разнообразие освещаемых тем»[[63]](#footnote-64). Также в результате опроса выяснилось, что 72% жителей Канады считают новости BBC News, CNN и CBC News (национальный телеканал) предвзятыми.

По данным последнего исследования Nielsen Holdings N.V., проведенного с марта 2013 года по май 2014 года, в течение этого времени еженедельная аудитория канала в 7 крупных городах США выросла вдвое. В анализе приняли участие жители Вашингтона, Нью-Йорка, Сан-Франциско, Лос-Анджелиса, Чикаго, Филадельфии и Сан Диего. Средняя еженедельная аудитория в этих городах составляет около 3 млн. К тому же, прирост аудитории CCTV численно выше других информационных каналов (CNN International, BBC World News, Al Jazeera America и Euronews)[[64]](#footnote-65).

Мы привели данные лишь нескольких исследований западной аудитории телеканала, поскольку именно там мейнстримовые СМИ имеют большее влияние и CCTV прикладывает большие усилия для популяризации российского взгляда на мировые события.

В 2014 году мировая аудитория канала CCTV превысила 700 млн зрителей, без учета пользователей мобильных приложений[[65]](#footnote-66). Существенный рост обусловлен увеличением операторов, транслирующих RT в Латинской Америке. В октябре этого же года телеканал с форматом круглосуточного вещания был включен в государственную сеть Аргентины, что открыло доступ к 80% населения страны[[66]](#footnote-67). А с февраля 2015 года телеканал стал доступен жителям Австралии, запустив вещание на крупнейшей австралийской платформе Foxtel[[67]](#footnote-68). Таким образом, телекомпания охватывает большую часть мира, одновременно в большинстве случаев являясь одними из лидирующих информационных иновещательных каналов.

CCTV использует все современные технологии и развивается сообразно с запросами аудитории. Так, телекомпания представлена во всех социальных сетях, а в обязанности сотрудников компании входит ведение Twitter-аккаунта, чтобы заинтересовать читателей информацией о теме будущего сюжета.

Ещё один рекорд телеканал поставил в 2013 году, став вторым из новостных каналов, преодолевшим количество просмотров в 1 миллиард на видеохостинге Youtube[[68]](#footnote-69). А в декабре 2014 года число просмотров 5 основных каналов CCTV на Youtube превысило 2 миллиарда[[69]](#footnote-70). «CCTV – крупнейшая новостная сеть каналов на Youtube, по количеству просмотров обходит все мировые новостные бренды»[[70]](#footnote-71).

Телеканал активно способствует консолидации соотечественников и экспатриантов за рубежом, как это было изначально у BBC. Тональность информации о Китае носит характер объяснения, рассказа, открытия. Такие сведения будут более интересны людям, собирающимся приехать в КНР на долгий срок или уже проживающим здесь. С этой точки зрения CCTV помогает иностранцам в нашей стране социализироваться как можно быстрее. Также познавательная информация о КНР развивает функцию просвещения иновещания и гипотетически может развивать туризм.

Функция пропаганды, то есть «распространение и разъяснение каких-либо воззрений, идей»[[71]](#footnote-72), носит пейоративный характер, ей часто сопутствует негативное отношение. Поэтому в современном иновещании принято говорить о защите национальных интересов и формировании имиджа страны.

В контексте вещания CCTV-9, функция пропаганды заменилась на функции защиты национальных интересов и формирования положительного имиджа страны. Телекомпания преподносит альтернативный взгляд на происходящее в мире, китайский взгляд, а успешность зависит скорее от качества контента, нежели от обширной пропагандистской кампании.

Редакционная политика телекомпании также изменилась за десятилетие. Изначально это был телеканал сугубо о Китае, но впоследствии стало очевидно, что потенциальная аудитория чрезвычайно мала и расходование бюджетных средств было бы неэффективным. Отбор новостей на телеканале происходит согласно закону о СМИ и стандартным принципам, в основе которых лежит работа любого информационного агентства. Если редакция находит сомнительные новости, они проверяются и только после этого подаются в эфир.

Хотя информационная политика CCTV соответствует многим принципам средств массовой информации, различия все же есть. Государственное издание априори не может быть объективным. Наверное, это потому, что информационная политика определяется не в редакции. При подготовке материала журналист должен опустить какие-то моменты, а что-то приукрасить, из-за этого часто возникает когнитивный диссонанс. Тем не менее, очевидно, что в настоящее время система иновещания КНР все-таки представляется альтернативным средством массовой информации, и, помимо популяризации китайской точки зрения на мировые события, дает объективный взгляд на события международного характера.

## 2.2. Международная информация в традиционных СМИ КНР

В качестве объекта контент-анализа былы взяты материалы газеты «Жэньминь жибао» за период сентябрь-ноябрь 2015 г.

Как видно из диаграммы в 86% статей газеты «Жэньминь жибао» упоминается КНР и только 14% отдается рассказу о других странах. Это говорит о том, что в статьях «Жэньминь жибао» полностью отражена направленность руководящих органов на отражение в большей степени внутренней политики КНР, нежели международной.

При этом характерным для упоминаний иных стран «Жэньминь жибао» является количество материалов о конкретной стране. В нашем случае мы взяли в качестве примера Россию.

Таблица 7. Количество упоминаний о России в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Период | Количество |
| сентябрь, 2015 | 19 |
| октябрь, 2015 | 13 |
| ноябрь, 2015 | 24 |
| **Итого** | 80 |

Таким образом, в среднем количество упоминаний о России в газете «Жэньминь жибао» за месяц составляет 27 раз.

Таблица 8. Количество упоминаний о США в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Период  | Количество |
| сентябрь, 2015 | 8 |
| октябрь, 2015 | 12 |
| ноябрь, 2015 | 21 |
| **Итого** | 41 |

Таким образом, в среднем количество упоминаний о США за месяц в газете «Жэньминь жибао» составляет 13 раз.

Таблица 9. Количество упоминаний о странах ЕС в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Период | Количество |
| сентябрь, 2015 | 10 |
| октябрь, 2015 | 15 |
| ноябрь, 2015 | 18 |
| **Итого** | 33 |

Таким образом, в среднем количество упоминаний о странах ЕС за месяц в газете «Жиньминь жибао» составляет 10 раз.

