

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чжан Ж. Тенденции развития СМИ в контексте современной китайской политической идеологии // Litera. 2024. № 12. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.12.72672 EDN: WFYZWD URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72672

Тенденции развития СМИ в контексте современной китайской политической идеологии

Чжан Жуй

ORCID: 0009-0005-9739-0213

аспирант; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций ; Санкт-Петербургский государственный университет

199004, Россия, г. Санкт-Петербург, линия 1-я, 26

✉ st065864@student.spbu.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.12.72672

EDN:

WFYZWD

Дата направления статьи в редакцию:

09-12-2024

Дата публикации:

16-12-2024

Аннотация: На протяжении всей истории своего существования СМИ играли важную роль в формировании социальных ценностей, продвижении политических идей и влиянии на общественное сознание. В случае КНР масс-медиа функционируют не только как средство коммуникации, но и как стратегический инструмент управления и механизм укрепления государственной идеологии. Цель данной статьи заключается в выявлении особенностей эволюции идеологических функций и политических характеристик китайских медиа на разных этапах их развития. Исследуя взаимосвязь политических целей и медиа, автор подчеркивает способность китайских СМИ адаптироваться к меняющимся социальным и политическим условиям. Объектом исследования являются китайские медиа как инструмент государственной власти и механизм идеологического влияния. В качестве предмета исследования рассматривается эволюция идеологических

функций китайских СМИ на различных этапах их развития. Статья подчеркивает, что китайские медиа играют ключевую роль в продвижении партийных идеалов, политической стабильности и формировании международного дискурса. В данном исследовании применяются такие методы и подходы, как исторический, сравнительный, системный и функциональный анализ. Новизна исследования заключается в комплексном анализе трансформации китайских СМИ через призму их политических функций и идеологических задач. Основными выводами проведённого исследования являются: во-первых, выявление динамичного процесса адаптации китайских СМИ к изменениям социальной и политической обстановки; во-вторых, подчёркивание важной роли медиа в формировании общественного консенсуса и легитимности власти. Особым вкладом автора является систематизация этапов эволюции китайских СМИ — от их полной политизации к более скрытой форме политической деятельности и к реполитизации в современной эпохе. Исследование демонстрирует уникальность медийной системы Китая, которая сочетает национальные и международные цели, способствуя укреплению политического порядка внутри страны и продвижению её интересов на мировой арене. Данное исследование может быть полезно исследователям и политологам, занимающимся вопросами истории коммуникаций, реализации политических целей посредством СМИ, формирования повестки дня и политической пропаганды.

Ключевые слова:

идеология, политическая идеология, тенденции, СМИ, политизация, деполитизация, реполитизация, марксизм, социализм, функции СМИ

Введение

Политическая идеология, как ключевой механизм поддержания общественного порядка и легитимности власти, с момента её концептуализации К. Марксом и Ф. Энгельсом стала важной темой исследований в политической теории и социологии. В работе «Немецкая идеология» К. Маркс и Ф. Энгельс отметили, что идеология является основным инструментом правящего класса для укрепления легитимности своей власти посредством формирования коллективного сознания и поведения общества [\[1\]](#). Эта теория заложила фундамент для последующих исследований идеологии и была углублена трудами последующих ученых. Л. Альтюссер разработал концепцию «идеологических государственных аппаратов», подчеркивая роль таких институтов, как школы и средства массовой информации, в воспроизведстве легитимности общественных властных структур через повседневные практики [\[2\]](#). А. Грамши, в свою очередь, сосредоточился на гегемонической роли идеологии в культурной сфере, указав, что контроль над культурными ресурсами позволяет установить лидерство, обеспечивая широкое признание существующего социального порядка [\[3\]](#).

В условиях современной глобализации и цифровизации СМИ, как важнейший инструмент распространения идеологии в современном обществе, демонстрируют всё более выраженную политическую ориентацию и идеологические функции. Развитие современных информационных технологий и формирование глобальных сетей коммуникации превращают медиа не только в средство передачи информации, но и в ключевой инструмент формирования и продвижения политической культуры [\[4\]](#). В современном Китае политический характер СМИ прошёл сложный процесс

трансформации: от политизации к деполитизации, а затем к реполитизации. Этот процесс отражает уникальную эволюционную траекторию китайской политической идеологии, формирующуюся на пересечении глобализации и локализации.

