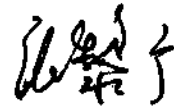


На правах рукописи



**ЧЖАН ЛИГУАН
(КНР)**

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ КИТАЯ
НА РУБЕЖЕ ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ**

Специальность: 10.01.10 – журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Москва – 2006

Диссертация выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов.

Научный руководитель:

кандидат филологических наук,
доцент Смородинов В. П.

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук,
профессор Цвик В.Л.
кандидат филологических наук,
доцент Джанджалия М.М.

Ведущая организация:

Московский государственный институт международных отношений
(Университет) МИД Российской Федерации

Защита состоится 17 ноября 2006 г. в 15-00 часов
на заседании диссертационного совета Д. 212.203.23
при Российском университете дружбы народов
по адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6, ауд.436

Автореферат разослан 13 октября 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент



А. Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Как известно, начиная с декабря 1978 года, в КНР осуществляются экономические и политические преобразования, архитектором которых является выдающийся государственный и политический деятель современности Дэн Сяопин (1904 -1997). К 2006 году в жизни страны достигнуты громадные экономические, политические, индустриальные и социально-культурные изменения, создана новейшая электронная и вычислительная техника. В конце 1980-х гг. стало возможным осуществлять компьютерный набор иероглифов. Это достижение позволило китайским журналистам во много раз ускорить процесс производства печатной продукции: отныне вместо кисти и типографского набора повсюду стала использоваться компьютерная техника. В начале 1990-х гг. в Китае появился Интернет. В 2001 году Китай вступил во Всемирную торговую организацию. Страна включилась в систему глобальных экономических отношений.

Все это оказывает большое влияние на экономическую, политическую и общественную жизнь страны, в которой проживает более 1300 млн. чел. В настоящее время в Китае идет работа по созданию «гармоничного общества». Все это прямо связано с работой журналистов и средств массовой информации Китая и ставит перед ними новые задачи.

Как известно, 2006 год провозглашен «Годом России в Китае», а 2007 год, в свою очередь, будет «Годом Китая в России». Об этом договорились президент России В.В. Путин и председатель КНР Ху Цзиньтао во время своей встречи в Китае в 2006 году. Особенно следует отметить, что изучение этой проблемы имеет большое значение для дальнейшего углубления и развития традиционно дружеских и добрососедских отношений между нашими великими странами (Совместная декларация Китайской Народной Республики и Российской Федерации. – Пекин: Агентство Синьхуа, 21 марта 2006).

Отметим, что уже с 2002 года существует рабочая группа по делам китайско-российского сотрудничества в сфере средств массовой информации.

Китайский опыт в области журналистики интересует также страны конфуцианского ареала, Азиатско-Тихоокеанского региона, Европейский союз, США и др.

«Культура каждого народа индивидуальна», - отмечал академик В. М. Алексеев. Это полностью относится к СМИ Китая, которые развиваются в соответствии с национальными традициями (Алексеев В. М. В старом Китае. Дневники путешествия 1907 г. /Предисл. акад. В.В.Струве и В.М. Штейн. - М.: Вост. лит., 1958. С. 301).

В настоящее время СМИ Китая представляют собой мощную информационную систему, которая является одной из ведущих в мире. Достаточно сказать, что в стране выходит 9490 журналов (Цуй Баого. 2006 нянь чжунго чуаньмэй чанье фачжань баогао. – Пекин: Изд-во Шехуэй кесюе вэнсянь чубаньше, 2006. С.147. Доклад о развитии индустрии средств массовой информации Китая в 2006 году), 2119 газет, действуют 320 телевизионных

станций и 282 радиостанции. Существует 568 издательств (*Ли Пинь*. Чжунго чи кань чанье фачжань баогао. – Пекин: Изд-во Шехуэй кесюе вэнсянь чубаньше, 2005. С.7-9. Доклад о развитии индустрии периодической печати Китая). В настоящее время существует более двухсот тридцати факультетов, институтов или отделений журналистики в различных университетах Китая (Чжунго синьвэнь няньцзянь(2005) – Пекин: Чжунго синьвэнь няньцзянь чубаньшэ, 2005. Итоги СМИ Китая. С.676 -811).

Сейчас в китайских СМИ проходят значительные структурные изменения, вызванные новыми тенденциями в средствах массовой информации (Чжунго чуаньмэй чанье фачжань баогао (гл. ред. Цуй Баого). Доклад о развитии индустрии средств массовой информации Китая. – Пекин: Изд-во научно-социальной лит., 2006). Особый интерес вызывают новые явления в газетной индустрии (Чжунго баокань фачжань чжаньлюе. Стратегия развития китайских газет (глав. ред. Лю Хайгуй). – Шанхай: Народное изд-во Шанхая, 2006), а также в издании журналов (Цикань чжунго. Китайская периодическая печать (глав. ред. Янцзюнь). – Пекин: Академия социальных наук, 2003). Стремительно развивается Интернет. В Китае в 2006 году число пользователей этим каналом СМИ превышает 110 млн чел.(Чунго чуаньмэй чанье фачжань баогао (глав ред. Цуй Баого). Доклад о развития индустрии средств массовой информации Китая. – Пекин: Изд-во научно-социальной лит., 2006. С.379).

В условиях ускоряющихся процессов глобализации происходят значительные изменения в области журналистской деятельности, а также в современном китайском языке.

Объект исследования. Объектом исследования является китайская журналистика на рубеже третьего тысячелетия.

