

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

*На правах рукописи*

**ЧЖАН Шисюань**

**ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ КИТАЯ  
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ**

Научная специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

На соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель —

Доктор филологических наук,

профессор

Тепляшина А. Н.

Санкт-Петербург

2024

## Оглавление

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Характеристики современной китайской журналистики</b> .....	25
<b>1.1. Ценностные ориентиры как исследовательское направление в Китае</b> .....	26
<b>1.2. Достижения китайских СМК в цифровую эпоху</b> .....	31
<b>1.3. Структурные характеристики китайских новых медиа</b> .....	35
<b>1.4. Особенности контента китайской цифровой журналистики</b> <b>Китайская журналистика: политическая и социальная мораль СМИ</b> .....	44
<b>Глава 2. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая</b> ..	56
<b>2.1. Особенности распространения информации в Китае</b> .....	58
<b>2.2. Трансформация китайской журналистики</b> .....	60
<b>2.3. Меркантильность китайской журналистики</b> .....	75
<b>Глава 3. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы</b> .....	90
<b>3.1. Формирование концепции «цифровой журналистики» в Китае</b> .....	95
<b>3.2. Изменения в журналистской этике в Китае на примере Кодекса этики для китайских журналистов</b> .....	119
<b>3.3. Тенденция развития методов исследования цифровой журналистики в Китае</b> ....	144
<b>Заключение</b> .....	157
<b>Приложение</b> .....	160
<b>Список литературы</b> .....	162

## Введение

Ценностные ориентиры являются существенным элементом профессионального мышления журналистов, определяя направление и формулирование новостной информации. Они принадлежат к категории базовых ценностей, формирующих систему ценностей общества и выступающих как некий фреймворк для принятия решений в процессе новостной деятельности.

Распространение информации изменилось: от «своевременного сообщения» – к «мгновенному распространению», от «погоны за новым контентом» – к «погоне за показателями интернет-трафика», от «четвертой власти» – к «журналисту-крестьянину» (*нонгмингуну*) и т. д. Все эти изменения требуют от исследователей соответствующей переоценки традиционных журналистских ценностей, без которой сложно будет адаптироваться к новой системе коммуникации.

### Актуальность исследования

Быстрое развитие цифровых технологий внесло множество изменений в общество, журналистика не стала исключением. Сегодня журналистика сталкивается с изменением новостных тем, аудитории, структуры новостей.

Китай добился определенных успехов в области цифровых технологий, что делает данное исследование актуальным с учетом особенностей китайского общества и культуры, в частности, в области теории журналистики.

В процессе трансформации журналистики легко увидеть преимущества современных технологий: они удобны, интерактивны и оперативны. Однако,

при том, что произошло изменение традиционных журналистских норм, новые журналистские ценностные нормы еще не установились, что приводит к возникновению ряда проблем.

В своей работе мы намерены проанализировать структурные особенности журналистики в Китае в цифровую эпоху, а также обобщить изменения в ценностных ориентациях журналистики и проблем, возникших в профессиональной этике в настоящее время.

Существуют определенные различия в ценностных ориентациях журналистики между Китаем и Западом, которые определяются политическими, экономическими и культурными факторами. Среди них китайская конфуцианская мораль и современные социалистические факторы, оказывающие большое влияние на ценностные ориентации журналистики в Китае.

Китайская журналистская идеология, которая рассматривает «прессу как рупор партии», отличается по духу от западной журналистской идеологии. Поэтому авторы обобщают рассуждения о журналистских ценностях в официальных СМИ и объединяют их с Кодексом этики китайских журналистов, который продвигает Китайская ассоциация журналистов (СЖА). Это позволяет объяснить изменения в ценностях китайской журналистики, скрытые за социальным прогрессом.

В цифровую эпоху скорость обновления СМИ возрастает, что приводит к изменениям в характере работы журналистов-практиков в данной сфере и к возникновению новой профессиональной этики. Вследствие изменения технологических процессов и технологической производительности изменились основы китайской журналистики, и большому количеству журналистов пришлось начать искать новые способы работы, чтобы адаптироваться к новым изменениям в обществе.

Мы предполагаем, что китайская журналистика будет более разнообразной, а также более демократичной. С одной стороны, это связано с тем, что распространение информации в условиях цифровых технологий перешло от односторонней пропаганды к взаимному распространению информации; с другой стороны, этому способствовала многолетняя практика политических реформ, экономической либерализации и культурного разнообразия, проводимых Китаем на протяжении последних четырех десятилетий, а также значительное повышение уровня образования китайского народа благодаря реформам в сфере образования.

### Цель данного исследования

Цель нашего исследования заключается в выявлении закономерностей эволюции китайской журналистики и исследовательских тенденций в контексте цифровой эпохи. Исходя из результатов исследований в социологии, экономике и этике, в данной работе мы проводим сравнительный анализ и даем интерпретацию характеристик, проблем и исследовательских тенденций ценностных ориентиров журналистики Китая в настоящее время.

### Задачи

В задачи данной работы входит:

- описать особенности китайской журналистики в цифровую эпоху;
- проанализировать вызовы и риски современной китайской журналистики и ее ценностных ориентиров в зависимости от каналов коммуникации и контента;

- описать эволюцию и формирование концепции цифровой журналистики в Китае;
- описать социальную организацию, возникающую в связи с вопросами ценностной ориентации в Китае в цифровую эпоху;
- наметить направления исследований и этические тенденции в китайской журналистике в цифровую эпоху;
- дать рекомендации по вопросам развития и этики лицам, работающим в сфере медиа в цифровую эпоху.

### Объект исследования

Система ценностей журналистики Китая.

### Предмет исследования

Трансформация ценностных ориентиров журналистики Китая в цифровую эпоху.

### Гипотеза

С наступлением цифровой эпохи развитие журналистики в Китае претерпело кардинальные изменения. Наша гипотеза состоит в том, что реформа журналистской работы продолжится и в последующем при определенных условиях: 1) одобрение и всемерная поддержка руководства коммунистической партии и правительства Китая; 2) дальнейшее обновление и развитие современных технических устройств; 3) постоянное совершенствование Этического кодекса журналистов Китая.

Для того чтобы убедиться в том, что именно таковы тенденции развития средств массовой информации в стране, мы намерены проанализировать структурные особенности современной журналистики в Китае, обобщить изменения в ценностных ориентациях журналистики, возникшие в связи с этим проблемы и возможные пути их решения.