Обобщая эти статистические данные, мы составили следующую таблицу:

Таблица 10. Количество упоминаний о зарубежных странах в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Страны  | Количество |
| Россия | 80 |
| США | 41 |
| Страны ЕС | 33 |

 Таким образом, по количество упоминаний в материалах издания «Жэньминь жибао» первое место из мировых держав занимает Россия. На наш взгляд, это связано с тем, что российско-китайское сотрудничество является приоритетным во внешней политике КНР.

Если говорить о жанрах, которые используются в передаче международной информации в газете «Жэньминь жибао», то здесь следует отметить, что существует некий баланс между аналитическими и информационными жанрами.

м

Характерным признаком международной журналистики КНР является присутствие официального стиля в освещении событий международного характера. Так, в газете «Жэньминь жибао» в большей степени используется язык «официоза» в ретрансляции мировых новостей, что наглядным образом демонстрирует следующий график:

Несмотря на распространенный стереотип о том, что в китайских СМИ формируется негативный образ главных противников Китая, анализ публикаций в «Жэньминь жибао» говорит, скорее, об обратном – лишь в 10% материалов присутствует негативная характеристика в действиях той или иной страны, а 90% международной информации носит нейтральный характер.

Еще одной характерной чертой китайской международной журналистики является «персонификация» сообщения – огромное место в освещении тех или иных событий глобального масштаба занимает роль и значения личности (политического лидера и руководителя). В 57% статей на международную тему в «Жэньминь жибао» упоминаются представители политического руководства стран, в 29% – иные лица, влияющие на мировую политику.

Таблица 12. Количество упоминаний политических лидеров в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Политические лидеры  | Количество упоминаний |
| В. Путин | 38 |
| Б. Обама | 35 |
| А. Меркель | 8 |
| Ф. Оланд | 11 |
| С. Матарелла | 5 |

Как видно из таблицы 12 наибольшее количество упоминаний в международных материалах «Жэньминь жибао» принадлежит В. Путину, что опять же полностью характеризует приоритеты руководства КНР на данном этапе. И в этой связи интересны выводы о том, от какого лица передается та или иная информация международного характера в китайской прессе.

Исходя из этой диаграммы, наблюдается достаточно типичная для Китая тенденция в подаче международной информации преимущественно как публикации мнений и взглядов руководства страны. То есть, в 57% материалов журналист является лишь посредником идеологии политической элиты КНР.

Для среднестатистической аудитории прессы КНР интересны как актуальные международные новости как политического, так и экономического характеров (43%), так и информация, имеющая отношение к КНР (57%). Тем не менее, безусловно газета «Жэньминь жибао» больше нацелена на отражение внутренней жизни страны.

Тематическая направленность международной журналистики КНР в целом ничем не отличается от общемировых «трендов». Особое место занимают материалы о политике (62%) и экономике (22%). Однако, что заметно, на наш взгляд, отличает китайскую прессу, это большой интерес к культурным событиям общемирового масштаба.

«Тематический разброс» в материалах политического характера в газете «Жэньминь жибао» выглядит следующим образом:

Таблица 14. Темы политического характера в «Жэньминь жибао»

|  |  |
| --- | --- |
| Темы | Количество упоминаний  |
| Взаимодействие КНР с другими странами | 19 |
| Актуальные международные новости | 31 |
| Международная политика в целом | 30 |
| Борьба с терроризмом | 20 |
| Локальные конфликты  | 26 |

Таким образом, как видно из таблицы, основная масса новостей политического содержания – на наиболее острые события, происходящие в других государствах.

В журнальной периодике Китая наблюдаются те же тенденции, но есть и специфические особенности. Мы провели анализ материалов международного характера в журналах Beijing Review, Qiushi и Sanlian Shenghuo Zhoukan.

Таблица 15. Количество материалов международного характера в журнале [Beijing Review](http://www.bjreview.com.cn/) (2015 г.)[[72]](#footnote-73)

|  |  |
| --- | --- |
| Номера журнала  | Количество материалов |
| 2 | 19 |
| 5 | 24 |
| 10 | 13 |
| 11 | 19 |
| 14 | 12 |
| 24 | 19 |
| 30 | 31 |
| 33 | 30 |
| 35  | 20 |
| 39 | 26 |
| 40 | 21 |

Таблица 16. Количество материалов международного характера в журнале [Sanlian Shenghuo Zhoukan](http://www.lifeweek.com.cn/) (2015 г.)[[73]](#footnote-74)

|  |  |
| --- | --- |
| Выпуски  | Количество материалов |
| январь-февраль | 33 |
| март-апрель | 18 |
| май | 21 |
| июнь | 31 |
| июль | 25 |
| август | 19 |
| сентябрь | 31 |

Таблица 17. Количество материалов международного характера в журнале Qiushi (2015 г.)[[74]](#footnote-75)

|  |  |
| --- | --- |
| Выпуски  | Количество материалов |
| апрель | 98 |
| май | 101 |
| июнь | 85 |
| июль-август | 96 |
| сентябрь | 115 |
| октябрь | 119 |
| ноябрь | 95 |
| декабрь | 123 |

Таким образом, в среднем количество международных новостей в журнале [Beijing Review](http://www.bjreview.com.cn/) в 2015 году составило 21 раз, в журнале [Sanlian Shenghuo Zhoukan](http://www.lifeweek.com.cn/) – 25 раз, в журнале Qiushi – 118 раз.

 Наибольшее количество международной информации в журнале Qiushi связано с тем, что издание в отличие от других журналов постоянно в каждом номере публикует официальные новости ЦК КПК.

Таблица 18. Анализ упоминаний по странам (журнал Qiushi, сентябрь-ноябрь 2015 г.)

|  |  |
| --- | --- |
| Номера  | Упоминания о России |
| сентябрь | 9 |
| октябрь | 11 |
| ноябрь | 22 |
| **Итого** | 42 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Упоминания о США |
| сентябрь | 5 |
| октябрь | 12 |
| ноябрь | 18 |
| **Итого** | 35 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Упоминания о странах ЕС |
| сентябрь | 7 |
| октябрь | 6 |
| ноябрь | 9 |
| **Итого** | 22 |

Таким образом, в среднем количество упоминаний о России за месяц составило 14 раз, о США – 12 раз, о странах ЕС – 7 раз.