Предмет исследования. Предметом исследования являются особенности развития китайской журналистики в свете экономических и политических реформ, происходящих в стране, а также в условиях интенсификации процессов глобализации.

Степень разработанности темы. Во время работы над диссертацией автор использовал многочисленные российские и китайские источники, связанные с данной темой. Это, прежде всего, труды выдающихся государственных и партийных деятелей Китая:

Сунь Ятсена (*Сунь Ятсен*. Избр. произв. - М.: Наука, 1985), Ли Дачжао (*Ли Дачжао*. Избр. произв. / Пер. с кит. Сост. и авт. предисл. Н.Г.Сенин. - М.: Наука. Глав. ред. вост. лит., 1989), Мао Цзэдуна (*Мао Цзэдун*. Избр. произв. Т. 1-4. - М.: Изд-во иностр. лит., 1953), Лю Шаоци, Дэн Сяопина (*Дэн Сяопин*. Основные вопросы современного Китая. - М.: Изд-во полит. лит., 1988), Цзянь Цзимица (*Цзян Цзэминь*. Реформа. Развитие. Стабильность: Статьи и выступления / Ред. Захарова Н.В. – М.: Палей, 1996), Ху Цзиньтао (*Ху Цзиньтао*. Цзай шэн бу цзи чжужао линдао ганьбу тигао гоуцзянь шэхуэйчжуй хэсе шехуэй нэнли чжуаньти яньтао бань шан дэ цзянхуа. Выступление на совещании главных руководящих кадров провинций по вопросам создания

исследовательской группы для решения проблемы повышения гармоничной социальной мощи органов социализма .19 февраля 2005).

Кроме того, были использованы произведения Лу Синя, Мао Дуня, Го Можо, Лао Шэ, Ба Цзиня, а также произведения современных китайских писателей и журналистов Ван Сяобо, Ли Ао и др.

В работе также исследовались труды крупнейших китайских специалистов в области СМИ: Цзоу Таофэня, Фань Чжанцзяна, Му Цина, Шао Хуацзэ, Фэн Цзяня, Ли Фэна, Ли Сигуана, Фань Цзиня, Хуан Шэнминя, У Сньсюня, Цуй Баого, Ху Синжун, Пэн Лань, Юй Гомин, Жуан Чжисяо, Чжань Цзяня, Чэн Ваньина и др.

Автор также обращался к трудам крупнейших российских китаеведов: В. М. Алексеева, С.Л. Тихвинского (*Тихвинский С.Л. Движение за реформы в Китае в конце XIX в. Изд. 2-е, доп. – М.: Наука. Глав. ред. вост. лит., 1980*), Л.Н. Делюсина (*Делюсин Л.Н. Китай в поисках путей развития. – М.: Муравей, 2004*), Ю.М. Галеновича (*Галенович Ю.М. Девиз Ху Цзиньтао: Социальная гармония в Китае. - М.: Памятники ист. мысли, 2006*), Г.В. Ефимова (*Ефимов Г.В. Очерки по новой и новейшей истории Китая. - М., 1951*), А.И. Кобзева (*Кобзев А. И. Философия китайского неоконфуцианства. – М.: Вост. лит., 2002*); *Философия китайского неоконфуцианства. – М.: Вост. лит., 2002*), Н. Т. Федоренко (*Федоренко Н. Т. Китайское литературное наследие и современность. – М.: Худож. лит.,1981*), Л.С. Переломова (*Переломов Л.С. «Четверокнижие» - ключ к постижению конфуцианства //Конфуцианское «Четверокнижие» («Сы шу»). Пер. с кит. и коммент. А.И. Кобзева, А.Е. Лукьянова, Л.С. Переломова, П.С. Попова при участии В.М.Майорова. Вступ. ст. Л.С.Переломова; Ин-т Дальнего Востока. – М.: Вост. лит., 2004*). О.Б. Рахманина (*Рахманин О.Б. К истории отношений России - СССР с Китаем в XX веке. - М.: Памятники исторической мысли, 2002*), М.Л. Титаренко (*Титаренко М.Л. Китай. Цивилизация и реформы. - М., Республика, 1999*) и др.

Методологической и теоретической основой диссертации послужили монографии ведущих российских и китайских авторов, посвященные проблемам теории и истории журналистики, публицистики и массовой коммуникации: В.Л. Артемова (*Артемов В.Л. Против клеветы и домыслов: Сущность, методы, практика контрпропаганды. – М.: Политиздат, 1987*), А.А. Грабельникова (*Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001*), Я.Н. Засурского и Е.Л. Вартановой (*Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л. От книги до Интернета (Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия). – М.: Изд-во МГУ, 2000*), Е.И. Пронина (*Пронин Е.И. Выразительные средства журналистики. - М., 1980*), Е.П. Прохорова (*Прохоров Е.И. Введение в теорию журналистики. - М.: Изд-во «Аспект пресс» - Изд-во Мос. ун-та., 2003*), Г.И. Сергеева (*Сергеев Г. И. От дигао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет: Монография. – М.: Изд-во УДН, 1989*), И.М. Слободянюк (*Слободянюк И.М. Печать нового Китая. – Киев: Изд-во гос. ун-та им. Т.Г. Шевченко, 1958*), Л. Н. Федотовой (*Федотова Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник. -*

М.: Изд. дом «Камерон», 2005), В.Л. Цвика (*Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История теории и практика: Учеб. пособие.* - М.: Аспект-пресс, 2004) и др. Также была проанализирована коллективная монография «Журналистика Китая», изданная в Петербурге в 2006 г. (*Михайлов С. А., Ли Динсинь, Чжан Хэфэн и др. Журналистика Китая* – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006).