### Методы исследования

В работе использованы следующие методы исследования:

- 1) структурно-функциональный метод;
- 2) метод сравнительного анализа;
- 3) ситуационный анализ;
- 4) анализ медиатекстов, опубликованных китайскими официальными лицами и организациями;
- 5) анализ основных новостных сайтов за последние 5 лет.

### Теоретико-методологическая база

В данном исследовании используются результаты научно-исследовательской работы китайских, западных и российских ученых, разработавших и применяющих теории ценностных ориентаций. В нем также рассматриваются механизмы информации с точки зрения коммуникатора, коммуникационной перспективы и перспективы аудитории в контексте цифровой эпохи, а также практические потребности в контексте глобализации. Активно исследуются социальные проблемы, возникающие в процессе изменения технологий в цифровую эпоху, обсуждается будущее развитие технологий после их применения.

В «Большом энциклопедическом словаре» слово *ценность* толкуется как «положительная или отрицательная значимость объектов окружающего мира для человека, социальной группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Различают материальные, общественно-политические и духовные ценности; положительные и отрицательные ценности»<sup>1</sup>.

В философских и социальных (общественных) науках термин *ценность* используется для указания на человеческую и культурную значимость определенных явлений действительности<sup>2</sup>. Понятие «ценность» можно воспринимать в качестве элемента философского категориального аппарата, определяющего мировоззренческие установки человека.

Ценности, определяющие образ общественной жизни современного человека и манеру его поведения, рассматриваются как особый мир автономных духовных сущностей, находящихся вне времени и пространства, существующих независимо от человека и общества. Они представляются вечными и незыблемыми нормами, которые невозможно обосновать эмпирически<sup>3</sup>. Поэтому можно предположить, что формирование ценностных ориентиров – это субъективный выбор под влиянием среды.

---

1 Большой энциклопедический словарь. М.: АСТ, Астрель, Encyclopaedia Britannica, Lingua, 2009. 936 с.

2 Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие М.: Изд-во Моск.ун-та, 2003. ISBN: 5-211-04706-0. С. 12.

3 Ростовская Т. К., Калиев Т. Б. Мир ценностей молодого поколения россиян и казахстанцев // Ценности и смыслы 2018. № 1 (53). С. 78–90.



В то же время ценности могут иметь положительную или отрицательную значимость для человека или группы людей, поскольку они тесно связаны с жизнью общества, в котором они находятся.

Критерии и способы оценки этой значимости выражаются в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Различают материальные, общественно-политические и духовные ценности; положительные и отрицательные ценности.

А. Я. Канапацкий считает, что ценностью «высшего ранга, аккумулирующей в себе всё “царство ценностей” Вселенной», является духовность, трудноуловимая природа которой пронизывает всё ценностное пространство современного социума<sup>4</sup>.

Журналистские ценности представляют собой убеждения, которыми руководствуются журналисты, опираясь на свое понимание практической сферы и общих особенностей журналистики. Они являются основой для формирования единого журналистского сообщества и служат инструментом, с помощью которого журналисты защищают свою профессиональную независимость и вступают в дискуссии с коллегами и другими участниками медиасреды.

С развитием цифровых технологий средства массовой информации становятся все более важным фактором жизни людей. А новые технологии могут оказать огромное влияние на ценности, и не только положительное, что вызывает заметное беспокойство в обществе.

Для того чтобы глубже понять предмет данного исследования, нами были изучены некоторые классические работы западных ученых о ценностных ориентирах журналистики. Мы изучили работы С. Дж. Э. Уорда, Д. Вайн, К. Бэтти, Р. Мьюра, С. Жижек, С. Аллана, С. Картер, С. Кушн, Л. Денцик, И.

---

<sup>4</sup> Канапацкий А. Я. Онтологическая истинность духовности: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Уфа, 2004. С. 30.

Гарсиа-Бланко, Д. Харриса, Р. Самбрука, К. Валь-Йоргенсен, Э. Уильямса, Г. Бона, М. Маклюэна<sup>5</sup>.

Изменения в технологии приводят к изменениям в окружающей среде. Как утверждает А. В. Россошанский, медийные фреймы представляют собой одну из «мягких» и эффективных форм манипулятивного коммуникативного воздействия, которые постоянно адаптируются, с одной стороны, с учетом изменения глобальной конъюнктуры информационного пространства, а с другой, в соответствии с внутренними политическими, социально-экономическими и социокультурными потребностями. Однако данная адаптивность может по своей функциональности как носить социально конструктивную направленность, так и приводить к социально деструктивным последствиям в результате применения указанных технологий<sup>6</sup>.

Исследуя ценностные ориентации в России, О. Н. Савинова пишет об изменениях, произошедших за последние десятилетия. Современное общество, утверждает она, в течение нескольких последних лет стоит на распутье: отказавшись от традиционных нравственных ориентиров прошлого, оно так и не пришло к выработке новых единых стандартов.

Несмотря на то что цифровые технологии привнесли огромный прогресс в современные СМИ, предоставляя зрителям более богатую и свободную информацию, они, тем не менее, могут создавать определенные проблемы для

---

5 Ward, Stephen J. A. Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics // *Journal of Mass Media Ethics*. 2005. March. Vol. 20 (1). P. 3–21. DOI: 10.1207/s15327728jmme2001\_2; Vine, Josie; Batty, Craig; Muir, Rilke. A question of ethics: the challenges for journalism practice as a mode of research // *Journal of Media Practice*. 2016. July. Vol. 17 (2/3). P. 232–249. DOI: 10.1080/14682753.2016.1248193; Žižek, Slavoj. *The Sublime Object of Ideology*. London, 1989; Allan, Stuart; Carter, Cynthia; Cushion, Stephen; Dencik, Lina; Garcia-Blanco, Inaki; Harris, Janet; Sambrook, Richard; Wahl-Jorgensen, Karin; Williams, Andy. *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities*. Routledge, 2020. ISBN 978-0-429-86846-7.

<sup>6</sup> Россошанский А. В. «Новостные ценности» российских СМИ // *Изв. Саратов. ун-та: нов. сер. Сер. Социология. Политология*. 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novostnye-tsennosti-rossiyskih-smi>. обращения: 06.05.2024.