 Опять же, данные результаты безусловно связаны с расширением и популяризацией китайско-российского сотрудничества.

## 2.3. Международная информация в новых медиа КНР

Основным атрибутом современного Китая, безусловно, является динамичное развитие новых медиа и их влияние на различные общественно-политические процессы.

В сфере распространения международной информации бесспорными лидерами и наиболее авторитетными источниками являются Интернет-версии ведущих китайских изданий и информационных агентств, а также уникальные сетевые СМИ. Последние не один год являются предметом пристального внимания китайских исследователей.

Китайские власти видят в новых медиа не только средство устрашения противников, но и большие возможности для формирования позитивного имиджа страны на международной арене. В стране создано специальное Государственное бюро по пропаганде в Интернете, созданное при Информационном агентстве Государственного совета КНР. Оно направляет и координирует государственную пропаганду в сети. Еще несколько лет назад основными проблемами развития Интернета в Китае были недостатки сайтов, созданных непосредственно в Китае, и дефицит контента на китайском языке.

Большинство существовавших в стране печатных и электронных СМИ не имели собственных сайтов в интернете и не были представлены широкой аудитории. Ситуация начала меняться в начале 1990-х годов, когда Госсовет КНР осознал, что Интернет — это удобный механизм реализации определенных политических и социальных программ. Началось широкое инвестирование не только в медиа на китайском языке, но и в расширение китайских иноязычных СМИ.

На первом этапе власти стимулировали создание Интернет-сайтов наиболее крупных информационных агентств, расширили сетку их вещания и распространения.

На втором этапе было увеличено количество зарубежных корпунктов государственного информационного агентства «Синьхуа» до 186 и расширена сфера его деятельности на спутниковое и Интернет-телевидение.

Не менее важной задачей стал запуск китайских СМИ в Интернете на иностранных языках, что позволило жителям различных стран и континентов получать информацию из Китая из первых рук.

Большое значение в продвижении онлайновых СМИ имеют электронные версии популярных китайских газет «Жэньминь жибао» и China Daily. Данные издания активно представляют себя Интернете, что резко увеличивает их аудиторию.

Важным этапом в завоевании глобального информационного пространства стала практика приобретения долей в иностранных СМИ. Так, в июле 2009 г. владелец пекинской медиакомпании Xiking Group заявил о намерении приобрести британский телеканал Propeller TV и создать на его основе двуязычный англо-китайский проект, ориентированный на освещение и пропаганду китайской культуры.

Увеличение китайских новых медиа, рассчитанных на зарубежную аудиторию, создает возможности для властей Китая усилить пропаганду на зарубежные государства и создать иллюзию многообразия источников информации и плюрализма мнений в Китае. Данные тенденции объективно способствуют усилению позиций КНР в глобальном информационном пространстве.

Таблица 19. Международная информация в сетевых версиях «Женьминь жибао» и «China Daily»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | «Жэньминь жибао» | China Daily |
| Общее количество проанализированных публикаций  | 9677  | 6359 |
| Количество материалов на международную тему | 3158 | 4791 |
| Число публикаций с упоминанием лидеров государств | 451  | 175 |
| Число публикаций о проблемах глобального характера | 106  | 86 |

Как видно из таблицы 19 онлайновые версии традиционных газет и журналов КНР также, как и бумажные версии, больше уделяют внимания внутригосударственным проблемам.

По статистике самыми популярными в Китае сетевыми ресурсами являются блоги в социальной сети Weibo и на сайте [sina.com](http://sina.com).

Так, проанализировав международный контент в 7 популярнейших блогах на Weibo в течении одного дня (8-9 ноября 2015 г.), мы составили следующую таблицу:

Таблица 20. Международная информация в блогах Weibo (8-9.11.2015)

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии | Количество публикаций |
| Материалы международного характера в связке с КНР | 576 |
| Международная информация о событиях в других регионах | 1512 |
| Актуальная международная информация | 488 |
| **Итого** | 2576 |

На сайте [sina.com](http://sina.com) были проанализированы 60 статей за период с 31.10.2015 по 08.11.2015 гг.

Таблица 21. Международная информация на [sina.com](http://sina.com)

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии | Количество публикаций |
| Материалы международного характера в связке с КНР | 0 |
| Международная информация о событиях в других регионах | 45 |
| Актуальная международная информация | 15 |
| **Итого** | 60 |

Таким образом, как видно из таблиц, большая часть материалов, в отличие от традиционных СМИ КНР, посвящена освещению событий, происходящих в других странах и регионах.

Ежедневно посредством социальных сетей, блогов, форумов публикуется свыше трех миллионов записей, более 66% китайских пользователей Интернета выкладывают в сети свои записи, комментируют, жалуются или выражают свою точку зрения на разные международные темы. Новые функции и новые услуги, предлагаемые Интернетом, предоставили более широкое пространство для выражения людьми своих взглядов. Вторым по популярности социальным ресурсом в КНР является социальный портал 51.com. На нем зарегистрировано 120 млн. пользователей. Ежедневно на сайте регистрируются 100 тыс. новых пользователей. Это привлекает инвесторов во всем мире.

Zhanzuo.com, на котором зарегистрировано семь миллионов пользователей, — еще одна популярная социальная сеть в Китае. Этот ресурс в 2007 г. планировал купить владелец Facebook Марк Цукерберг, однако стороны так и не пришли к компромиссу, и сделка сорвалась. В отношении социальных сетей и блогов власти Китая проводят ту же политику тотального контроля, что и в отношении других Интернет-ресурсов. Хостингам запрещено предоставлять услуги пользователям, не оставившим при регистрации свои подлинные и полные данные.

В китайском сегменте сети Интернет по количеству упоминаний лидируют те же страны, что и в контексте традиционных СМИ КНР.