Цель и методы исследования

Цель данного исследования заключается в выявлении особенностей эволюции идеологических функций и политических характеристик китайских медиа на разных этапах их развития при помощи анализа политических тенденций китайских медиа в контексте политической идеологии. В ходе работы применяются различные методы исследования, включая исторический анализ, сравнительный анализ, системный анализ, функциональный анализ. Эти методы позволили всесторонне изучить особенности изменений медийных функций и идеологических характеристик на различных этапах.

Результаты исследования

В современной научной терминологии идеология представляет собой систематизированное понятие, включающее в себя множество элементов, таких как политические лозунги, философские концепции, социальные идеалы и т. д., которые выражают отношение людей к реальности, взгляды и цели [\[5\]](#). Таким образом, идеология не возникает изолированно или спонтанно, а является продуктом конкретных исторических и социальных условий. Она становится важным инструментом социальной солидарности и управления, объясняя рациональность социального порядка, определяя направление общественного развития и формируя поведенческие нормы и ценностные ориентации граждан. В данной работе мы склонны утверждать, что основная функция идеологии заключается в ее интерпретационной и нормативной природе, т. е. через конструирование набора мировоззрений и систем ценностей она обеспечивает консенсус для социальных групп и одновременно координирует соотношение интересов в обществе.

Одновременно идеология, будучи когнитивной рамкой, во многих случаях тесно связана с политикой, особенно в форме политической идеологии как её центрального выражения. Американский исследователь Л. П. Барадат в своей работе «Политические идеологии: их происхождение и влияние» отмечает, что идеология «прежде всего является политическим термином» [\[6, с. 9\]](#). Этот взгляд подчеркивает глубокую внутреннюю связь между идеологией и политикой. Согласно М. Фридлену, политическая идеология — это систематизированная теория распределения власти и управления социальными ресурсами, главная роль которой заключается в обеспечении теоретической основы для политической практики [\[7\]](#). Политическая идеология является не только теоретической системой, но и оказывает непосредственное влияние на государственное управление через конкретные политические практики, такие как проведение политики, выборы и деятельность политических партий.

Идеология является идейным фундаментом социального развития и играет важную роль в политических и социальных трансформациях Китая. Китайский исследователь Лю Шаоцзе отмечает, что институциональные изменения, реорганизуя отношения общественных интересов, глубоко влияют на изменения в мышлении и ценностных убеждениях людей [\[8\]](#). Ян Хуа в своём определении идеологии рассматривает её как концептуальную систему или дух управления государством, подчёркивая, что идеология является продуктом государства и отражает интересы широчайших слоёв народа [\[9\]](#). Ся Гоцюн утверждает, что политическая идеология нацелена на обеспечение

доминирования государственной мысли [\[10\]](#). Фань Яолин идёт дальше, утверждая, что ядром китайской политической идеологии является марксизм, подчеркивающий не только научность но и имеющий практическую применимость. Основная цель этой идеологии — обеспечение легитимности и обоснованности власти правящей партии [\[11\]](#).

С момента основания Китайской Народной Республики СМИ, как центральный инструмент распространения политической идеологии, играли важную роль в формировании общественного мнения и определении направления государственного управления. Начиная с агитации и мобилизации в революционный период, затем переходя к управлению общественным мнением в эпоху реформ и открытости, и вплоть до современного этапа перестройки идеологии в условиях мультимедийной среды, медиа неизменно остаются важной опорой государственной политики. Через такие каналы, как печатная пресса, радио, телевидение и новые цифровые медиа, политическая идеология КНР получила широкое распространение, способствуя формированию единого общественного сознания. Так, можно выделить следующие этапы эволюции китайских СМИ:

1. Высокая степень единства между политической идеологией и СМИ (1949–1978)

После основания КНР Коммунистическая партия Китая (КПК) трансформировалась из революционной партии в правящую партию, а идеология стала ключевым инструментом в строительстве новой системы и управлении обществом. В этот период Китай столкнулся с вызовами холодной войны, а противостояние социализма и капитализма придало идеологии выраженный характер политической борьбы. Идеи Мао Цзэдуна были провозглашены руководящей идеологией государства и центральным элементом политической системы. Они предоставили теоретическую основу для победы в новой демократической революции и основания КНР. Характерной чертой этого периода стало повсеместное распространение идеологии, что отразило её фундаментальную роль в политике и обществе [\[12, с. 21\]](#).