СМИ и общества. Поэтому некоторые ученые выражают обеспокоенность по этому поводу.

Современные СМИ не только фиксируют нарушение иерархии ценностных семейных приоритетов, но, к сожалению, и сами зачастую способствуют процессу их девальвации. Сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, и в первую очередь детей и молодежи<sup>7</sup>.

Надо сказать, что журналистские ценности в Китае и России различаются в силу исторических факторов. Судя по результатам исследования О. В. Смирновой, С. Б. Стебловской и Ван Фан, в Китае в ценностно-смысловом аспекте явственно апеллируют к конфуцианскому цивилизационному коду, его доминирующим смыслом выступают идеи ценности государства, патриотизма и народного единства. В России исходят преимущественно из догмата общечеловеческих ценностей и фокусируются на ответственности перед обществом, примате свободы частного мнения и права его высказывать<sup>8</sup>.

В силу специфики развития журналистики в Китае действуют особенные культурные и политические факторы. В связи с этим некоторые ученые ограничены в понимании контекста китайской журналистики. Так, среди исследователей есть мнение, что «китайские основные СМИ по-прежнему находятся под жестким контролем, в то время как социальные конфликты усиливаются, а националистические настроения обостряются»<sup>9</sup>. Фактически

---

<sup>7</sup> Савинова О. Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ // Вестн. ННГУ. 2013. № 4–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-v-zerkale-sovremennyh-smi>.

<sup>8</sup> Смирнова О. В., Стебловская С. Б., Ван Фан. Ценностные ориентации журналистов России и Китая: сравнительный анализ профессионально-этических кодексов // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-zhurnalistov-rossii-i-kitaya-sravnitelnyy-analiz-professionalno-eticheskikh-kodeksov>.

<sup>9</sup> Xin Xin. The Impact of «Citizen Journalism» on Chinese Media and Society // Journalism Practice. 2010. Vol. 4(3). P. 333–344. DOI: 10.1080/17512781003642931.

подобный анализ игнорирует такие факторы, как структурные особенности китайской журналистики и ее отличия от западной, особенности методов коммуникации в Китае, а также аудитории в этой стране. Кроме того, с наступлением цифровой эпохи произошло резкое изменение способов производства, что сказалось на развитии медиаиндустрии. В этих условиях ценности китайской журналистики также отличаются от западных.

Мы можем выделить три основные отличительные особенности китайской журналистики, которые игнорируются западными исследователями.

Во-первых, прослеживается особенность доминирования марксистского взгляда в китайской журналистике, который отличается от марксистской концепции, принятой в других странах. Разработка марксистских журналистских ценностей рассматривается как важная составляющая процесса китаизации марксизма и тесно связана с мировоззрением и взглядами на жизнь журналистов. Определение новостных ценностей и установление марксистских журналистских ценностей являются необходимыми предпосылками для успешного осуществления социалистической журналистики в Китае с учетом национальных особенностей, особенно в условиях рыночной среды и в контексте новых средств массовой информации. Журналисты и новостные СМИ должны сознательно становиться «глазами, ушами и рупором» партии и народа. В то же время китайские ученые проводят исследования новых теорий, которые более соответствуют современным особенностям Китая в рамках марксистского взгляда на журналистику. Такими исследованиями занимаются, например, Я. Баоцзюнь, Х. Юй, Ф. Юаньюань, Я. Вэйвэй<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Я. Баоцзюнь. Ценности новостей и создание ценности новостей /// *Международ. журналистика*. 2003. № 03. С. 45–50; Ян Баоцзюнь, Ван Минь. О типичных характеристиках китайских марксистских журналистских ценностей // *Journal of Shanxi University (Philosophy and Social Science Edition)*. 2018. No. 41 (06). P. 63–71. DOI: 10.13451/j.cnki.shanxi.univ(phil.soc.).2018.06.009; Хао Ю. Конструирование и практика новостных ценностей в системе китайского дискурса // *Young Journalists*. 2022. No. 9. P. 9–12. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2022.09.033;

Во-вторых, в китайской журналистике важную роль играют экономические и технологические достижения, принесенные политикой реформ и открытости. На фоне повышения производительности труда сфера журналистики в Китае интенсивно меняется. С наступлением цифровой эпохи новые изменения претерпела как сама журналистика, так и ее ценности. Китайские ученые активно исследуют трансформацию ценностных ориентиров журналистики в цифровую эпоху на фоне новаторских цифровых технологий. К таким исследованиям можно отнести работы Г. Хэнань, Х. Цянь, Х. Ицин, Л. Цзычао, Д. Цзюньфэй<sup>11</sup>.

В-третьих, китайская философия и традиционная культура продолжают оказывать влияние на ценности современных китайских журналистов. Хотя понятие журналистики появилось в Китае только в XX в., китайская культура имеет богатые традиции распространения информации, развивавшиеся на протяжении тысячелетий. Под влиянием информационного обмена с Западом китайские ученые начали изучать китайский язык общения и китайскую теорию коммуникации. Среди них следует упомянуть Я. Цзинюня и Ш. Пейрена, которые предполагают, что, в отличие от современной западной традиции «передачи» в коммуникации, китайцы уделяют больше внимания концепции «принимающей субъективности»<sup>12</sup>.

Сегодня китайская теория журналистики разрабатывает свою собственную уникальную теоретическую базу. Развитие цифровых технологий будет

Хао Ю. Марксистские журналистские ценности: структура, значение и практическая осуществимость // *China Publishing*. 2022. No. 12. P. 17–21.

<sup>11</sup> Го Хэ Нань, Хэ Цянь. Деконструкция и реконструкция ценностей новостей в Китае в перспективе алгоритмической рекомендации // *Journal of Southwest University for Nationalities (Humanities and Social Sciences Edition)*. 2020. No. 41(06). P. 150–156; Ху Ицин, Ли Цзычао. Переосмысление ценности новостей: размышления на основе философии технологии // *Young Journalists*. 2017. No. 552 (04). С. 11–13. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2017.04.008; Ду Цзюньфэй. Журналистика — это человек, журналистика — это антропология // *International Journalism*. 2018. No. 40 (02). P. 22–29. DOI: 10.13495/j.cnki.cjic.2018.02.004.