Таблица 22. Анализ упоминаний по странам в онлайновых СМИ КНР (сентябрь-ноябрь 2015 г.)

|  |  |
| --- | --- |
| Период | Количество упоминаний о России |
| сентябрь | 5 |
| октябрь | 4 |
| ноябрь | 8 |
| Итого | 17 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Количество упоминаний о США |
| сентябрь | 8 |
| октябрь | 7 |
| ноябрь | 11 |
| Итого | 27 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Количество упоминаний о странах ЕС |
| сентябрь | - |
| октябрь | 2 |
| ноябрь | 4 |
| Итого | 6 |

Исходя из данной таблицы, в среднем количество упоминаний о России за месяц составляет 6 раз, о США — 9 раз, о странах ЕС — 2 раза.

 Таким образом, мы видим, что, по сравнению с традиционными китайскими СМИ, в материалах которых чаще всего упоминается Россия, в сетевых медиа наибольший интерес вызывают Соединенные Штаты Америки. На наш взгляд, это во многом связанно с большим количеством Интернет-пользователей, представляющих китайские диаспоры в США и Европе, а также с активным интересом к американской культуре у молодой аудитории КНР.

Если говорить о жанрах, которые используются в передаче международной информации в китайских новых медиа, то здесь следует отметить, что, безусловно, предпочтение отдается аналитическим жанрам, что, в целом, соответствует мировым тенденциям.

Характерным признаком сетевой журналистики КНР является присутствие разговорного стиля в освещении событий международного характера. Как в китайской блогосфере, так и в социальных сетях в большей степени используется именно разговорный язык в ретрансляции мировых новостей, что наглядным образом демонстрирует следующий график:

Таблица 23. Официальный стиль в подаче международной информации в онлайновых медиа КНР

Если говорить о характере сообщений на международную тему в сети, то анализ публикаций в социальной сети Weibo за 2 дня говорит о том, что в 68% материалов присутствует негативная характеристика в действиях той или иной страны, а 42% международной информации носит нейтральный характер.

Как видно из диаграммы, в онлайновых сообщениях в большей степени присутствует международная информация негативного характера (68%), но имеется и существенная доля присутствия агрессивной формы высказываний – 43%.

Что касается персональных упоминаний, то в сетевых медиа КНР, как и в традиционных СМИ, чаще всего рассказывается о главах государств (41%). Однако, существенную роль имеют также мнения так называемых «лидеров мнений» (топ-блогеров, экспертов и так далее) – 12%.

Как видно из таблицы 24 наибольшее количество упоминаний в международных материалах в Интернете принадлежит Б. Обаме.

И в этой связи интересны выводы о том, от какого лица передается та или иная информация международного характера в китайской прессе.

Таблица 24. Количество упоминаний политических лидеров в онлайновых СМИ КНР (ноябрь 2015 г.)

|  |  |
| --- | --- |
| Политические лидеры  | Количество упоминаний |
| В.Путин | 621 |
| Б.Обама | 822 |
| А. Меркель | 301 |
| Ф. Оланд | 262 |
| С. Матарелла | 104 |

Исходя из диаграммы, наблюдается достаточно любопытная тенденция – в отличии от традиционных китайских медиа, которые так или иначе являются посредниками идеологии политической элиты КНР, в сетевых ресурсах журналист или блогер более независимы в подаче международной информации.

Для среднестатистической Интернет-аудитории КНР больше интересны международные новости, связанные с Китаем (85%). Причем, наиболее популярным форматом публикаций в сети на международную тему является аналитика и обсуждения. «Сухой» информационный материал китайцы все-такие предпочитают читать и смотреть в традиционных СМИ.

Тематическая направленность сетевой международной журналистики КНР также очень отличается от «трендов» в традиционных СМИ. Особое место занимают материалы о культуре (25%) и экономике (22%).

«Тематический разброс» в материалах политического характера в китайском сегменте сети Интернет выглядит следующим образом:

Таблица 27. Тематические предпочтения сетевых ресурсов

в Sina Weibo (ноябрь 2015 г.)

|  |  |
| --- | --- |
|  | Количество упоминаний  |
| Обсуждение политических лидеров | 275 |
| Международная информация с участием КНР | 221 |
| Позиция КНР по отношению к другим странам в рамках международных новостей | 128 |

Таким образом, как видно из таблицы, основная масса новостей политического содержания – сообщения в связке с политикой КНР.

Анализ концептуального положения иновещания в КНР показал, что медиа КНР ориентируются на позицию «мягкой силы», в том числе и в подаче международных новостей. При этом китайское общество открыто как для входа международной информации, так и для выхода. На сегодняшний день, все национальные СМИ КНР имеют представительства в других странах и развивают свои многоязычные платформы.

Несмотря на то, что по сравнению с большинством стран мира китайское правительство достаточно жестко контролирует СМИ, в условиях глобализации импорт медиа-продуктов и даже трансляция зарубежных СМИ на китайской территории все-таки осуществляется.

Результаты проведенного анализа традиционных китайских СМИ показывают их официальный характер в подаче международной информации. Важное значение имеет упоминание лидеров других государств. СМИ КНР (в особенности пресса) используют официальный стиль для ретрансляции международной информации. Следует отметить, что международная журналистика КНР большей степени нацелено на интересы руководства КНР, на позиционировании и имидж страны в мире.

Результаты анализа китайских сетевых ресурсов, наоборот, демонстрируют полную противоположность печатных и электронным СМИ. Характер подачи информации следует характеризовать как разговорный, в материалах преобладают аналитические жанры. Информация более персонифицирована, нежели в традиционных СМИ.

В целом, следует говорить о многообразии форм подачи международной информации в Интернете и о достаточно однообразном освещении международных новостей в традиционных китайских СМИ.

**Заключение**

В ходе проведенного исследования была достигнута поставленная цель. В частности мы рассмотрели современные традиционные СМИ КНР: проанализировали рынок китайской прессы, выявили основные жанровые характеристики периодических изданий.

Кроме того, проведен достаточно качественный анализ электронных медиа КНР (радио и телевидения) в ретроспективе и перспективе; определены особенности функционирования китайских новых медиа в условиях государственного контроля; выявлена специфика работы китайского иновещания на современном этапе; на основе количественного контент-анализа оценен уровень международной информации в медиа-системе Китайской Народной Республики.

Не секрет, что в Китае основным органом, который диктует информационную повестку дня является Информационное агентство Государственного совета КНР. Оно направляет и координирует информационную политику страны как на внутреннем, так и на внешнем уровне.

