
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КИТАЕ

А.Ю. Рязанова

Кафедра массовых коммуникаций
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

В статье исследуются основные направления развития журналистики Китая в сети Интернет, определяется их преемственная связь с классическими традициями, актуальность, значимость, соответствие современным запросам аудитории, выявляются существенные черты и качественно новые возможности и раскрывается своеобразие ее становления. Особое внимание автор уделяет современной ситуации функционирования журналистики в Китае, в которой возникают новые журналистские жанры с особыми поликодовыми конвергентными характеристиками. Автор обращает внимание на роль обусловленного культурной традицией языкового элемента «чэной» в формировании оригинального информационно-публицистического жанра «новостной комикс».

Ключевые слова: Интернет, журналистика, новостные сообщения, чэной, коммуникация, глобализация, жанр, стилистика.

Китайская Народная Республика занимает третье место в мире по территории и первое место по численности населения. Это одна из древнейших на земле цивилизаций, чья история насчитывает более пяти тысячелетий. Журналистика возникла в Китае после изобретения бумаги и книгопечатания. За время существования Китайской Народной Республики в стране создана система средств массовой информации, которая по своему уровню развития входит в число крупнейших в мире.

После объявления реформы открытости, которая началась в 1978 г., журналистика начала быстро развиваться. В первое десятилетие XXI в. общее количество ежегодного тиража газет составляет 19 млрд 500 млн экземпляров, охват населения радиовещанием достиг 88,2%, телевидением — 89%, а телезрителей насчитывалось более 900 млн человек [1; 3]. Сегодня развитие журналистики набирает еще более быстрые темпы, количество газет, периодических изданий, информационных агентств, радиостанций и телевизионных станций сильно возрастает.

С середины 1990-х гг. стремительно развиваются сетевые средства массовой информации. Первым случаем использования интернет-сети китайской газетой можно считать появление электронного выпуска газеты «Ханчжоу» 6 декабря 1993 г. Однако по-настоящему первым крупным шагом стал электронный выпуск журнала «Ученик из Шенчжоу». В 1996 г. СМИ Китая друг за другом начинали выходить в онлайн-пространство. 1 января 1996 г. «Жэньминь жибао», «Газета Гуанчжоу. Электронный выпуск» и «Акции Китая. Электронный выпуск» начали публикации в Интернете. К концу 1996 г. более 30 газет и 20 журналов начали активную работу в Сети, Центральное китайское телевидение в декабре того же года создало собственный сайт. К концу 2000 г. среди 10000 СМИ более чем

2000 редакций обзавелись своими сайтами. На сегодняшний день практически все китайские традиционные виды СМИ создали свои сайты [2].

В настоящее время сетевая медиасреда Китая стала самым влиятельным и стабильным по развитию, новым и инновационным видом СМИ КНР. Новостные сервисы китайского Интернета уделяют все большее внимание оригинальности контента. Именно углубление оригинальности контента, опирающееся на собственную уникальность, способствует успешному развитию Интернета как средства массовой информации и коммуникации. Совершенствование мультимедийного способа вещания в Интернете также чрезвычайно важно для полноценного развития китайских онлайн-СМИ.

Интернет в Китае благодаря своим достоинствам стал уникальным средством массовой информации, которое быстрее всех остальных китайских СМИ реагирует на важные политические события и чрезвычайные ситуации. Благодаря усиленной работе, обеспечивающей своевременность выпускаемых новостей, интернет-СМИ Китая заняли солидное положение среди мировых СМИ.

В то же время в Китае осуществляется серьезная деятельность по фильтрации информации в Сети, удаляются сообщения, блокируется информация по определенным ключевым словам как внутри государства, так и из-за рубежа. Начиная с 1994 г., когда Интернет стал доступен общественности, было принято 60 различных нормативных актов, регламентирующих интернет-коммуникацию в КНР. Интересно, что еще в 2007 г. власти Китая издали закон, запрещающий размещение любой негативной информации в китайских СМИ. Принятие этого закона сопровождалось карательными мерами властей против оппозиции и арестами «диссидентов» [3; 5].

Интернет-цензура в Китайской Народной Республике осуществляется в рамках государственной политики Китая по ограничению (вплоть до запрета) распространения информации через Интернет. Действие законов о контроле над интернет-пространством не распространяется на Гонконг и Макао — специальные административные районы КНР, пользующиеся высокой степенью автономии. Контроль осуществляется тремя основными путями: регистрация и выдача лицензий для новостных организаций обязательна и легко аннулируется центральным правительством; многие СМИ полностью или частично зависят от фондов КПК; КПК назначает редакторов в большей части СМИ.