<sup>12</sup> Яо Цзинюнь, Шао Пэйрэн. Экспериментальное исследование построения китайской теории коммуникации: от «передаточного взгляда на коммуникацию» к «приемному взгляду на коммуникацию» // *Zhejiang Social Science*. 2018. No. 264 (08). P. 120–128+159. DOI: 10.14167/j.zjss.2018.08.014.

способствовать обновлению теории китайской журналистики. В центре внимания китайских ученых оказываются журналистика данных, иммерсивная журналистика и алгоритмическая журналистика. С их помощью Китай сможет разработать новую теоретическую систему для цифровой эпохи и еще больше структурировать мышление китайской журналистики.

Ч. Цзюнь, Ч. Хайсун и Ш. Хуэй<sup>13</sup> в своих исследованиях отмечают, что влияние цифровых технологий – это неоднозначный процесс. С одной стороны, новые технологии повысили эффективность распространения информации и изменили присущий им способ передачи информации; с другой стороны, современные технологии породили также ряд новых проблем. Существует потенциальная опасность, затрагивающая вопросы морали, этики и ценностей журналистики.

Изучив перечисленные концепции, мы также рассмотрели проблемы, реально возникающие в журналистике. Они преимущественно касаются коммуникатора, канала коммуникации и аудитории.

### Характеристика эмпирического материала

Информация, представленная автором, основана на анализе материалов, полученных от официальных китайских учреждений (Internet Society of China; China Academy of Information and Communication Technology; China Internet Information Center и т. д.)<sup>14</sup>, а также от международных исследовательских

---

<sup>13</sup> Чжоу Цзюнь. Журналистские проступки. People's Daily Press, 2013; Чжу Хайсун. Фрагментированная коммуникация микроблогов. Гуандун: Гуандунское экономическое издательство, 2013; Шао Хуэй. Исследование этической несостоятельности онлайн-журналистики в период перехода СМИ: дис. Восточно-китайский нормальный ун-т, 2018.

<sup>14</sup> URL: <https://www.isc.org.cn/>. Дата обращения: 15.04.23; <http://www.caict.ac.cn/>. Дата обращения: 15.04.23; <https://www.cnnic.com.cn/>. Дата обращения: 15.04.23.

институтов Pew Research Center<sup>15</sup>, World Internet Conferent<sup>16</sup>, McKinsey Greater China и др.<sup>17</sup>

Также был проанализирован опыт научных учреждений, представленный, к примеру, «Отчетом об исследовании фальшивых новостей», ежегодно публикуемым Лабораторией инноваций в журналистике Нанкинского университета в Китае<sup>18</sup>.

Помимо этого, была изучена информация с веб-сайтов правительства Китая, официальных китайских информационных агентств (Агентство новостей Синьхуа, People's Daily, Quyi, Central People's Broadcasting Station и т. д.) и четырех основных китайских новостных интернет-сайтов (Tencent News, Netease News, Sina News, Sohu News и т. д.).

Исследование будет проводиться в контексте развития цифровой эпохи. Цифровая эпоха – это век распространения информации с помощью электронных средств. Несмотря на то, что информация стала передаваться быстрее, а способ общения стал более интерактивным, зависимость людей от технологий еще больше усилила ряд изменений в журналистских ценностных ориентирах и этических упущениях, которые необходимо прояснить в рамках данного исследования.

Основное внимание будет уделено развитию журналистики в Китае в цифровую эпоху. В связи с технологическими достижениями в области цифровых информационных технологий и различиями между Китаем, развивающимся в условиях социалистической рыночной экономики, и Западом будут построены новые модели развития журналистики и появятся новые последствия.

---

<sup>15</sup> URL: <https://www.pewresearch.org/>. Дата обращения: 15.04.23.

<sup>16</sup> URL: <https://cn.wicinternet.org/>. Дата обращения: 15.04.23.

<sup>17</sup> URL: <https://www.mckinsey.com.cn/>. Дата обращения: 15.04.23.

<sup>18</sup> URL: <https://jil.nju.edu.cn/>. Дата обращения: 15.04.23.

## Основные научные результаты

1. Цифровые технологии внесли новые изменения в структуру китайской журналистики и оказали влияние на ее развитие, породив новые характеристики. Однако из-за того, что экономическое и технологическое развитие часто опережает развитие научной теории, теория журналистики в цифровую эпоху находится на стадии исследования. Этот вопрос обсуждается в разделах 1.2 и 1.3 статьи «Характеристики китайской журналистики в эпоху цифровых технологий».<sup>19</sup>

2. Цифровая эпоха развивается на фоне быстрого экономического трансформации Китая, где традиционная пропагандистская модель все больше подвергается влиянию рыночной экономики и порождает многочисленные этические проблемы в журналистике. Эти проблемы включают монополию информации крупных интернет-компаний в условиях рыночной экономики, а также изменения в трудовых отношениях, вызванные изменениями в производительности и средствах производства. Этот вопрос рассматривается в разделах 2.2 и 2.3 и обсуждается в статье «Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая».<sup>20</sup>

3. Анализируя документы «Этические нормы китайских журналистов», опубликованные Китайской ассоциацией журналистов с 90-х годов до настоящего времени, можно утверждать, что ценности китайских

---

<sup>19</sup> Чжан Шисюань. Характеристики китайской журналистики в эпоху цифровых технологий // МНКО. 2021. № 4(89). С. 427–429. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristiki-kitayskoy-zhurnalistiki-v-epohu-tsifrovuyhtehnologiy> (из списка публикаций автора диссертации).

<sup>20</sup> Чжан Шисюань. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая // МНКО. 2022. № 3(94). С. 316–318. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovremennyh-professionalnyh-standartov-vzhurnalistike-kitaya> (из списка публикаций автора диссертации).



журналистов переходят от прежней единой политической ориентации к все большей диверсификации. Это также отражает, что китайская журналистика сталкивается с все большим количеством новых проблем. Этот вывод анализируется в разделе 3.2 и опубликован в статье «Создание системы ценностей в китайской журналистике».<sup>21</sup>

4. В ответ на широкую интеграцию цифровых технологий и средств массовой информации, обобщены новые тенденции развития китайской журналистики в цифровую эпоху, а также области интересов китайских ученых. Этот вопрос разъясняется в разделах 3.1 и 3.3 и опубликован в статье «Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы».<sup>22</sup>

#### Научная новизна

В данном исследовании:

1. представлены новые характерные особенности развития журналистики в цифровую эпоху в Китае;
2. рассматриваются этические проблемы и ценностные изменения, возникшие в китайской журналистике в процессе ее развития;
3. описываются новые изменения в цифровой журналистике, касающиеся организаций, учебных заведений и частных лиц в Китае;

---

<sup>21</sup> Чжан Шисюань. Создание системы ценностей в китайской журналистике // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Гуманитарные науки. 2023. № 7(183). С. 168–174. URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e1c841a3-b6fb-4587-8b3c-5960b90e1268> (из списка публикаций автора диссертации).