Главная особенность в подаче международных новостей в СМИ КНР в неизменной зависимости китайских медиа от политики руководства страны. Государство не только пытается контролировать информационные потоки внутри Китая, но и внимательно следит за тематикой, тенденциями и настроениями в сфере международной информации. Данная стратегия во-многом обусловлена государственной идеологией и внешнеполитическим курсом страны.

Доминирующая позиция нескольких центральных СМИ и информационного агентства «Синьхуа» представляет собой реальную угрозу для многообразия и плюрализма мнений на рынке международных новостей в КНР. В тоже время, и в онлайновых медиа международная информация не является приоритетной.

В частности, нами было выявлено следующие характеристики подачи международных новостей в современных СМИ КНР: однообразие освещения, отсутствие цитирования источников, обилие переводных статьей, отсутствие аналитики, репортажных материалов и колонок мнений.

В фокусе внимания журналистов-международников Китая – страны и регионы, которые являются приоритетными в сфере политического и прежде всего экономического сотрудничества. В первую очередь это Россия, США и страны ЕС.

Если говорить о жанровой составляющей международной журналистики КНР, то следует отметить, что китайские СМИ предпочитают в основном использовать информационные жанры, хотя в новых медиа достаточно популярны аналитические материалы на международную тему.

В текстах о событиях международного характера превалирует официальный стиль и практически всегда внимание фокусируется на лидерах мнений (главах государств и других высокопоставленных и авторитетных политиков).

Еще одна специфика подачи международной информации в КНР – это бурное развитие национальной системы иновещания.

Данная тенденция предполагает заметную «вестернизацию» китайской международной журналистики – основным языком становится английский, сетка международных новостей и алгоритм «конструирования» журналистского материала имеет заметные англосаксонские традиции.

Новые медиа в Китае принято разделять на официальные и независимые. Отсюда – и различия в подаче международных новостей. Если официальные (государственные) сетевые ресурсы в этом смысле практически полностью копируют традиционные СМИ, то, в особенности, контент пользователей социальных медиа является для многих китайцев фактическим источником информации о событиях, происходящих в мире.

Это происходит даже несмотря на усиленные контроль и фильтрацию глобального информационного пространства государственными институтами. Данные ресурсы занимаются в большинстве своем «журналистикой мнений», их материал носят характер определенных рассуждений и умозаключений по тому или иному вопросу международной политики.

# Список использованной литературы

Книги на русском языке

Анализ и прогноз социальной ситуации в Китае. Пекин, 2005.

Бодрунова С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М., 2010.

Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества: национальное своеобразие СМИ Германии. М., 2011.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие. М., 2003.

Ван Ч. Современная пресса Китая. М., 2006.

1. Ван Чжунминь. Влияние современных информационно-коммуникативных технологий на развитие СМИ Китая: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук/Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). Факультет журналистики. Москва, 2007.

Ван Чжунминь. Влияние современных информационно-коммуникационных технологий на развитие СМИ Китая: Дис. ... канд. филолог. наук. М., 2007.

Ваннанфон Радиовещание в провинции Хэнань (1949–1993 гг.). Чжэнчжоу, 1994.

1. Воинова Е.А. Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. М., 2006.

Галумов А.Э. Опыт публичной дипломатии в формировании имиджа ЕС в РФ: автореферат на соискание ученой степени к.п.н. М., 2012.

1. Григорьева И.В, Теория государства и права. М., 2013.

Дементьева М.К. Языковые средства оценки в современном российском официальном политическом дискурсе. Екатеринбург, 2009.

1. Дорожкин Ю.Н., Каримова Н.И. Этапы развития российских СМИ как информационно-коммуникационного института формирования имиджа политиков. М., 2012.
2. Засурский Я. Н., Алексеева М. Н., Болотова Л. Д. Система средств массовой информации в России: уч. пособие для ВУЗов. М., 2003.

 Зонова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. М.: РОССПЭН, 2009.

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2007.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2009.

 Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: КомКнига, 2009.

 Кузьмина С. В. К вопросу о сущности социальной коммуникации. Саратов, 2009.

1. Куприянова О.В. Образ женщины в СМИ в контексте гармонизации российского общества//Автореферат на соискание ученой степени к.ф.н. Улан-Уде, 2009.
2. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2003.

 Массовая культура//Под ред. К.З.Акопян, А.В.Захарова и др. – издание 3-е. М., 2009.

1. Митина С.Н., Лобанова Т.Н. Языковые способы манипулирования в новых медиа КНР. М., 2010.

 Мунтян Н.А. Основы теории международных отношений. М., 2009

 Попова О.В. Фотография как объект политологического анализа. СПб., 2010.

История зарубежной журналистики / А.Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С.А. Михайлов. М., 2014.

 Конев Е.Ф. Международная журналистика. Введение в специальность: учебное пособие. Минск, 2002.

 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики. 1929 – 2013. М., 2013.

 Лабуш Н.С., Пую А.С. Международное гуманитарное право: журналистика и права человека. СПб., 2012.

 Литвиненко А.А. Газеты Германии в XXI веке: от кризиса к модернизации. М., 2011.

 Литвиненко А.А. Репортаж: искусство повествования. СПб., 2014.

 Любимов Б.И. Общественное вещание: британская модель. М., 2006.

Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010.

Медиакратия: современные теории и практики / под ред. Пую А.С., Бодруновой С.С. СПб., 2013.

Михайлов С.А. Международное право и законодательство иностранных государств о СМИ: учебное пособие / С.А. Михайлов, С.Б. Никонов. СПб., 2012.

 Правовые и геополитические проблемы функционирования СМИ. Учебно-методическое пособие для магистрантов. СПб., 2010.

 Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М., 2003.

 Почепцов Г. Г. Теория коммуникаций. М.; Киев, 2009.

 Старостина Е.В., Фролов Д.Б. Защита от компьютерных преступлений и кибертерроризма. М.: Изд-во Эксмо, 2005.

 Сюй К . Хроника телевидения и радиовещания в Китае. Пекин, 2006.

 Цыганков П. Политическая социология международных отношений. М.: Проспект, 2010.

 Чао Ю . История китайского телевидения и радиовещания. Пекин, 2006.

 Чжан Хайин. Общий обзор Интернет-СМИ. Шанхай, 2001.