По мере обострения политической и классовой борьбы, после основания КНР, СМИ быстро наделялись важными политическими атрибутами и идеологическими функциями и становились ключевым инструментом в консолидации власти партии и государства. В этот период СМИ рассматривались как рупор партии, правительства и народа, а роль медиаорганизаций была четко определена как отделы идеологической пропаганды и административные органы, позиции общественного мнения и идеологические фронты КПК.

В этот период СМИ постепенно превратились из инструмента общественной коммуникации в инструмент политической пропаганды партии, что привело к созданию политизированной системы управления. Свобода прессы и её независимость были целенаправленно ослаблены. Правительство быстро взяло под контроль существующие информационные агентства и сформировали партийную газетную систему во главе с «Жэньминь жибао». На национальном уровне была создана государственная информационная сеть, основой которой стали агентство «Синьхуа» и Центральное народное радио. Основными задачами этих медиаорганизаций были пропаганда политики и руководящих принципов КПК и формирование общественного мнения, а также обеспечение идеологического единства с помощью строгого контроля прессы.

В 1950-е гг. полный заимствованный подход китайских медиа к советской модели журналистики ещё больше усилил их политический характер. Например, «Жэньминь жибао» взяла за образец советскую газету «Правда», что привело к высокой степени

стандартизации стиля освещения новостей, редакционных подходов и отбора материалов. Ежедневные редакционные статьи стали обязательным элементом политической пропаганды. Содержание новостей сосредотачивалось на восхвалении достижений социализма и критике недостатков капитализма, что ограничивало правдивость и разнообразие публикуемых материалов [13]. Кроме того, источники информации строго контролировались: весь новостной контент публиковался исключительно через официальные материалы агентства «Синьхуа», а газетам различных уровней запрещалось самостоятельно собирать и публиковать международные новости. Такая модель превратила новости в прямую рупорную трансляцию политики партии и правительства, исключив их функцию как независимого канала для распространения социальной информации.

Во время последующей революции китайские СМИ достигли крайней степени политизации. Такие издания, как «Жэньминь жибао», «Цзэфанцзюнь бао» (газета Народно-освободительной армии Китая) и журнал «Хунци» (Красное знамя), известные как «две газеты и один журнал», стали единственным легитимным каналом распространения общественного мнения в стране [12, с. 37]. Их содержание было сосредоточено на пропаганде ультралевых идей и культе личности. В этот период количество газет в стране резко сократилось до нескольких десятков, а их материалы приобрели чрезвычайно однородный характер, что привело к явлению, известному как «тысячи газет с одним лицом». Медиа использовались для разжигания классовой борьбы и продвижения политической идеологии, что серьёзно подорвало их основные функции как средства передачи информации и служения обществу.

Эта модель управления средствами массовой информации, основанная на патерналистской структуре власти, постепенно закрепила систему государственной собственности на медиа в Китае. Через бюрократическую организацию и административную структуру отрасли была завершена институциональная консолидация медийной системы на общенациональном уровне [14]. Несмотря на то, что такая модель на ранних этапах эффективно способствовала укреплению стабильности власти и идеологическому единству, её чрезмерная ориентация на политические приоритеты значительно ослабила социальные функции медиа. Это не позволило эффективно преодолеть отставание в экономическом развитии и однообразие культурной жизни. В этот период тенденция к политизированию СМИ была особенно ярко выражена: их функции практически полностью обслуживали политические нужды, что привело к утрате объективности и независимости. Только после окончания Культурной революции в 1976 г. эта ситуация начала постепенно улучшаться.