<sup>22</sup> Чжан Шисюань. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы // Современный ученый. 2023. № 2(44). С. 31–36. URL: <https://sujournal.ru/wp-content/uploads/2023/04/su-2.pdf> (из списка публикаций автора диссертации).

4. анализируется направление исследований цифровой журналистики в Китае;

5. демонстрируется развитие теории журналистики в Китае в цифровую эпоху.

В данном исследовании приводятся новые доказательства, а также предлагаются новые идеи.

### Структура работы

Диссертация состоит из трех глав. В первой главе изложены достижения развития китайской журналистики в цифровую эпоху. Выясняются предпосылки развития цифровой журналистики в современном Китае. Анализируются структурные характеристики новых СМИ Китая в цифровую эпоху и особенности журналистского выражения. Эти характеристики не только зависят от влияния марксистской теории журналистики, но и демонстрируют влияние китайской политики реформ и открытости, опирающихся на рыночную экономику.

Во второй главе на основе анализа СМИ определяются проблемы, возникшие перед китайской журналистикой в условиях коренных изменений в области информационных технологий, которые повлекли за собой радикальное изменение ценностей китайской журналистики. Автор анализирует эти ценностные проблемы с точки зрения науки о коммуникации, в частности, с точки зрения контента, коммуникаторов, каналов распространения информации и аудитории.

В третьей главе сравниваются подходы китайских ученых к пониманию журналистики в цифровую эпоху. Ценности цифровой журналистики в Китае представлены с точки зрения ценностей организаций, школ и отдельных

людей. Кроме того, автор анализирует проблемные вопросы и направления развития исследований журналистики в цифровую эпоху в Китае.

### Практическая значимость

Результаты работы, описанной в диссертации, будут способствовать более систематическому пониманию развития журналистики в цифровую эпоху в Китае. Обобщение возникших проблем и перспектив развития цифровой журналистики в Китае будет способствовать также решению будущих проблем, связанных с ценностными ориентациями, которые несут в себе цифровые технологии.

### Положения, выносимые на защиту

1. Понятие «ценностные ориентиры» не имеет четкой дефиниции, в научной литературе встречаются различные его определения, не всегда совпадающие по смыслу с тем, как оно используется в Китае. В данном контексте эти понятия анализируются в основном с точки зрения журналистской этики и функций журналистики.

Основное внимание исследователей фокусируется на следующих аспектах: во-первых, обсуждение в основном проходит с точки зрения свободы и ответственности или соответствия прав и обязанностей журналистов; во-вторых, со стороны ответственности, которую должны брать на себя СМИ, часто более конкретное, не глубокое, чтобы сформировать четкое и единое представление.

2. Следующие несколько десятилетий станут ключевым периодом для развития цифровых технологий Китая. Экономическое развитие Китая создает лучшие условия для развития цифровых технологий. Таким образом, Китай

начал лидировать в мире по развитию новых СМИ. Однако экономическое развитие часто опережает развитие культурной и научной теории, поэтому исследования ценностно-ориентированной журналистики в цифровую эпоху все еще находятся на стадии разработки.

Из структурных характеристик современной китайской журналистики в эпоху цифровых технологий следует, что она находится на стадии становления, но уже может поделиться опытом с другими странами. С одной стороны, китайская журналистика способствует развитию социального управления и социальной экономики, с другой стороны, постоянно предоставляет новые возможности для распространения информации о Китае, как внутри страны, так и за ее пределами.

3. Из внутренней мотивации следует, что ценностная ориентация журналистов в цифровую эпоху утрачивается сама собой.

Ценностную ориентацию китайских журналистов сопровождало три этапа истории: период, когда у китайской интеллигенции преобладали ценности, связанные с изданием газет для просвещения народа, противостоянием феодализму и призывами к национальному освобождению; период после 1949 г., когда журналистика служила «рупором» китайского правительства и партии; период, когда возникло чувство свободы под влиянием духа западной коммерческой журналистики после внедрения в Китае политики реформ и открытости.

В настоящее время китайская журналистика переживает период стремительного перехода в цифровую эпоху, а традиционная пропагандистская модель все больше подвергается влиянию идеи рыночной экономики. На фоне этих изменений в журналистике коммерческая конкуренция и стремление к прибыли снова и снова ставят журналистов перед выбором между деньгами и этикой.

С одной стороны, постепенная монополия крупных интернет-платформ в последние годы заставила распространителей новостей беспокоиться о капитале и власти; с другой стороны, зависимость от алгоритмов искусственного интеллекта привела к переменам в способе производства новостей, что, в свою очередь, привело к изменениям в социальной ответственности журналистов.

4. Под ценностной ориентацией понимаются ценности, отраженные в выборе новостного контента субъектом новостной коммуникации в процессе новостной коммуникации. Поэтому характеристики цифровой журналистики также реконструировали традиционные ценности китайской социальной журналистики.

С одной стороны, цифровые технологии способствуют большему разнообразию новостного контента. В течение долгого времени новости в Китае, как правило, представляли собой пропаганду одной политической цели. Однако в новом поколении журналистика уже не является единственным инструментом политической пропаганды, но в то же время предлагает более широкий спектр функций. В частности, с появлением Интернета как нового средства массовой информации значение журналистики становится более разнообразным с точки зрения общественной информации и культурных знаний, а ее функции – более разнообразными по мере того, как она становится более связанной со своей аудиторией.

С другой стороны, происходит большая демократизация журналистики. В новую эпоху журналистика становится все более тесно связанной с народом и не является односторонней пропагандой. С древних времен китайские тексты скорее были пересказом истории с точки зрения императора, героя повествования, семьи или государства. Такой подход привел к тому, что в китайских новостях больше внимания уделяется информации об обществе на макроуровне, а внимания на жизни отдельных людей не хватает.