 Яньсянь Янь. Управляемая глобализация. Государственная власть и изменения в культуре Китая. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. М., 2004.

Статьи на русском языке

1. Абрамова Н.А. Китайская культура и ее трансляция в социокультурное пространство России//Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2007. № 3. С. 76-79.
2. Ареева М.В. Китайские СМИ и их влияние на глобальные информационные процессы//[Актуальные проблемы современных международных отношений](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1260413). 2014. [№ 4](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1260413&selid=21435411). С. 65-69.

Асимэ Н. О развитии прессы на языке Сибо в Синьцзяне//[Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1098789). 2012. Т. 11. [№ 10](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1098789&selid=18426094). С. 179-185.

1. Го Ю. Роль СМИ в общественной дипломатии Китая//[Век информации](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1353654). 2014. [№ 4 (S1)](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1353654&selid=22624665). С. 69-100.
2. Паулов С.В. Медиатизация политики и место в СМИ в системе политической коммуникации//Вестник ЧитГУ. 2008. № 1. С. 27-31.

Лемешко Ю.Г., Машкина Ю.В. Газета «Жэньминь Жибао» на начальном этапе культурной революции (1966-1969)//[Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1117566). 2011. [№ 54](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1117566&selid=18981113). С. 20-24.

1. Смолярова А.С. Интегративная роль прессы: к построению целостной модели//[Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=928636). 2010. [№ 10](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=928636&selid=15606747). С. 380.
2. Морозова В.С. К вопросу о трансформации социокультурной идентичности населения приграничных регионов РФ и КНР//Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. 2011. № 9. С. 109.
3. Холод Н.И. Влияние средств массовой информации на агрессивное поведение детей//Ярославский педагогический вестник. № 4. 2005. С. 34.
4. Цзя Лэжун Сравнительный анализ влияния глобализации на китайские и российские СМИ//[Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=871994). 2010. [№ 3](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=871994&selid=15244466). С. 148-163.

Цзян Япин. Анализ ситуации китайских новых медиа//Журналистика и коммуникация. 2001. № 1. С. 44.

1. Цзяо Цзянь Реформа партийно-правительственной печати Китая //[Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964). 2009. [№ 5](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964&selid=13059976). С. 253-260.
2. Чжао Юнхуа. СМИ и формирование образа государства: на опыте Китая//[Современные гуманитарные исследования](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=756406). 2010. [№ 1](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=756406&selid=13948871). С. 78-79.
3. Шевелева Т.Н., Тимофеев О.А. «Мягкая сила» во внешней политике КНР//[Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1251779). 2014. [№ 14](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1251779&selid=21307042). С. 62-66.
4. Шуфан Янь, Абрамов В.А. Культурные индустрии как механизм реализации ценностного потенциала «мягкой силы» Китая//Вестник Забайкальского государственного университета. 2011. № 7. С. 15.

Электронные ресурсы

1. [Beijing Review](http://www.bjreview.com.cn/)//http://www.bjreview.com.cn/
2. Qiushi//http://english.qstheory.cn/
3. [Sanlian Shenghuo Zhoukan](http://www.lifeweek.com.cn/)//http://www.lifeweek.com.cn/

 Жэньминь жибао//http://www.cicn.com.cn/

#  China Internet Network Information Center//http://www1.cnnic.cn/IDR/

 China Newspapers and News Media//http://www.abyznewslinks.com/china

 Sina Weibo//<http://weibo.com/>

 Интернет-цензура в КНР//http://www.memoid.ru/node/Internetcenzura

1. Например: Гавра Д.П. Основы теории коммуникаций. СПб., 2011; Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. М., 2008; Кашкин В.П. Введение в теорию коммуникации. М., 2013; Нахимова Е.А., Чудинов А.П. Основы теории коммуникации. М., 2013; Lowery S.A., De Fleur M.L. Milestones in Mass Communication Research. Pearson, 1995. [↑](#footnote-ref-2)
2. Например: Яковлев И.П. Стратегическое управление медиасферой. СПб., 2014; Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. М., 2012; Baran S.J., Davis D.K. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism). Cengage Learning, 2011; Grant A.E., Meadows J.H. Communication Technology Update and Fundamentals. Focal Press, 2012. [↑](#footnote-ref-3)
3. ##### Например: Корконосенко С.Г. Журналистика в мире политики. СПб., 2004; Пую А.С., Садыкова А.А. Арабские СМИ в европейском медиа-пространстве: приглашение к диалогу культур. СПб., 2012; Лабуш Н.С. Двойные стандарты: теоретические основы и массмедийная практика: социально-политический анализ. СПб., 2011; Бодрунова С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М., 2010; Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб., 2001.