2. Деполитизация и скрытая политизация СМИ (1978–2012)

Начало политики реформ и открытости в 1978 г. ознаменовало переход китайской политической идеологии от крайней классовой борьбы к удовлетворению реальных потребностей в экономическом развитии и социальном прогрессе. В этот период политические функции медиа также начали постепенно трансформироваться. Главный руководитель КНР Дэн Сяопин заявил: «Экономическая работа — это главная политика на данный момент, экономические вопросы — это политика, превосходящая всё остальное» [15]. Этот приоритет экономического развития занял центральное место в государственной политике и нашёл широкое отражение в повестке дня медиа. Идеологическая трансформация, сосредоточенная на экономическом строительстве, изменила роль медиа: от инструмента, напрямую обслуживающего политическую борьбу, они перешли к новому формату, основная задача которого заключалась в освещении

успехов экономического развития и социальных реформ.

В указанный период основные тенденции в медиа-сфере характеризовались поддержкой и продвижением политики реформ и открытости. Подчеркивая достижения экономического строительства, СМИ обеспечивали поддержку общественного мнения для построения легитимности социалистической рыночной экономики. В то же время СМИ постепенно превратились из высокоцентрализованного инструмента пропаганды в субъект коммуникации, который акцентировал внимание на общественных проблемах, и стали обращать внимание общества на вопросы жизнеобеспечения, построения правового государства и социальной несправедливости. Однако эта трансформация не означала полного разрыва с политикой, напротив, она придала новую форму служения идеологическим функциям правящей партии.

Так, партийные издания, например, «Жэнъминь жибао», продолжали играть роль основного инструмента пропаганды политики, публикуя редакционные статьи и специальные репортажи, которые укрепляли легитимность политики и разумность национальных целей развития. Одновременно различные газеты начали изменять структуру содержания, чтобы соответствовать новым социальным запросам. Например, «Гуанмин жибао» и «Экономический ежедневник» сыграли ключевую роль в продвижении реформаторской политики и достижений в экономическом развитии, в то время как городские издания, такие как «Хуасийская городская газета» и «Southern Weekly», сосредоточились на освещении вопросов, связанных с жизнью населения и социальными проблемами. Эти издания постепенно стали важной силой среди новых медиа. Такое многообразное развитие не только повысило привлекательность СМИ, но и косвенно демонстрировало поддержку партийной и государственной политики в управлении общественным мнением.

В конце 1980-х – начале 1990-х гг., на фоне кардинальных изменений в Восточной Европе и распада Советского Союза, изменения в международной идеологической структуре оказали значительное влияние на Китай. Распространение сомнений в социализме и популярность теории «провала социализма» [\[16\]](#) в некоторых западных странах побудили китайские СМИ еще более активно подчеркивать легитимность руководства КПК и правильность выбранного пути строительства социализма с китайской спецификой.

В этом контексте СМИ стремились сохранить идеологическое единство, продвигая достижения страны в обеспечении стабильности и социального развития, а также опровергая внешнюю критику социалистической системы. Одновременно на Всекитайском совещании по управлению газетами в 1992 г. были сформулированы четыре характеристики журналистики (политическая, информационная, культурная, надзорная) и пять функций (передача информации, образование, надзор, просвещение, развлечение), что четко определило роль СМИ в условиях социалистической рыночной экономики [\[17\]](#). СМИ перестали быть исключительно инструментом пропаганды и начали рассматриваться как культурный товар с рыночными характеристиками. Этот процесс был запущен с создания таких газетных групп, как «Гуанчжоуский ежедневник». Начался процесс группирования газет, а китайские медиа стали уделять больше внимания международным коммуникациям. Например, газета «Цанькао сяоси» (Справочные новости) заняла важное место в освещении международных событий.

С углублением глобализации и информатизации СМИ начали уделять больше внимания искусству коммуникации и привлечению общественного внимания, делая политическое выражение менее явным. Несмотря на то, что содержание медиапродукции стало более

разнообразным и ориентированным на развлечения, в освещении ключевых политических вопросов и международных событий основным приоритетом оставались защита национальных интересов и поддержание общественного порядка. Например, в 2006 г. тогдашний лидер Китая Ху Цзиньтао в статье в газете «Цзефанцзюнь бао» подчеркнул необходимость «повышения привлекательности, убеждающей силы и боеспособности новостной пропаганды» [\[18\]](#), тем самым подтвердив принцип, согласно которому СМИ должны служить национальным стратегическим целям.