В цифровую эпоху сближение с аудиторией привело к тому, что новостной контент стал больше фокусироваться на судьбе отдельного человека. Более жизненный новостной контент и большая доступность к новостному контенту привели к более демократичному и плюралистическому подходу в журналистике не только вследствие изменения отношений между коммуникатором и аудиторией, но и потому, что аудитория стала решающей силой в формировании судьбы СМИ.

5. Цифровая журналистика, как новый путь исследования журналистики, критикует, переосмысливает и наследует ценностные ориентации журналистики.

Хотя цифровые новости уходят своими корнями в развитие и следования традиционной журналистики, они бросают вызов теории журналистики и методам журналистских исследований.

Появление новых реалий неизбежно окажет влияние на старое мышление. Цифровая журналистика Китая в новую эпоху уделяет больше внимания аспектам размышлений и критики, а ее теоретическая исследовательская работа должна рассматривать дискурс технологического оптимизма. Таким образом, необходимой предпосылкой цифровой журналистики является то, что журналистика придает новое значение технологиям.

Автор диссертационного исследования имеет 10 опубликованных научных работ, отражающих основные положения диссертации, среди мест публикации – четыре рекомендованных издания из списка ВАК. Основные результаты исследования докладывались на международных конференциях.

1. Характеристики китайской журналистики в эпоху цифровых технологий // МНКО. 2021. № 4(89). С. 427–429. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristiki-kitayskoy-zhurnalistiki-v-epohu-tsifrovyyhtehnologiy>.

2. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая // МНКО. 2022. № 3(94). С. 316–318. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovremennyh-professionalnyh-standartov-vzhurnalistike-kitaya>.
3. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы // Современный ученый. 2023 № 2(44). С. 31–36. URL: <https://sujournal.ru/wp-content/uploads/2023/04/su-2.pdf>.
4. Создание системы ценностей в китайской журналистике // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Гуманитарные науки. 2023. № 7(183). С. 168–174. URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e1c841a3-b6fb-4587-8b3c-5960b90e1268>.
5. Ценность китайской журналистики в контексте марксизма // VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук» (13–14 сент. 2022 г.). С. 166–168. URL: [https://mnic.pgau.ru/file/doc/konferencii/2022/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%92%D0%9A-40-22.pdf](https://mnic.pgau.ru/file/doc/konferencii/2022/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%92%D0%9A-40-22.pdf)
6. Модель рентабельности журналистики в цифровую эпоху образует новый «информационный кокон» // Международная конференция и конкурс научных работ «Медиа чтения СКФУ взгляд молодых исследователей» (19–20 мая 2022 г.). С. 277–278. URL: [https://pureportal.spbu.ru/files/97993145/\\_2022\\_.pdf](https://pureportal.spbu.ru/files/97993145/_2022_.pdf)
7. Ценностные ориентиры журналистики Китая // 21-я международная конференция студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей «Медиа в современном мире, молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 9–11 марта 2022 г.). С. 133–135. URL:

[https://pureportal.spbu.ru/files/94082504/\\_2022.pdf](https://pureportal.spbu.ru/files/94082504/_2022.pdf) .

8. Проблемы и изменения в китайской журналистике в цифровую эпоху // I Всероссийская конференция Региональная журналистика «Культурные коды, пространство смыслов, полиэтничный дискурс» (Ростов-на-Дону, 10–12 ноября 2022 г.). С. 256–259. URL: <https://hub.sfedu.ru/storage/1/1310362/b09367ac-8259-4db7-82a7-69f857323083/>.
9. Анализ эстетических аспектов в эволюции средств коммуникации в цифровую эпоху: от Иммануила Канта до Пола Левинсона // Философия и культура в XXI веке: о кросс-культурных аспектах эстетического опыта: матер. науч. конф. 5–9 дек. 2022 г. М.: Моск. гос. ун-т., 2022. Сертификат о выступлении.
10. Philosophical reflections on digital technology-based journalism in China in the digital age // World Conference on Arts, Humanities, Social Sciences and Education. Valencia, Spain, October 24–25, 2022. Сертификат о выступлении. URL: <https://eurasiaconferences.com/events/valencia/2022/arts-humanities-social-sciences-and-education>.



## Глава 1. Характеристики современной китайской журналистики

Цифровая эпоха, как феномен, обусловленный более высоким уровнем экономического развития по сравнению с предшествующим ей временем аграрной и индустриальной экономик, представляет собой объект исследования, требующий внимания и осмысления в рамках академического анализа. Принято считать, что в цифровую эпоху знания и информация являются ключевыми производственными факторами, инновации в цифровых технологиях – это основная движущая сила, современная информационная сеть является важным носителем, а цифровые технологии глубоко интегрированы в реальную экономику. При этом мы повышаем цифровой уровень традиционных отраслей в обществе и ускоряем воссоздание моделей экономического развития и социального управления новой эры.

В нашей жизни наступает цифровая эпоха, новые медиа становятся все более серьезной силой: огромное количество информации ежедневно наполняет жизнь людей через новые медиа. По этой причине система новых медиа в цифровую эпоху является не только важной частью общества – ее внутреннее функционирование превратилось в сложную структуру. В отчете «China Internet Development Report 2020» («China Internet Development Report 2020»)<sup>23</sup> указано, что в 2019 г. масштабы цифровой экономики Китая достигли 35,8 трлн. юаней, что составляет 36,2% ВВП страны, а общий масштаб и темпы роста цифровой экономики Китая были одними из лучших в мире<sup>24</sup>.

Поэтому, прежде чем изучать этот вопрос, нам необходимо получить полное представление о развитии Китая в цифровую эпоху. Ввиду того что для

---

<sup>23</sup> Дин Ханьцин, Ян Я, Юй Го-мин. Десять характеристик и тенденции развития китайского рынка интернет-рекламы 2020 года – на основе анализа отчета о данных интернет-рекламы Китая (2020) // Journalism. 2021. Vol. 2. P. 34–39. DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2021.02.005.

<sup>24</sup> Синьхуа: «Масштаб цифровой экономики Китая достиг 35,8 трлн юаней». URL: [http://www.xinhuanet.com/fortune/2020-11/23/c\\_1126776832.htm](http://www.xinhuanet.com/fortune/2020-11/23/c_1126776832.htm). Дата обращения: 1.12.2020.