В качестве теоретической основы изучения жанровых, художественных и языковых особенностей языка современных СМИ Китая использовались научные работы следующих российских и зарубежных авторов: Н.С. Волгиной (*Волгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке.* - М.: Логос, 2003), В. Гумбольдта (*Гумбольдт В., фон. Язык, философия и культура.* - М.: Прогресс, 1985), В.Г. Костомарова (*Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа.* - М.: Педагогика-Пресс, 1994), А.Л. Семенас (*Семенас А.Л. Лексика китайского языка /Изд. 2-е, стер. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2005*), М.В. Софронова (*Софронов М. В. Китайский язык и китайское общество.* М.: Наука, 1979), В.Ф. Шичко (*Шичко В. Ф. Китайский язык. Теория и практика перевода.* - М.: Восток-Запад, 2004), Тань Аомун (*Тань Аомун. Китайская картина мира: язык, культура, ментальность.* – М.: Языки славянской культуры. М., 2004). Кроме того, были проанализированы китайские словари, посвященные новой лексике, изданные в начале XXI века.

Научная новизна исследования состоит в привлечении и включении в научный оборот значительного пласта ранее не исследованных источников. Впервые комплексно изучается развитие китайской журналистики в контексте современных коммуникационных процессов.

Хронологические рамки. Данное исследование анализирует изменения, происходящие в китайской журналистике на рубеже третьего тысячелетия. Однако для того, чтобы амплитуда и характер исследования были более масштабными, автор диссертации посчитал необходимым периодически делать небольшие экскурсы в историю журналистики Китая прошлых лет.

Цель исследования состоит в том, чтобы осмыслить эволюцию, наблюдающуюся в настоящее время в китайской журналистике, в современном языке СМИ с учетом глобализации и новых реалий.

Для реализации этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Определить движущие силы, которые направляют и оказывают влияние на последовательное развитие китайской журналистики на рубеже третьего тысячелетия.

2. Назвать основных представителей общественной мысли, политических и государственных деятелей Китая, писателей, публицистов, оказавших решающую роль на развитие национальной журналистики нового типа.

3. Проследить, как отразилась на современной журналистике интеграция Китая в международную систему коммуникационных процессов. Обозначить место Китая в глобальной системе СМИ.

4. Рассмотреть проблемы и трудности, возникающие в творческой работе китайских журналистов на рубеже XXI века, в контексте эволюции

национальной информационной индустрии, обусловленной процессами глобализации.

5. Рассмотреть степень участия журналистов в выработке «китайской модели» СМИ нового поколения, способной удовлетворить все более растущие запросы граждан страны и соотечественников, проживающих за рубежом.

6. Обозначить новые периодические издания, которые появились в стране за последние годы. Установить новые направления и темы в современной китайской журналистике.

7. Рассмотреть особенности изменения языка СМИ Китая в условиях глобализации, выделив основные каналы СМИ, влияющие на этот процесс.

8. Ввести в оборот новые российские, китайские и английские источники литературы, которые ранее не были в научном обиходе.

На защиту выдвигаются следующие положения:

1. За время существования Китайской Народной Республики (1949-2006) в стране создана система средств массовой информации, которая по своему уровню развития входит в число крупнейших в мире.

2. Развитие журналистики Китая, в целом, отражает высокий экономический, индустриальный, общественно – политический и культурный уровень этой страны.

3. Интеграция Китая в международные коммуникационные процессы ускорила после того, как в 2001 году он был принят в члены Всемирной торговой организации. Это потребовало поиска новых идей и подходов в деятельности журналистов всех уровней, работающих в национальных СМИ, которые включились в процесс рыночных отношений.

4. Модернизация концепции современной национальной журналистики стала возможной благодаря творчеству, политической и государственной деятельности крупнейших китайских мыслителей конца XIX – начала XXI веков.

5. В настоящее время журналистика Китая переживает переходный период, связанный со вступлением страны в ВТО и расширением, в этой связи, сферы деятельности в глобальных информационных процессах.

6. Изучение деятельности китайских СМИ имеет большое значение для дальнейшего развития традиционно дружеских и добрососедских отношений России и Китая, а также для всего мирового сообщества.

7. Индустрия средств массовой информации Китая находится на очень высоком техническом и технологическом уровне развития. В этой связи, особое значение приобретает повышение уровня журналистского мастерства работников СМИ. Это крайне необходимо для того, чтобы полностью обеспечить потребности постоянно растущей читательской и зрительской аудитории Китая.

8. В Китае существует долгосрочная и детализированная программа по дальнейшему развитию национальной журналистики и СМИ. Существующие в настоящее время узкие места в этой сфере подвергаются тщательному анализу, с целью их корректировки в лучшую сторону.

Научная и практическая значимость исследования определяется, в первую очередь, введением в историю журналистики большого количества ранее неизвестных в России источников, связанных с современным состоянием китайской журналистики. Результаты исследования могут быть использованы в практике преподавания истории зарубежной журналистики, китайского языка, а также в подготовке журналистских кадров и переводчиков.

Апробация исследования. Основные положения диссертации легли в основу научных докладов, сделанных автором в Российском университете дружбы народов на заседаниях кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН. Диссертационная работа прошла обсуждение на кафедре теории и истории журналистики РУДН. Результаты диссертационного исследования отражены в научных публикациях автора.