Кроме того, цензуре подвергаются не только китайские СМИ. Иностранные медиа, работающие внутри Китая, также подвергаются ограничениям. Контролируемое государством новостное агентство «Синьхуа» впервые реализовало законы, подвергающие цензуре иностранные СМИ, в 1996 г. А через 10 лет, в 2006 г., «Синьхуа» издало ряд дополнительных ограничений, получивших название «Меры по контролю за выходом в Китае новостей и информации иностранных новостных агентств». Новый закон включает в себя следующие ограничения: все организации иностранных СМИ должны быть одобрены «Синьхуа»; «Синьхуа» сохраняет за собой право подвергать их новости прямой цензуре и редактированию; СМИ в Китае не могут прямо публиковать или переводить новости заграничных новостных

агентств без разрешения; СМИ, нарушившие какое-либо из правил, в будущем могут быть лишены права на работу в Китае.

Система фильтрации информации в Китае получила символическое название «Великая китайская информационная стена» или проект «золотой щит». Более 30 тыс. человек обеспечивают работу этой мощнейшей системы. Веб-страницы фильтруются по ключевым словам, связанным с государственной безопасностью, а также по «черному списку» адресов сайтов. При попытке доступа к заблокированным сайтам интернет-пользователи получают сообщение не о том, что сайт запрещен, а какое-либо другое, включая «404-ю ошибку». Ключевым компонентом в китайской стратегии фильтрации является самоцензура. Компании обязаны подписать «Публичное поручительство самоцензуры и профессиональной этики». Местные провайдеры хостинга под блоги, поисковые машины и web-форумы фильтруют или удаляют контент, который вызывает подозрение. Иностранные компании, такие как Microsoft, Google и Yahoo!, тоже подвергают цензуре некоторые свои сервисы, предлагаемые ими на китайском рынке.

В частности, по сообщению Lenta.ru, китайский поисковик Google был открыт в январе 2006 г. лишь после долгих переговоров, в ходе которых от Google требовалось обеспечение цензуры поискового сервиса. До этого сайт поисковой системы Google был заблокирован в большинстве провинций Китая, чтобы ограничить доступ населения к нежелательной информации. Сейчас, после введения китайским Google самоцензуры поисковых результатов, он доступен в Китае без ограничений. Также в Китае запрещен такой ресурс, как «Википедия». Китайское правительство ввело этот запрет под предлогом «борьбы с пропагандой насилия в средствах массовой информации». В результате деятельности интернет-полиции китайский пользователь, набрав в строке поиска, например, «свобода слова» и «права человека», в лучшем случае получит доступ к прошедшим политическую цензуру сайтам.

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

В условиях ускоряющихся процессов глобализации происходят значительные изменения не только в области журналистской деятельности, но также и в языке современной китайской публицистики. Китайская журналистика имеет богатейшие традиции речевого функционирования языка и стиля СМИ. Издания, напоминавшие нынешние газеты, существовали еще за несколько сотен лет до того, как европейцы основали в Китае свои первые издания.

Модернизация концепции современной национальной журналистики стала возможной благодаря творчеству, политической и государственной деятельности крупнейших китайских мыслителей конца XIX — начала XXI вв. Основоположником публицистического стиля современной китайской журналистики считается Ван Тао (1828—1897), который оставил после себя большое публицистическое и литературное наследие, был прекрасным редактором и наставником молодых журналистов. На развитие китайской печати очень большое влияние оказала дея-

тельность крупнейших общественных деятелей Китая, выходцев из провинции Гуандун — Кан Ювэя, Лян Цичао, Янь Фу и Сунь Ятсена.

Практически в любой газетной статье можно встретить элементы вэньяня, широко используемые авторами статей как прием усиления образности через выразительно-изобразительные, иронические и оценочные средства. Язык современных СМИ Китая, с одной стороны, стремится к выразительности, экспрессивности, эмоциональности, а с другой — демонстрирует наличие большого количества штампов, заимствованных из вэньяня, придающих лаконичный характер публикациям.

В качестве стилистических средств современной публицистики, использующей вэньянизмы, могут выступать и лексика, и синтаксис, так как для стилистики соотношение языковых уровней не существенно, поскольку ее категории имеют семантический, содержательный характер (в данном случае «книжность»). Синтаксис, активно использующий служебные слова и конструкции вэньяня, в значительной мере создает «книжную» окраску газетных текстов и определяет специфику грамматического строя публицистического стиля. Слова и фразеологизмы, пришедшие в газету из старого литературного языка, играют более заметную стилеобразующую роль. К элементам вэньяня можно отнести и чэньюй, которые придают газетному тексту образность и эмоциональную окраску. В русском языке понятию «чэньюй» соответствует понятие «идиома» или «фразеологизм», что позволяет рассматривать «чэньюй» в качестве стилеобразующего средства.