Эта модель коммуникации, сочетающая экономические функции с политическими целями, позволила медиа не только способствовать развитию рыночных механизмов, но и продолжать активное продвижение социалистических ценностей.

3. Реполитизация СМИ и международная коммуникация (2012 – настоящее время)

Проведение XVIII съезда КПК в 2012 г. ознаменовало начало новой эры в политической идеологии Китая. В 2013 г. председатель Си Цзиньпин подчеркнул, что «идеологическая работа является чрезвычайно важной задачей партии», и выдвинул задачу поощрения и практического внедрения социалистических основных ценностей [\[19\]](#). Это направление призвано через консолидацию общественного консенсуса и руководство общественными идеями отвечать на вызовы, связанные с многообразием культур и идей. В рамках этого процесса политическая функция СМИ была значительно усиlena. Однако это не означало простого возвращения к прежней модели «высокой политизации». Напротив, этот процесс представляет собой более сложную и динамичную форму «реполитизации», которая адаптирована к современным условиям и требованиям.

В условиях реполитизации роль китайских СМИ претерпела значительные изменения: они трансформировались из простого инструмента пропаганды в сложную систему, тесно взаимодействующую с политической и социальной сферами. Изменение их политической функции проявляется на нескольких уровнях. Во-первых, через активное освещение руководящей роли правящей партии и её политики СМИ способствуют дальнейшему укреплению легитимности и центрального положения партии в национальном и международном дискурсах. Например, такие ведущие издания, как «Жэньминь жибао» и агентство «Синьхуа», с помощью редакционных статей, специальных репортажей и аналитических комментариев демонстрируют преимущества системы под руководством КПК, её политические достижения и успехи в управлении. Это способствует формированию внутри страны высокого уровня общественного признания партии. Во-вторых, агентство «Синьхуа» как ключевая структура международной коммуникации активно использует многоязычные платформы для трансляции глобальной аудитории образа китайской модели развития как легитимной и успешной. Эта деятельность играет важную роль в обеспечении информационной поддержки подъёма Китая на мировой арене и укрепления его позиций в условиях глобализации.

В процессе реполитизации медиадеятельность в Китае перестала ограничиваться исключительно объективным изложением фактов. На промежуточных этапах передачи информации, таких как сбор данных журналистами, редакционная проверка и влияние ценностных ориентаций медиакомпаний, неизбежно проявляется определённая ценностная направленность. Политика и идеология, как концентрированное выражение системы ценностей, пронизывают все этапы работы СМИ, становясь ключевым элементом их операционной логики. В этот период СМИ были чётко определены как неотъемлемая часть дела КПК. Исследования марксистской теории журналистики стали теоретической основой для их развития [\[20\]](#). На этой базе была выстроена уникальная система

функционирования СМИ, обладающая китайской спецификой, которая обеспечивает их роль как инструмента реализации партийной политики и укрепления идеологических основ.

В рамках этой системы китайские СМИ сосредотачиваются на позитивной пропаганде, полностью подчиняя свою деятельность достижению государственных политических целей. Этот подход особенно ярко проявляется в практике новостного освещения.

Например, агентство «Синьхуа», интегрируя национальные и международные новости, акцентирует внимание на достижениях Китая в таких сферах, как борьба с бедностью, экономический рост и международное сотрудничество. Это позволяет подчеркнуть успехи государственного управления и укрепить легитимность правящей партии. Газета «Жэньминь жибао» на национальном уровне использует специальные репортажи и серию аналитических комментариев, направленных на формирование у общественности позитивного восприятия политики партии и государства.