Объем и структура диссертации обусловлены сформулированными целями и задачами настоящего исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Все главы сопровождаются выводами, в которых перечисляются результаты исследования. Библиографический список составляет около 270 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяется его цель, методологическая и теоретическая основа, новизна работы и практическая значимость, а также формулируются выносимые на защиту положения и отражаются результаты апробации.

В **первой главе** диссертации «Журналистика Китая в международных информационных процессах в третьем тысячелетии» имеется три параграфа:

В **первом параграфе** изучаются основные этапы эволюции китайской журналистики (1978-2006). Отмечается, что движущими силами этого процесса стали экономические и политические реформы, начатые Дэн Сяопином в декабре 1978 года, после тяжелейшего десятилетнего кризиса, в котором оказался Китай в результате так называемой «великой культурной революции». В 1982 году была принята Новая конституция КНР, закрепившая курс на проведение политики реформы и открытости и на построение социализма с китайской спецификой. Это привело к быстрому росту промышленности Китая и расширению международных контактов. Значительно увеличились масштабы иностранных инвестиций в экономику страны. Ныне индекс роста ежегодного промышленного производства в Китае стал ежегодно повышаться. Стремительный прогресс в области техники позволил создать в стране собственную полиграфическую и электронную технику, отвечающую лучшим мировым образцам. Китайский опыт социально-экономических реформ привлек внимание к себе со стороны всего мира. Курс, обозначенный Дэн Сяопином, был продолжен его преемником Цзянь Цзэмином, который возглавлял Китай с 1989 по 2005 год. Цзянь Цзэмин разработал теорию «тройного представительства». В октябре 1992 г. состоялся XIV Всекитайский съезд КПК,

после него развитие рыночных отношений в стране еще более углубилось. В это же время в Китае появился Интернет. Информационные процессы значительно ускорились. Это оказало влияние как на скорость передачи финансово-экономической информации, так и на деятельность журналистов и СМИ. В 2001 году Китай был принят в ВТО. В 2005 году закончилась смена поколений в китайском руководстве. Лидером Китая стал Ху Цзиньтао. Под его руководством, с учетом опыта и теории государственного строительства прошлых поколений, в Китае строится общество социальной гармонии. Роль журналистики и СМИ в этом контексте еще более возросла.

Во втором параграфе рассматривается модернизация концепции национальной журналистики и СМИ в Китае на рубеже XX-XXI веков. В новых условиях возникла необходимость переосмыслить концепцию национальных СМИ. Существовавшая до этого политика в этой области основывалась на условиях и установках, отражавших реалии первых десятилетий существования КНР. В те годы основополагающим был принцип партийного руководства СМИ. В конце XX века стало ясно, что СМИ необходимо перевести в формат рыночных отношений, что требовало принципиально новых подходов в руководстве и функционировании информационных институтов. Как известно, в результате «культурной революции» был нанесен очень тяжелый ущерб китайской журналистике и творческой интеллигенции. Погибло много крупнейших писателей и журналистов, принимавших участие в борьбе за национальную независимость Китая. Образовался разрыв между поколениями творческой интеллигенции, которая работала в СМИ. Процесс развития китайской журналистики и СМИ был остановлен на продолжительное время. Считается, что последствия десятилетней «культурной революции» полностью не осознаны, на это понадобится еще несколько десятков лет. В наши дни профессиональной журналистикой большей частью занимаются люди, возраст которых 30-35 лет. Все они представители нового поколения, практически не имеющие жизненного опыта и не знакомые, таким образом, с реальными событиями «культурной революции». В этой связи, разработка современной политики в области журналистики и СМИ осуществляется на основе идей Сунь Ятсена, Мао Цзэдуна, Дэн Сяопина, Цзян Цзэмина и Ху Цзиньтао. В современных условиях журналист должен быть не только патриотом и политически грамотным человеком, но также и высоко образованным профессионалом. Теоретики и практики много размышляют над тем, каким должен быть эталон журналиста XXI века. Вот почему заново переосмыслиется творчество крупнейших китайских писателей и публицистов, работавших в СМИ: Лу Синя, Го Можо, Мао Дуня, Лао Шэ, Ба Цзиня, Дэн То и др. В сфере журналистики возросла конкуренция. Самое серьезное внимание стало уделяться вопросам профессиональной этики журналистов. Руководство СМИ и журналистикой было поставлено на научную основу. В Академии наук Китая и в других исследовательских организациях возник целый ряд институтов, занимающихся изучением функционирования СМИ в современном мире. Только в 2004 году было опубликовано 317 названий книг самых влиятельных

специалистов в этой области (Чжунго синьвэнь няньцзянь 2005) – Пекин: Чжунго синьвэнь няньцзянь чубаньшэ, 2005. Итоги СМИ Китая. С.676).

В **третьем параграфе** изучаются тенденции развития журналистики и СМИ Китая в контексте современности. Отмечается, что развитие журналистики и СМИ Китая проходит в соответствии с прямыми интересами страны и отвечает запросам и чаяниям народа. Сегодня главными направлениями этого процесса является глобализация, интернационализация и многообразие. В этой связи, очень важно, чтобы журналисты и СМИ в своей работе опирались только на реальные факты. От них требуется работать очень оперативно и на высоком профессиональном уровне, чтобы успешно конкурировать с другими международными информационными организациями, которые по масштабам своей деятельности и прибыли пока еще находятся далеко впереди. Также ведется планомерная работа над тем, чтобы увеличить количество читателей газет и периодических изданий. Также большое внимание уделяется улучшению качества и значительному увеличению оригинальных программ на государственном телевидении всех уровней. Это необходимо для того, чтобы сократить количество передач разговорно-развлекательного жанра «ток-шоу», которые особенно распространены в Гонконге и на Тайване, а также показ различных «мыльных опер» и американских боевиков.