Китая характерен социализм, ценностная ориентация китайской журналистики отличается от западной. Таким образом, важным является исследование статуса развития новых медиа в Китае в эпоху цифровых технологий.

### **1.1. Ценностные ориентиры как исследовательское направление в Китае**

Исследование ценностных ориентаций журналистики – это междисциплинарное изучение профессиональной этики новостной журналистики, изучение природы журналистики, закона развития, социальной ценности и других аспектов. В процессе исследования рассматриваются следующие вопросы: принципы и нормы журналистской этики, моральные обязательства и моральная ответственность журналистов, моральный выбор и моральная оценка поведения при распространении новостей, журналистская этика: законы и правила, моральная самодисциплина журналистов, моральные качества и моральное воспитание журналистов и т. д.

Изучение журналистских ценностей и этики впервые началось в Соединенных Штатах Америки. Во многом это было связано с принятием в 1787 г. Первой поправки Конституции США, касающейся свободы слова и свободы прессы. Поскольку по этой поправке цензура в печати была запрещена, а журналистика бурно развивалась, чтобы предотвратить возможность злоупотреблений в работе журналистов появились предложения разработать специальный профессиональный этический кодекс.

В 1914 г. Уолтер Уильямс (Walter Williams) сформулировал «кредо журналиста» (Journalist's Creed)<sup>25</sup>, которое явилось попыткой сформулировать всеобъемлющий этический кодекс журналиста. С развитием современной журналистики, уже после Второй мировой войны, всё больше стран мира стали формулировать этические стандарты журналистики в соответствии со своими особенностями ее развития. В 1924 г. в США вышла первая монография по журналистской этике Нельсона Аннинга Кроуфорда «Этика журналистики» (The Ethics of Journalism)<sup>26</sup>.

В 1954 г. Международная федерация журналистов (International Federation of Journalists, IJF) приняла Декларацию принципов поведения журналистов (Declaration of Principles on the Conduct of Journalists), основное содержание которой касается независимости журналистики, объективности в подаче новостей, свободы журналистов и честности правосудия. Сегодня многие из этих принципов приняты консенсусом журналистов в разных странах.

В Китае ведутся дискуссии по поводу определения объекта изучения журналистской этики. Согласно одной точке зрения журналистская этика – это «наука, изучающая возникновение и формирование профессиональной этики журналистов»<sup>27</sup>; «дисциплина, изучающая формирование профессиональной этики и поведенческих норм журналистов и их законы»<sup>28</sup>. Согласно другой точке зрения журналистская этика – это изучение феномена журналистской

---

<sup>25</sup> Farrar, Donald T. A Creed for My Profession: Walter Williams, Journalist to the World. Columbia: University of Missouri Press, 1998. 264 p. (Missouri Biography Series). ISBN 0-8262-1188-7.

<sup>26</sup> The Ethics of Journalism: Nelson Antrim Crawford. Johnson Reprint, 1924.

<sup>27</sup> Краткий словарь журналистики / под ред. Юй Цзяхун, Нин Шуфань, Сюй Пейтинг, Тань Цитай. Ханчжоу: Чжэцзянское нар. изд-во, 1984.

<sup>28</sup> Гань Шифэнь, Цянь Синьбо, Чэн И, Хун Илун. Словарь журналистики. Хэнань: Хэнаньское нар. изд-во. 1993

этики как объекта. Это учение, выясняющее происхождение, развитие и социальную роль журналистской этики, раскрывающее природу журналистской этики и законы ее развития; это наука, решающая проблему нравственных отношений человека и поведенческих норм в журналистской практике и социально-нравственной функции СМИ на основе принципов общей этики; это изучение нравственных качеств и нравственного воспитания журналистов-практиков<sup>29</sup>.

Фокус этих двух мнений не одинаков и до сих пор вызывает споры. В первом случае речь идет только о профессиональной этике журналистов, во втором – о двух предметах изучения: о профессиональной этике журналистов и о социально-нравственной функции СМИ, что более соответствует понятию «журналистские ценности» в русском языке.

Исследование ценностных ориентаций журналистики в Китае затрагивает журналистику, этику, социологию и психологию. В китайских исследованиях ценностных ориентаций журналистики нужно отметить две важные даты – 1918 и 1949 годы.

В 1918 г. в Пекинском университете появилось Общество исследования журналистики, которое положило начало современным журналистским исследованиям в Китае. Оно издавало журнал «Еженедельные новости» (《新闻周刊》) – первое профессиональное журналистское издание в Китае.

В 1923 г. вышла первая монография о журналистике в Китае «Век прикладной журналистики» (《世纪应用新闻学》), в которой ее автор Шао Пэйпин отстаивал ценности китайской журналистики. С одной стороны, она должна унаследовать идеал личности и моральные качества, характерные для китайских ученых, которые включали в себя честность, терпение, трудолюбие, мужество и т. д. С другой стороны, взгляды Шао Пэйпина отличались от

---

<sup>29</sup> Чжоу Хуншу. наброски журналистской этики. Синьхуа: Изд-во Синьхуа, 1995.

взглядов китайских журналистов, были ближе к западной концепции журналистики: он выдвинул концепции «преодоления класса» и «независимой личности». Он считал, что чем ближе человеческое общество к культуре, тем выше требования и ответственность журналистики. Поэтому журналисты должны укреплять свою нравственную культуру, иметь чувство социальной ответственности и стремиться к правдивости фактов<sup>30</sup>.

После образования Китайской Народной Республики в 1949 г. коммуникационные институты страны были в основном национализированы в результате революции, а газеты, радиостанции и другие средства коммуникации стали государственными. В этот период развитие журналистского образования в Китае шло медленно, а исследований, посвященных теориям журналистики, было немного. Основной теорией журналистики была марксистская теория журналистики, которая подчеркивала инструментальную природу журналистики.

Вторая фаза исследований приходится в основном на 1978 г., после китайской реформы, когда некоторые новые теории о журналистских исследованиях пришли в Китай из-за рубежа. Тогда китайские ученые начали проводить свои исследования с точки зрения журналистской этики и журналистских функций. Например, в 1984 г. Юй Цзяхун и др. составили Краткий словарь журналистики<sup>31</sup>; в 1995 г. Издательство Синьхуа опубликовало «Наброски журналистской этики» профессора Чжоу Хуншу<sup>32</sup>; в 1997 г. в Издательстве Фуданьского университета вышел учебник «Курс журналистской этики» под редакцией Чэнь Гуйланя<sup>33</sup>, в 2000 г. в издательстве

---

<sup>30</sup> Шао Пэйпин. Очерки Шао Пэйпина о журналистике. Пекин: Изд-во Пекинского ун-та, 2008.