Чэньюй представляет собой устойчивую языковую единицу (чаще всего четырехсложную), семантически монолитную, построенную по древним лексико-грамматическим правилам. Наиболее широко чэньюй представлены в лозунгах и призывах, заголовках и авторских статьях, они разграничены по эмоциональной окраске и употребляются как для положительной, так и для отрицательной оценки действий, событий («пусть расцветают сто цветов», «нанести решающий штрих»), «подкрепить сильного новой силой») [4. С. 19]. Именно чэньюй не только сохраняют свою значимость в сетевой журналистике, но и приобретают новые формы, в частности, форму новостного комикса (news cartoon).

Итак, СМИ в КНР развиваются в условиях глобализации, перехода в сетевой формат, осуществления цензуры и поиска новых подходов к осмыслению и презентации журналистского мнения. Журналистика Китайской Народной Республики находится в русле мировых глобализационных тенденций, одновременно сохраняя специфические особенности, связанные с китайским менталитетом и сбережением традиционных общественных ценностей. За время существования Китайской Народной Республики в стране создана система средств массовой информации, которая по своему уровню развития входит в число крупнейших в мире. В условиях информационной глобализации журналистика КНР претерпевает серьезные изменения. Процесс глобализации массмедиа в Китае в целом развивается в русле общих мировых тенденций, имея в то же время определенные специфические результаты. В настоящее время сетевая медиасреда Китая стала самым влиятельным и стабильным по развитию, новым и инновационным видом СМИ КНР.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] «21 世纪新闻传播学系列教材。中国新闻传播史»中国人民大学出版社, 编委会:主编:方汉奇,副主编:丁淦林, 何梓华, 郑兴东, 周瑞金, 赵玉明, 3—4 页) // Учебное пособие по журналистике 21 века. История китайской журналистики и коммуникации. Редакционная коллегия: главный редактор: Фан Ханьцзи, заместитель главного редактора: Дин Ганьлинь, Хо Шихуа, Чжэн Синдун, Чжоу Жоуцзин, Чжао Юмин — Пекин: Университет «Жэньминь», 2010. — 217 с.
- [2] Жизнь пользователей интернета в Китае // Газета «Жэньминь Жибао он-лайн» — URL: <http://russian.people.com.cn/31517/4252610.html> (Дата обращения — 10.11.14).
- [3] *Су Юйфан*. Интернет-журналистика КНР в контексте глобализации медиасреды: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М.: Изд-во РУДН, 2013. — 15 с.
- [4] *Баранова З.И.* Чэньюй как разряд фразеологизмов: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1969. — 16 с.

LITERATURA

- [1] Uchebnoe posobie po zhurnalistike 21 veka. Istoriya kitajskoj zhurnalistiki i komunikacii. Redakcionnaya kollegiya: glavnyj redaktor: Fan Han'czi, zamestitel' glavnogo redaktora: Din Gan'lin', Ho SHihua, CHzhohn Sindun, CHzhou ZHoucjin, CHzhao YUmin. — Pekin: Univer-sitet «ZHehn'min'», 2010. — 217 s.
- [2] ZHizn' pol'zovatelej interneta v Kitae // Gazeta «ZHen'min' ZHibao on-lajn». — URL: <http://russian.people.com.cn/31517/4252610.html> (Data obrashcheniya — 10.11.14).
- [3] *Su YUjfan*. Internet-zhurnalistika KNR v kontekste globalizacii mediasredy: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. — M.: Izd-vo RUDN, 2013. — 15 s.
- [4] *Baranova Z.I.* SHehnyuj kak razryad frazeologizmov: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. — M., 1969. — 16 s.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ONLINE JOURNALISM IN CHINA

A.Y. Ryazanova

Chair of mass communications
Peoples' friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198

In article the main directions of development of journalism of China on the Internet are investigated, their continuity decides on classical traditions, relevance, the importance, compliance to modern inquiries of audience, essential lines and qualitatively new opportunities come to light and the originality of its formation reveals. The author pays special attention to a modern situation of functioning of journalism in China in which there are new journalistic genres with special polycode convergent characteristics. The author pays attention to a role of the language element «chenyuy» caused by cultural tradition in formation of an original information and publicistic genre «news cartoon».

Key words: Internet, journalism, news, chenuy, communication, globalization, genre, style.