Творческие работники средств массовой информации работают с максимальным напряжением сил, чтобы информировать китайцев о происходящем. В Китае имеется развитая информационная система, включающая в себя индустрию по производству периодических изданий, книгоиздательскую промышленность, теле – и радиоиндустрию, киноиндустрию, индустрию новых масс - медиа, рекламы и связей с общественностью. В первые годы КНР приоритет отдавался развитию радиовещания, затем печати и телевидению. Это было связано, в первую очередь, с очень низким уровнем грамотности населения страны. Ныне на первом месте стоит телевидение, затем печать и периодические издания, радио и новые масс-медиа. Ежедневно программы телевидения смотрят более 938 млн чел. Газеты читают 320 млн чел., журналы - 231 млн чел., радио слушает 161 млн чел., пользуются Интернетом 35 млн чел.(Чжунго чи кань чанье фачжань баогао. – Пекин: Изд-во Шехуэй кесюе вэнсянь чубаньшэ, 2005. - 480с. Доклад о развитии печатной индустрии Китая. С.8). Однако пропорциональное соотношения между этими типами СМИ с каждым годом меняется из-за стремительного развития в Китае Интернета, что также вызывает определенную озабоченность у журналистов-практиков и ученых.

Во **второй главе** «Журналистика Китая в многополярном мире» три параграфа.

В **первом параграфе** изучается китайская журналистика в условиях глобализации. По-прежнему самыми развитыми и стабильными являются партийные и государственные СМИ, включая информационное агентство Синьхуа. Это также относится и к уровню подготовки журналистов,

работающих в них. Такое положение определяется самим характером политической структуры Китая, где КПК - правящая партия, насчитывающая в своих рядах около 70 млн. чел. КПК стремится быть авангардом всего китайского народа. Количество изданий партийно-государственных газет за последнее время несколько сократилось. Это произошло потому, что многие из них получали дотации различных видов, которые распространялись в большинстве случаев по разнарядке, что нарушало принципы рыночных отношений. Но, в целом, этот вид печати играет очень важную роль в сфере информирования населения страны о самых важных событиях государственной, общественно-политической и экономической жизни КНР. В последние два года удалось повысить тираж газеты «Жэньминь жибао» с 1728 тыс. экз. (2004) до 2509 тыс. экз. (2005). По-прежнему стабильным остается тираж популярной газеты «Цанькао сяоси» - немногим более 2600 тыс. экз.

Большое внимание уделяется развитию периодической печати для молодежи и женщин, которых в Китае сейчас насчитывается соответственно (более 320 и 600 млн. чел.). Тираж центральной ежедневной молодежной газеты Китая «Чжунго циньняньбао» - 419 тыс. экз. (2004), еженедельные издания «Чжунго фунюбао» (Китайская женская газета), газета для крестьян «Нунминь жибао», а также издание для подростков имеют соответственно тираж 106, 112, 594 тыс. экз. (Чунго синьвэнь няньцзянь (2005). – Пекин: Чунго синьвэнь няньцзянь чубаньшэ, 2005. Итоги СМИ Китая. С.634). Самыми мощными государственными издательствами являются «Жэньминь чубаншэ», «Жэньминь жибао чубаншэ», «Шану иншу гуань», «Синьхуа чубаншэ», «Нанфан жибао чубаншэ», «Чжунго жэньминь дасюе чубанше» и др. В Китае сейчас более двух тысяч газет, но между ними существует большие различия по объему тиражей. Большой разрыв также и в прибыли от рекламы. В стране более 9 тысяч журналов, примерно три четверти из них являются убыточными. Самыми крупными журналами по тиражу являются: «Дучже» («Читатель» (4051 тыс.экз.), «Банюе тань» («Обзор за полмесяца») (3200 тыс.экз.), «Шиши баогао» («Актуальная информация») (2500 тыс.экз.) «Цзиньнянь вэнчжэй» («Сборник молодежных статей») (1200 тыс. экз.), «Чюши цзачишэ» («Поиск истины») (1140 тыс.экз.) и др. Крупнейшие центры журналистики и СМИ Китая - Пекин, Шанхай, Гуандун, Гонконг и др. Такая субординация в развитии логически связана с прошлым и настоящим Китая. Пекин – политический, экономический и культурный центр страны. Гуандун и Шанхай еще в первой половине XIX в. были главными окнами Китая на Запад.

Китайская журналистика успешно действует в условиях рыночной экономики. Пример тому финансово-экономический журнал «Цайцзин» (Caijing), который был создан в 1998 году. За восемь лет существования, благодаря профессионализму и инициативности творческого коллектива, возглавляемого известной журналисткой Ху Шули (Hu Shuli), журнал завоевал авторитет не только в Китае, но и за рубежом (*Сун Янцзюнь. Цикань чжунго. – Пекин: Чунго шэхуэй кэсюе чубаньшэ, 2003. Китайская периодическая печать. - 121с.*).

Большими темпами в преддверье Олимпиады-2008, которая будет проходить в Пекине, развивается национальная спортивная печать.