 [↑](#footnote-ref-4)
4. Например: Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003; Picard R. The Economics and Financing of Media Companies. New York, 2002. [↑](#footnote-ref-5)
5. Например: Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. М., 2012; Михайлов С.А., Никонов С.Б. Международное право и законодательство иностранных государств о СМИ. СПб., 2012; Никонов С.Б. Правовые и геополитические проблемы функционирования СМИ. СПб., 2010. [↑](#footnote-ref-6)
6. Например: Ван Ч. Влияние современных информационно-коммуникативных технологий на развитие СМИ Китая: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук/Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). М., 2007; Го Ю. Роль СМИ в общественной дипломатии Китая//Век информации. 2014. № 4 (S1). С. 69-100; Го Л. Корпорация «Гуанчжоу Жибао» - первая газетная корпорация в период углубления рыночных реформ в Китае//Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2009. № 2. С. 164-172; Ли Х. Китайское телевидение на современном этапе//Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2009. № 3. С. 78-82; Чжао Ю. СМИ и формирование образа государства: на опыте Китая//Современные гуманитарные исследования. 2010. № 1. С. 78-79; Чжан Ш. Аудитория в системе СМИ России и Китая. М., 2009. [↑](#footnote-ref-7)
7. China Newspapers and News Media. National and Foreign China- Broadcast News Media// [Электронныйресурс]. <http://www.abyznewslinks.com/china.htm>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-8)
8. «Жэньминь жибао». Сайт газеты на кит.яз. [Электронный ресурс]. <http://www.cicn.com.cn/>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-9)
9. «Жэньминь жибао». Сайт газеты на кит.яз. [Электронный ресурс]. <http://www.cicn.com.cn/>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-10)
10. Лемешко Ю.Г., Машкина Ю.В. Газета «Жэньминь Жибао» на начальном этапе культурной революции (1966-1969)//[Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1117566). 2011. [№ 54](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1117566&selid=18981113). С. 20-24. [↑](#footnote-ref-11)
11. Асимэ Н. О развитии прессы на языке Сибо в Синьцзяне//[Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1098789). 2012. Т. 11.[№ 10](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1098789&selid=18426094). С. 179. [↑](#footnote-ref-12)
12. Цзяо Цзянь. Реформа партийно-правительственной печати Китая//[Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964). 2009. [№ 5](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964&selid=13059976). С. 254. [↑](#footnote-ref-13)
13. Цзяо Цзянь Реформа партийно-правительственной печати Китая //[Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964). 2009. [№ 5](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=650964&selid=13059976). С. 253. [↑](#footnote-ref-14)
14. Анализ и прогноз социальной ситуации в Китае. Пекин, 2005. С.56. [↑](#footnote-ref-15)
15. 尼姑明報//[Электронный ресурс]. <http://news.mingpao.com/pns/dailynews/web_tc/article/20151017/s00002/1445017908577>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-16)
16. Ван Ч. Современная пресса Китая//[Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=446664). 2006. [№ 1 (9)](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=446664&selid=9913765). С. 71. [↑](#footnote-ref-17)
17. «秋實»//[Электронный ресурс]. <http://big5.qstheory.cn/gate/big5/www.qstheory.cn/>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-18)
18. Qiushi//[Электронный ресурс]. <http://english.qstheory.cn/about/201210/t20121031_190695.htm>. (дата обращения: 23.03.2016). [↑](#footnote-ref-19)
19. Ваннанфон Х. Радиовещание в провинции Хэнань (1949–1993 гг.). Чжэнчжоу, 1994. С. 16. [↑](#footnote-ref-20)
20. Чао Ю. История китайского телевидения и радиовещания. Пекин, 2006. С. 101. [↑](#footnote-ref-21)
21. Сюй К . Хроника телевидения и радиовещания в Китае. Пекин, 2006. С. 52. [↑](#footnote-ref-22)
22. China Newspapers and News Media. National and Foreign China Broadcast News Media// [Электронныйресурс]. <http://www.abyznewslinks.com/china.htm>. (дата обращения: 30.12.2015). [↑](#footnote-ref-23)
23. # 娱乐双响炮（辽宁电台生活娱乐台综艺节目）(СайтрадиостанцииЛяонин ) // [Электронныйресурс]: http://baike.baidu.com/subview/458830/15726657.htm

 [↑](#footnote-ref-24)
24. # Television in China//[Электронныйресурс]. <https://en.wikipedia.org/wiki/Television_in_China>. (дата обращения: 21.07.2015).

 [↑](#footnote-ref-25)
25. LiuY. Jingdianzhongguo huihuang 30nian: guangbodianshigaixiebaixingshenghuofangshi// <http://news.xinhuanet.com/politics/2008-10/09/content_10167817.htm>. (дата обращения: 22.03.2016). [↑](#footnote-ref-26)
26. Yu Du. 2008 nianzhongguoguangbodianyingdianshifazhanbaogao» chubanquanbufabu 2007 nianzhongguoguangbodianyingdianshifazhanqingkuang//<http://media.people.com.cn/GB/22114/86916/86917/7397642.htm>. (дата обращения: 22.03.2016). [↑](#footnote-ref-27)
27. LiuY. Jingdianzhongguo huihuang 30nian: guangbodianshigaixiebaixingshenghuofangshi// <http://news.xinhuanet.com/politics/2008-10/09/content_10167817.htm>. (дата обращения: 22.03.2016). [↑](#footnote-ref-28)
28. Television in China//[Электронный ресурс]. <https://en.wikipedia.org/wiki/Television_in_China>. (дата обращения: 22.03.2016). [↑](#footnote-ref-29)
29. # China//[Электронный ресурс]. <http://www.tnsglobal.com/china-en>. (дата обращения: 15.02.2016).

 [↑](#footnote-ref-30)
30. Морозова Е.В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти//Полис. 2011. № 1 (121). С. 140. [↑](#footnote-ref-31)
31. ### [港台兩地網上報紙之視覺傳播初探 - 傳媒透視](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjxmcy_0b_JAhXDjSwKHUUnA3MQFggbMAA&url=http%253A%252F%252Frthk.hk%252Fmediadigest%252Fmd0011%252F03.html&usg=AFQjCNHOPbP2MwmA30ATpyFfnWGEy7Au4A&bvm=bv.108538919,d.bGQ&cad=rjt)//[Электронный ресурс]. <http://rthk.hk/mediadigest/md0011/03.html>. (дата обращения: 11.09.2015).

 [↑](#footnote-ref-32)
32. Ареева М.В. Китайские СМИ и их влияние на глобальные информационные процессы// [Актуальные проблемы современных международных отношений](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1260413). 2014. [№ 4](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1260413&selid=21435411). С. 65. [↑](#footnote-ref-33)
33. Цзян Япин. Анализ ситуации китайских новых медиа//Журналистика и коммуникация.2001. № 1. С. 44. [↑](#footnote-ref-34)
34. Чжан Хайин. Общий обзор Интернет-СМИ. Шанхай, 2001. С. 100. [↑](#footnote-ref-35)
35. Джао Г. Первый закон о онлайновых медиа и сетевых коммуникаций Китая в 1996 г. [Электронный ресурс]. http://media.people.com.cn/n/2014/0415/c40606-24898172.html (дата обращения: 27.11.2015). [↑](#footnote-ref-36)
36. Шиллинг О. Блокада, или О свободе слова и печати в китайском Интернете. [Электронный ресурс]. http://www.dw.de/ (дата обращения: 18.02.2016). [↑](#footnote-ref-37)
37. Нормы о управление Интернет-источников. (на кит. яз.). [Электронный ресурс]. http://www.gov.cn/banshi/2005-08/21/content\_25106.htm (дата обращения: 11.02.2016). [↑](#footnote-ref-38)
38. Нормы управления сетевой информацией. (на кит. яз.). [Электронный ресурс]. http://www.china.com.cn/chinese/ (дата обращения: 11.02.2016). [↑](#footnote-ref-39)
39. Соглашение о предоставлении услуг Sina Weibo. (на кит. яз.). [Электронный ресурс]. www.weibo.com/signup/v5/protocol (дата обращения: 01.09.2015). [↑](#footnote-ref-40)
40. Толкования и разъяснения некоторых вопросов законодательства в области делопроизводства и уголовной ответственности за клевету в Интернете. (на кит. яз.). [Электронный ресурс]. http://www.chinacourt.org/law/ (дата обращения: 07.03.2016). [↑](#footnote-ref-41)
41. Там же. [↑](#footnote-ref-42)
42. Данные Агентства «Синьхуа» на кит.яз//[Электронный ресурс]. <http://www.news.cn/>. (дата обращения: 15.02.2016). [↑](#footnote-ref-43)
43. Митина С.Н., Лобанова Т.Н. Языковые способы манипулирования в новых медиа КНР//[Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1345560). 2014. [№ 15](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1345560&selid=22456004). С. 31. [↑](#footnote-ref-44)
44. Интернет в Китае. Справка//РИА Новости//[Электронный ресурс]. <http://ria.ru/world/20100113/204310750.html>. (дата обращения: 15.02.2016). [↑](#footnote-ref-45)
45. Ван Чжунминь. Влияние современных информационно-коммуникационных техноло-