Другой заметной чертой процесса реполитизации стало усиление политической направленности СМИ в международной коммуникации, где важнейшей задачей стало формирование и укрепление международного дискурса Китая. Например, CGTN (Китайский международный новостной телеканал) через международные новостные репортажи, документальные фильмы и культурные программы акцентирует внимание на достижениях Китая в развитии и его дипломатических инициативах. В частности, освещая инициативу «Один пояс, один путь», CGTN демонстрирует её прогресс, берёт интервью у лидеров и экспертов стран-участников, многогранно подчеркивая лидирующую роль Китая в международном сотрудничестве.

Кроме того, дипломатическая концепция «Сообщество единой судьбы человечества» благодаря широкому распространению в медиа усиливает международное признание Китая как ответственной мировой державы. Она подчёркивает глобальную управленческую компетенцию Китая и его конструктивную роль в решении международных вопросов.

Следует подчеркнуть, что независимо от того, идет ли речь о продвижении социалистических ключевых ценностей во внутреннем информационном пространстве или о формировании глобальной роли Китая в международной коммуникации, китайские СМИ неизменно ориентированы на обслуживание государственных политических целей. Посредством позитивной интерпретации как внутренних, так и международных тем, медиа формируют политически согласованный нарратив, направленный на укрепление общественного единства и повышение легитимности правящей партии. В этот период реполитизация СМИ представляла собой не только расширение их функций, но и полноценное обновление их операционной логики и ценностной ориентации, демонстрируя уникальность и современную значимость китайской медиасистемы.

Выводы

Проанализировав историческую эволюцию и функциональные характеристики политических тенденций китайских СМИ, можно четко увидеть, что СМИ всегда были важным инструментом распространения идеологии и политической практики. На разных исторических этапах политическая функция СМИ демонстрировала динамичный процесс адаптации: от высокой политизированности к неявной политизированности, а затем к постепенному переходу к реполитизации в новую эпоху. Эта эволюция не только отражает историческую логику социально-экономического и политического развития Китая, но и подчеркивает центральное положение СМИ в государственном управлении и

формировании общественного консенсуса.

Библиография

1. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. – Пекин: Народное издательство, 1961. – 728 с.
2. Althusser L. Lenin and Philosophy, and Other Essays. – New York: Monthly Review Press, 1971. – 139 р.
3. Шевченко М. А. Концепция культурной гегемонии А. Грамши в рамках теории массовой коммуникации // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2019. №5-1 (33). – С. 159–161.
4. Макаревич Э. Ф., Карпухин О. И. Политическая культура и идеология массовых коммуникаций // Евразийский юридический журнал. – 2015. – № 11(90). – С. 299–301.
5. Овчинников А.И. Понятие государственной идеологии и ее функции в современном государстве // Философия права. 2012. №2 (51). – С. 84–89.
6. Baradat L. P., Phillips J. A. Political Ideologies: Their Origins and Impact. – London: Routledge, 2019. – 361 р.
7. Freedman M. Ideology and Political Theory // Journal of Political Ideologies. – 2006. – Vol. 11(1). – Р. 3–22.
8. Лю Шаоцзе. Идеологическая дифференциация и интеграция в процессе институциональных изменений // Цзянхай сюэкань. – 2007. – №1. – С. 111–117.
9. Ян Хуа. Институциональное строительство гарантии идеологической безопасности в новый период Китая // Хунаньская социальная наука. – 2011. – №1. – С. 68–71.
10. Ся Гоюн. О вызовах и контрмерах для развития политической идеологии в Китае в новый период // Журнал Хубэйского института образования. – 2006. – №4. – С. 49–51.
11. Фань Яолинь, Сюй Цзюнь. Об идеологической логике долгосрочного правления Коммунистической партии Китая // Журнал Южнокитайского технологического университета (издание по общественным наукам). – 2024. – Т. 26(06). – С. 12–20.
12. Чэнь Лидань. История китайской журналистики после 1949 года. – Пекин: Издательство Пекинского университета, 2019. – 98 с.
13. Фан Ханьци. Хроника китайской журналистики. – Фуцзянь: Народное издательство, 2000. – 1853 с.
14. Ли Цзидун, Ху Чжэньгун. Политическая идеология Китая и реформа СМИ: взаимосвязь и влияние // Университет журналистики. – 2013. – №4. – С. 10–16.
15. Дэн Сяопин. Избранные труды. Том. 2. Пекин: Народное издательство, 1994. – 194 с.
16. Ши Сяонин. Историческая эволюция идеологической работы партии с момента основания нового Китая и ее основные последствия. // Наблюдения и размышления. 2020. – №5. – С. 77–87.
17. Чэнь Ни. Социальная ответственность китайских журналистов в условиях интеграции СМИ. – Пекин: Издательство Коммуникационного университета Китая, 2019. – 761 с.
18. Председатель КНР Ху Цзиньтао и другие руководители Военной комиссии посетили газету HOAK. URL: <http://mil.news.sina.com.cn/2006-01-04/0558341909.html>. (дата обращения: 07.12.2024)
19. Си Цзиньпин. Имея в виду большую картину, постигая ее и сосредотачиваясь на больших вопросах, стараться лучше работать в пропаганде и идеологической работе. <http://theory.people.com.cn/n/2013/1015/c40531-23203583.html> (дата обращения: 07.12.2024)
20. Гао Цзиньпин. Направление, путь и практика реформы журналистики в Китае в новую эпоху // Вестник Хунаньского университета (издание по общественным наукам). – 2019. – Том. 33(6). – С. 1–5