Второй параграф называется «Борьба за информационное пространство Китая». Отмечается, что этот феномен получил свое развитие после того, как начались первые контакты с европейскими странами в начале XIX в. Инициатива в этом была проявлена иностранцами. После 1842 года Китай в результате неравноправных договоров был фактически превращен в полуколонию. В Гонконге, который с 1841 по 1997 г. был колонией Великобритании, а затем в Шанхае западные миссионеры и предприниматели основали свои газеты: сначала на иностранном, а затем и на китайском языке (Шанхай синьвэнь ши (1850-1940) /Гл. ред. Ма Гуаньжэнь. – Шанхай: Фудань дасюэ чубаньшэ, 1996. История шанхайской прессы (1850-1949)). Вплоть до 1949 года в Китае ощущалось сильное влияние западной журналистики, в первую очередь, английской и американской.

В Китае работали многие западные журналисты, некоторые из них были настоящими профессионалами, объективно и независимо отражали события, происходившие в стране, и стали подлинными друзьями Китая. К ним, например, относятся американские журналисты Э.Сноу, А. Смедли и А.Л. Стронг, находившиеся в стране в первой половине XX века. Другие только занимались поиском сенсаций, а потому их сейчас никто не помнит. Положение коренным образом изменилось после того, как в 1949 году была образована КНР. Отныне китайцы стали подлинными хозяевами своей страны во всем, включая средства массовой информации. В условиях глобализации, которая все более ускоряется, в Китае часто наблюдается проникновение зарубежной информации. Основными каналами доставки такой продукции выступают спутниковое телевидение, цифровое телевидение, Интернет, сотовая связь, кино и т.д. За последние годы на китайском языке стал выходить ряд качественных западных изданий. К их числу относятся журналы «Форбс», «Форчун», «Нэшнл джиографик», «Экономист», «Гарвард бизнес ревью» (Шань пинлун) и др. В то же самое время увеличивается проникновение в страну массовой западной культуры. Появилась целая группа глянцевого журналов - «гуаньянь цзачжи» - разного типа. В Китае также распространяется журнал «Ридерз дайджест», а на Тайване - китайское издание журнала «Плэйбой». Объектом внимания «глянцевого журналов», как правило, является китайская молодежь. Перед проведением Олимпиады-2008 в Пекине крупнейшие западные информационные организации прилагают все усилия, чтобы занять свою нишу в информационном пространстве Китая.

В третьем параграфе рассматриваются СМИ хуацяо. Отмечается, что одним из самых интересных феноменов в системе глобальных коммуникационных связей является функционирование журналистики хуацяо, то есть, китайцев, проживающих за рубежом. В настоящее время насчитывается более 50 млн хуацяо. Подчеркивается, что первые печатные издания хуацяо возникли еще во второй половине XIX века в США. К 2006 году сформировалась мощная информационная структура хуацяо, которая действует

очень эффективно и позволяет им быть в курсе всех событий, происходящих в Китае. Хуацяо в наши дни имеют в своем распоряжении теле- и радиостанции, крупные печатные издания, а также многочисленные сайты Интернета. Только в России в настоящее время существует одиннадцать газет, рассчитанных на хуацяо. Правда, их положение весьма нестабильно. Существует два способа выживания для такого издания. В первом случае, бизнесмен сам может финансировать такое издание. Идеальный вариант, несомненно, тот, при котором информационная структура содержит себя сама.

В третьей главе «Некоторые особенности развития языка СМИ Китая на рубеже 3-го тысячелетия» три параграфа.

Первый параграф касается эволюции языка нового Китая. В течение всей истории Китая проблема языка оставалась, пожалуй, одной из самых важных в жизни этой древней мировой цивилизации. Выдающийся немецкий филолог Вильгельм фон Гумбольдт писал в начале XIX в.: «Язык – это объединенная духовная энергия народа, чудесным образом запечатленная в определенных звуках, в этом облике и через взаимосвязь своих звуков понятная всем говорящим и возбуждающая в них примерно одинаковую энергию» (*Гумбольдт В., фон. Язык, философия и культура. - М.: Прогресс, 1985. С.348-349*).

По китайским традициям, основными источниками национальной цивилизации и культуры являлись письменные источники: 1) каноны классиков конфуцианства; 2) исторические источники; 3) философские источники древнего Китая; 4) классическая литература древности. Литература, возникшая в средние века, и в новое время считалась «низкой», «подлой» и всерьез образованным людьми не воспринималась. О журналистике, как важном социальном, общественном институте до XIX в. никто даже и не думал.

В старом Китае успехов в политической и государственной деятельности могли достичь только те люди, которые успешно сдали императорские экзамены в Пекине (цзинши jingshi) и получили высшую ученую степень цзиньши (jinshi). Все остальные фактически не имели право голоса, и, таким образом, не могли выражать свое мнение по важнейшим вопросам, связанным с жизнью страны. Система государственных экзаменов эффективно действовала в Китае с 121 г. и вплоть до 1905 г.

Очень большое внимание уделялось в Китае классической литературе, которая ценилась в буквальном смысле слова на вес золота. Крупнейший российский китаист академик В.М.Алексеев подчеркивал: «В Китае произведение высокой литературы очень часто редактировалось и издавалось целой ученой комиссией, под эгидой и руководством императора, что гарантировало чистоту отбора, точность текста, совершенство гравюры по дереву и самого печатания (*Алексеев В. М. Труды по китайской литературе. В 2 кн. Кн. 1. – М.: Вост. лит., 2002. С.574*).

Почти все крупнейшие политические и государственные деятели Китая XX века были хорошо образованными людьми, знали литературу и многие годы своей жизни посвятили журналистской и публицистической деятельности. Первым политическим публицистом нового типа является Сун Ятсен, который

уже 1894 году написал, а затем и опубликовал в периодической печати свою знаменитую программную статью «Послание Ли Хунчжану». Большой журналистской деятельностью на рубеже XIX-XX вв. занимались также реформаторы Кан Ювэй, Лян Цичао, Янь Фу, а также представители революционной журналистики Чэнь Дусю, Ли Дачжао, Цюй Цюбо.