гий на развитие СМИ Китая: Дис. канд. филолог. наук. М., 2007. С. 100. [↑](#footnote-ref-46)
46. China Internet Network Information Center//[Электронныйресурс]. <http://www1.cnnic.cn/IDR/BasicData/>. (дата обращения: 15.02.2016). [↑](#footnote-ref-47)
47. Statistical Report on Internet Development in China (January 2015). China Internet Network Information Center, 2015. Р. 5. [↑](#footnote-ref-48)
48. Там же. Р. 94. [↑](#footnote-ref-49)
49. «Вражеские голоса». Прошлое, настоящее и будущее//http://www.bbc.co.uk/russian/society/2011/03/110321\_western\_soviet\_radio\_voices.shtml [Электронный ресурс]. (дата обращения: 20.11.2015). [↑](#footnote-ref-50)
50. Там же. [↑](#footnote-ref-51)
51. Шерель А.А. Радиожурналистика. М., 2012. С. 89. [↑](#footnote-ref-52)
52. Шерель А.А. Радиожурналистика. М., 2012. С. 91. [↑](#footnote-ref-53)
53. Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М., 1992. С. 27. [↑](#footnote-ref-54)
54. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке//http://evartist.narod.ru/text5/72.htm [Электронный ресурс]. (дата обращения: 28.03.2016). [↑](#footnote-ref-55)
55. Ammon R. Global Television and the Shaping of World Politics. Jefferson, 2001. Р. 132. [↑](#footnote-ref-56)
56. Там же. Р. 131-132. [↑](#footnote-ref-57)
57. Лебедева М.М. Политическое урегулирование конфликтов. М., 1997. С. 125. [↑](#footnote-ref-58)
58. Концепция внешней политики КНР [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2016). [↑](#footnote-ref-59)
59. Там же. [↑](#footnote-ref-60)
60. Телекомпания CCTV запустила свое первое новостное шоу на немецком языке// http://ria.ru/society/20141113/1033043696.html#ixzz3Iv4thDZH [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2015). [↑](#footnote-ref-61)
61. Число зрителей CCTV-9 в ЕС превысило семь миллионов человек//http://lenta.ru/news/2009/10/14/rt/ [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2015). [↑](#footnote-ref-62)
62. CCTV стал самым популярным иностранным телеканалом в Вашингтоне//http://lenta.ru/news/2009/11/17/russiatoday/ [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2016). [↑](#footnote-ref-63)
63. CCTV-9 обогнал Sky News в Канаде//http://media-day.ru/mixed/11025/ [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2015). [↑](#footnote-ref-64)
64. CCTV audience in US doubled in a year//http://about-us/press-releases/rt-audience-double-us/ [Электронный ресурс]. (дата обращения: 25.03.2015). [↑](#footnote-ref-65)
65. Телеканал RT стал доступен более 700 млн зрителей по всему миру//http://ria.ru/society/20140910/1023506317.html [Электронный ресурс]. — Дата обращения: 26.03.2015 [↑](#footnote-ref-66)
66. Владимир Путин и Кристина Киршнер запустили вещание телеканала RT на испанском языке в Аргентине//http://russian.rt.com/article/53671 [Электронный ресурс]. — Дата обращения: 26.03.2015 [↑](#footnote-ref-67)
67. CCTV начал вещание на крупнейшей платформе Австралии//http://russian.rt.com/article/76117 [Электронный ресурс]. (дата обращения: 26.03.2016). [↑](#footnote-ref-68)
68. CCTV стал первым новостным телеканалом с миллиардом просмотров на YouTube http://lenta.ru/news/2013/06/03/rtviews/ [Электронный ресурс]. (дата обращения: 26.03.2016). [↑](#footnote-ref-69)
69. Каналы CCTV и RT на Youtube набрали 2 миллиарда просмотров//http://russian.rt.com/article/76778 [Электронный ресурс]. (дата обращения: 26.03.2015 ). [↑](#footnote-ref-70)
70. Там же. [↑](#footnote-ref-71)
71. Ожегов С. Толковый словарь русского языка//http://slovari.299.ru/word.php?id=27460&sl=oj [Электронный доступ]. (дата обращения: 26.03.2016). [↑](#footnote-ref-72)
72. Архив журнала «[Beijing Review](http://www.bjreview.com.cn/)»//[Электронный ресурс]. <http://www.bjreview.com.cn/>. (дата обращения: 31.02.2016). [↑](#footnote-ref-73)
73. Архив журнала «[Sanlian Shenghuo Zhoukan](http://www.lifeweek.com.cn/)»//[Электронный ресурс]. <http://www.lifeweek.com.cn/>. (дата обращения: 12.03.2016). [↑](#footnote-ref-74)
74. Архив журнала «Qiushi»//[Электронный ресурс]. <http://english.qstheory.cn/>. (дата обращения: 12.03.2016). [↑](#footnote-ref-75)