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Статья «Тенденции развития СМИ в контексте современной китайской политической идеологии» представляет собой исследование в области риторики текстов средств массовой информации.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения формирования цикличности тенденций к политизации и реполитизации в современном медийном дискурсе Китая.

Текст статьи хорошо структурирован. В статье представлены введение, цели и методы исследования, результаты исследования, а также выводы и библиография.

Цель данного исследования - выявить особенности эволюции идеологических функций и политических характеристик китайских медиа на разных этапах их развития при помощи анализа политических тенденций китайских медиа в контексте политической идеологии.

В качестве методов автором на различных этапах исследования были использованы исторический анализ, сравнительный анализ, системный анализ и функциональный анализ.

В разделе «Результаты исследования» автор последовательно описывает этапы политизации и реполитизации в китайских СМИ в XX-XXI вв. Выделяются три основных периода: период высокой степень единства между политической идеологией и СМИ (1949–1978), период деполитизации и скрытая политизация СМИ (1978–2012) и современный период, характеризующийся реполитизацией СМИ и международной коммуникацией (2012 – настоящее время).

Анализируя современное состояние политизации китайских СМИ, автор отмечает, что, «во-первых, через активное освещение руководящей роли правящей партии и её политики СМИ способствуют дальнейшему укреплению легитимности и центрального положения партии в национальном и международном дискурсах». А также что, «Во-вторых, агентство «Синьхуа» как ключевая структура международной коммуникации активно использует многоязычные платформы для трансляции глобальной аудитории образа китайской модели развития как легитимной и успешной». Таким образом автор объясняет тенденции с скрытой политизацией китайских средств массовой информации, что приводит также к формированию в медиа политически согласованного нарратива, направленного на укрепление общественного единства и на повышение легитимности правящей партии КНР.

В заключении автор делает вывод о том, что «на разных исторических этапах политическая функция СМИ демонстрировала динамичный процесс адаптации: от высокой политизированности к неявной политизированности, а затем к постепенному переходу к реполитизации в новую эпоху. Эта эволюция не только отражает историческую логику социально-экономического и политического развития Китая, но и подчеркивает центральное положение СМИ в государственном управлении и формировании общественного консенсуса».

Данный вывод можно считать достоверным.

Стиль статьи научный, информация представлена объективно, выводы обоснованы результатами исследования.

Объём статьи является достаточным.

Статья оформлена в соответствии с требованиями к научным статьям, содержит ссылки на источники и список литературы, включающий в себя наиболее актуальные исследования по данной теме.

Таким образом, можно заключить, что статья «Тенденции развития СМИ в контексте

современной китайской политической идеологии» представляет собой научно-исследовательскую работу высокого уровня, которая вносит вклад в изучение актуальных тенденций в области немецкого словообразования. Работа соответствует требованиям, предъявляемым к научным статьям, и может быть рекомендована к публикации в журнале «Litera».