Новую страницу в развитии партийной печати открыли Мао Цзэдун, Чжоу Эньлай, Дэн Сяопин, Лю Шаоци, Цзян Цзэмин и Ху Цзиньтао. Все эти выдающиеся мыслители Китая явились создателями большого пласта новой лексики, связанной с политическим дискурсом, заложив, таким образом, основу для дальнейшего развития современного китайского языка СМИ. Громадный вклад в этот процесс также внесли выдающиеся китайские писатели и публицисты Лу Синь, Го Можо, Лао Шэ, Ба Цзинь и др.

Пополнение словарного запаса языка СМИ после того, как была образована КНР (1949), было обусловлено конкретными реалиями жизни китайского общества в новых условиях. Большое количество неологизмов, с одной стороны, показывало сложность проблем, с которыми сталкивалась страна после завоевания национальной независимости, а также многообразие преобразований в жизни Китая.

Во втором параграфе изучается язык экономических и социально-общественных реформ. Начиная с декабря 1978 года, в КНР осуществляется модернизация экономики и политической системы. В условиях ускоряющихся процессов глобализации происходят значительные изменения в современном китайском языке.

Проблеме языка уделяется в КНР очень большое внимание. Как известно, население страны в настоящее время составляет более 1300 млн чел. Отметим, что уровень грамотности в Китае во много раз вырос с 1949 г., когда была образована КНР. В 2001 г. был принят Закон о государственном языке. В настоящее время регулярно проводятся экзамены по языку путунхуа. Этот экзамен ханьюйкаоши (hanyukaoshi) должны сдать все государственные чиновники, а также работники СМИ, все граждане, включая иностранцев. Экзамен состоит из 11 уровней. Самый высокий уровень – более 90 баллов. Это приблизительно равняется уровню знаний выпускника университета.

В Китае существует целая система издательств, занимающихся разработкой и выпуском в свет новых словарей. В этой области в стране существуют богатейшие традиции. Первый словарь китайского языка «шовен цзецзы» (shuowenjiezi) появился около 100 г. нашей эры. В 1956 г. в Китае был выпущен первый словарь «Синьхуа» (синьхуацзыдянь xinhuaizidan) С тех пор он переиздавался более десяти раз. Его общий тираж достиг нескольких миллионов экземпляров. Этот словарь завоевал очень большую популярность, как в Китае, так и за рубежом. Очень большую работу в этом плане ведет Издательство коммерческой прессы («The Commercial Press International China»), основанное еще в 1896 г. За последние годы оно выпустило несколько полных китайско-английских словарей, которым нет аналогов в мировой практике.

Китайцы, живущие в начале третьего тысячелетия, постоянно сталкиваются с новыми словами и выражениями, которые они раньше не встречали, как в обыденной жизни, так и на страницах газет, а также в программах телевидения и радио. Только за последние годы в КНР было опубликовано несколько крупных словарей, посвященных новой лексике. Большое количество публикаций на эту тему регулярно появляются в научных и академических изданиях.

Замечено, что язык газет отличается от языка журналов большей динамикой, экспрессией, подвижностью и словарным составом. Объясняется это тем, что газеты выходят ежедневно и большим тиражом, в то время как периодичность журналов намного реже, а тиражи меньше. К тому же журналы должны выдерживать постоянную конкуренцию с телевидением.

В Китае идет постоянное обновление языка и его пополнение новыми словами и выражениями за счет различных источников. Образовалось большое количество новых слов и выражений. Данный процесс носит прагматичный характер. На страницах печати остается только то, что действительно необходимо для нынешней ситуации, когда в стране проходят крупные экономические и социальные преобразования. Для того чтобы читать газеты и журналы, нужно хорошо разбираться во внутреннем и внешнем положении дел. Без знания контекста и реалий понимание невозможно.

В современной китайской печати используются такие жанры, как заметка, комментарий, письма читателей, репортажи и др. Существует язык газет. Новая лексика показывает ускорение процесса и громадные масштабы социально-экономических преобразований в Китае. В газетах часто используются метафоры, эвфемизмы, крылатые слова, гиперболы и др.

В третьем параграфе анализируется язык СМИ в эпоху глобализации и массовой культуры. Как известно, одной из главных задач глобализации является успешное поддержание международных экономических и торговых отношений. Важным компонентом этого является реклама. Средства массовой информации, которые в условиях рыночной экономики практически не могут существовать без рекламы, являются ее носителями. Отсюда следует, что поиск рекламодателей и эффективное размещение рекламы в СМИ – одна из важнейших задач менеджеров. В Китае наиболее эффективным методом рекламы является телевидение, Интернет, затем следуют газеты, еженедельники и радио. Их всех объединяет одно – необходимость использования языка для общения с аудиторией. Отсюда специалисты в области рекламы должны обладать незаурядными филологическими способностями, чтобы грамотно, эмоционально и эстетически обоснованно создать текст рекламы. Поскольку основная часть китайских товаров идет в США и Западную Европу, то здесь внимательно изучают опыт в области рекламы ведущих западных стран, а также используемые при этом языковые средства.

Телевизионная реклама, как правило, служит для продвижения известных брендов (марки) товаров, предназначенных для городских жителей, имеющих

достаточные средства для их приобретения, но в Китае около 800 млн. чел. проживает в сельской местности. Телевизор у большинства из них есть, но уровень жизни невысокий. Поэтому для них интересна реклама, размещаемая в печати, на радио и в Интернете. Это также накладывает отпечаток на язык рекламы.

Телевизионная реклама и реклама в Интернете понятна молодым людям, а печатная реклама интересна представителям среднего и старшего возраста. Особым спросом пользуется реклама, связанная с такими бытовыми вещами, как велосипед, работа, продукты питания, например, чай, ручное шитье, фарфор, стильная одежда эпохи династии Тан и др.

Большое распространение получила реклама, предлагающая различные виды подготовительного и университетского образования. Особое распространение получила реклама учебных заведений коммерческого уровня (шансюеюань shangxueyuan), которых в стране в настоящее время уже несколько десятков тысяч. В этих учебных заведениях выдается государственный диплом. Возникли также учебные заведения, не имеющие государственной лицензии. Это явление сразу нашло отражение в новом выражении «ецидасюе» (yeji daxue - «университет диких куриц»).

На современный китайский язык, в целом, и на язык СМИ, в частности, значительное влияние оказывает иностранная лексика. В наши дни китайцы часто используют американизмы. Одни из них прямо переводятся на китайский язык, но значительное число таких слов подвергается фонетической транскрипции. Очень часто этот процесс происходит при переводе на китайский язык названий известных западных брендов (миньпай mingpai). При переводе бренда на китайский язык, возникает сложность с подбором соответствующего элитного иероглифа.

Особое внимание в настоящее время уделяется изучению лексики молодежи, а точнее, поколения Next, которое большую часть своей жизни проведет в XXI веке. Молодые китайцы воспитаны в совершенно других экономических условиях, чем их родители: свободно владеют компьютером, пользуются Интернетом, мобильной связью, увлекаются электронными играми и т.д. Они часто говорят на языке, который используется в Интернете, употребляя сокращения и кодовые значения наиболее распространенных выражений, а также знаки, обозначающие душевное настроение человека. В новых толковых словарях китайского языка уже имеются приложения такой специализированной лексики. Это поколение «поклонников музыки» (фашаою - fashaoyou). Они также используют свой язык, который основан на произвольном переводе популярных песен телеканала MTV на «Chinglish».

Также широко используются неологизмы, связанные с современными течениями в мировом бизнесе, медицине, компьютерной технике. Проблема здесь состоит в том, что иногда бывает трудно подобрать правильный иероглиф.

В Заключении подводятся основные итоги исследования, делаются обобщающие выводы, к которым пришел автор диссертации.

По проблематике диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Некоторые особенности развития языка СМИ Китая на рубеже 3-го тысячелетия //Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество». - М.: РУДН. 2005, № 7. С.216-223.

2. Отражение деятельности СМИ и институтов массовой культуры в современном китайском языке //Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество». - М.: РУДН, 2005, № 8. С.186-190.

3. О некоторых аспектах лексического многообразия современной периодической печати Китая //Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество». - М.: РУДН, 2005, № 8. С.359-368.

4. СМИ хуацяо (китайцев, проживающих за границей) //Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН «Журналистика и общество». - М.: РУДН, 2005, № 9. С.112-118.

Чжан Лигуан (Китайская Народная Республика)
Особенности развития журналистики Китая на рубеже
третьего тысячелетия

Диссертация посвящена анализу развития современной китайской журналистики в контексте реальностей двадцать первого века. Подчеркивается, что движущими силами модернизации китайской журналистики и СМИ этого периода стали экономические и политические преобразования, начатые Дэн Сяопином и продолженные его приемниками Цзян Цзэмином и Ху Цзиньтао. Отмечается, что на рубеже третьего тысячелетия система СМИ КНР достигла высокого международного уровня. Одновременно значительно возросли требования, предъявляемые к журналистам, работающим в национальных средствах массовой информации. Одновременно самое серьезное внимание стало уделяться профессиональной подготовке творческих работников СМИ. В условиях глобализации и развития Интернета и электронных СМИ происходят серьезные изменения в лексике современного китайского языка. Информационное пространство Китая привлекает к себе внимание со стороны крупнейших международных монополий. В настоящее время происходит формирование «китайской модели» журналистики нового поколения.

Материал диссертации и сделанные в ней выводы могут быть использованы при чтении курсов по теории и истории зарубежной журналистики, а также в практической деятельности журналистов-международников.

Zhang Liguang (China)
The peculiarities of Chinese journalism development at the threshold
of the third millennium

The thesis is devoted to the profound analysis of modern Chinese journalism development in the context of the XXI century realities.

The author underlines in the thesis that the economic and political transformations begun by Deng Xiaoping and continued by his successors Jiang Zemin and Hu Jintao has become the motive forces of the modernization of the Chinese journalism as well as mass media in this period.

It's also marked that at the threshold of the third millennium the Chinese mass media system has reached a high international level. Simultaneously the demands being placed on journalists working in national mass media have considerably increased. The keen attention has been given to the professional training of creative workers.

Under today's conditions of globalization as well as Internet and electronic mass media development the radical changes in the modern Chinese language vocabulary are being happened. The important international monopolies pay their attention to the Chinese information area. At the present time the formation of "Chinese model" new generation journalism is being taken place.

121- 159- 024

Отпечатано в ООО «Оргсервис—2000»
Подписано в печать 12.10.06 Объем 1,00 п.л.
Формат 60х90/16. Тираж 100 экз. Заказ № 12/10—2ч
115419, Москва, ул. Орджоникидзе, 3