<sup>31</sup> Краткий словарь журналистики: указ. соч.

<sup>32</sup> Чжоу Хуншу. Наброски журналистской этики. Синьхуа: Изд-во Синьхуа, 1995.

<sup>33</sup> Чэнь Гуйлань. Курс журналистской этики. Фудань: Изд-во Фуданьского ун-та, 1997.

Синьхуа – «Журналистская этика» Корал Хуанг<sup>34</sup>; в 2001 г. Издательство Китайского народного университета опубликовало «Краткий курс журналистской этики» под редакцией Лан Хунвэня<sup>35</sup>, издательство «Образование Хубэй» – «Цветной баланс: новое исследование этики СМИ» Чэнь Чаонаня<sup>36</sup> и др.

В этот период китайские исследователи журналистики стали больше анализировать свободу прессы, которой должны обладать СМИ в процессе рыночных отношений, и опираться на западные теории социальной ответственности, чтобы изучить, как ограничить свободу прессы в рамках ответственности, чтобы СМИ могли стать социальной силой добра. Чэнь Лидань представил две западные теории СМИ в книге «Либеральная теория и теория социальной ответственности»<sup>37</sup>.

Исследователи в области этики, со своей стороны, глубоко размышляли над тем, почему и какую моральную ответственность несут новостные коммуникаторы, используя философские теории и ресурсы. Хуан Фуфэн начинает свой анализ с диалектической взаимосвязи между моральным обязательством и моральным правом и считает, что «без моральной свободы СМИ теряют свою субъективность, без моральной ответственности СМИ теряют связь с другими факторами в обществе. Свобода – это внутренняя основа моральных прав СМИ, а ответственность – это внешнее условие для того, чтобы СМИ могли пользоваться моральными правами»<sup>38</sup>.

---

<sup>34</sup> Хуанг, Корал. Журналистская этика. Синьхуа: Изд-во Синьхуа, 2000.

<sup>35</sup> Лань Хунвэнь. Краткий курс журналистской этики. Ренмин: Изд-во Ренминского ун-та Китая, 2001.

<sup>36</sup> Чан, Чао-Нам. Цветные весы: новое исследование этики СМИ. Hubei Education Press, 2001.

<sup>37</sup> Чэнь Лидань. Либеральная теория и социальная ответственность // Современная коммуникация. 2003. № 3. С. 4–5.

<sup>38</sup> Хуан Фуфэн. Исследование этики средств массовой информации. Пекин: China Social Science Press, 2009. С. 149.

## 1.2. Достижения китайских СМК в цифровую эпоху

Цифровая эпоха открывает новое поле для средств массовой информации, с развитием технологий выстраивается целостная система, постепенно формируется ее уникальная современная культурная система. Появился ряд новых культурных символов цифровых технологий, которые все чаще становятся общим выражением современной культуры. В то же время появление Интернета и новых медиатехнологий в цифровую эпоху дало культуре новый способ выражения – в виртуальном пространстве. Поэтому с точки зрения тенденций исторического развития будущая цифровая культура обязательно повлияет на реальное общество и представления человека через развитие новых медиа.

Согласно 45-му статистическому отчету китайского CNNIC о развитии Интернета в Китае в 2020 г. по состоянию на март 2020 г. количество китайских пользователей Интернета достигло 904 млн., что превышает общее количество пользователей Интернета в ЕС и США<sup>39</sup>. Для сравнения: по данным социальной сети Tik-Tok количество активных пользователей их платформы, недавно превысило 400 млн.

Согласно отчету «China Internet Development Report 2020» на конец 2019 г. количество интернет-пользователей China Mobile достигло 1,319 млрд., что составляет 32,17% от общего числа пользователей Интернета в мире; общее количество базовых станций 4G достигло 5,44 млн. – более половины от общего числа базовых станций 4G в мире; объем транзакций электронной торговли составил 34,81 трлн. юаней (первое место на мировом рынке электронной торговли); объем транзакций онлайн-платежей достиг 249,88 трлн. юаней, объем мобильных платежей находится на ведущем уровне в мире;

---

<sup>39</sup> «The 45th China statistical report on internet development». URL: [http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c\\_1589535470378587.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm). Дата обращения: 15.05.2.

внутренняя цифровая экономика с добавленной стоимостью 35,8 трлн. юаней прочно заняла второе место в мире.

Еще в 2017 г. в отчете компании McKinsey «Китай в цифровую эпоху: создание новой конкурентоспособной экономики» говорилось: «Сегодня Китай уже является мировым лидером в области цифровой экономики... и одним из основных мировых лидеров по внедрению цифровых технологий в потребительском секторе. И он будет главной страной-инвестором и страной-лидером в цифровой области... В будущем экономика Китая станет более динамичной, и все большее количество китайских компаний сможет участвовать в глобальной конкуренции, экспортировать опыт цифрового бизнеса и играть важную роль в глобализации»<sup>40</sup>.

В 1994 г. Китай подключился к Интернету, и с этого времени в Китае началась цифровая эра. За более чем 20 лет развития китайские цифровые технологии вышли на самый высокий уровень в мире. Надо отметить, что Китай извлек выгоду из прогресса китайской экономической культуры в условиях открытой экономики и социалистической коммерциализации. Данное явление именуется социализмом с китайской спецификой, или марксизмом в Китае.

2017 г. стал важным для Китая в сфере развития Интернета и цифровых технологий. С. Цзиньпин впервые предложил: «Мы должны углублять стратегию инноваций и развития промышленного интернета, систематически продвигать создание инфраструктуры промышленного интернета и системы управления ресурсами данных, играть роль основных ресурсов и инновационного двигателя данных, а также ускорить формирование цифровой сети, возглавляемой и поддерживаемой инновационной экономикой». С 2017г.

---

<sup>40</sup> Хуа Цянсен, Ченг Чжэнминь, Ван Вэй и др. Китай в эпоху цифровых технологий: создание новой глобально конкурентоспособной экономики // Глобальный институт McKinsey. 2012. № 12. С. 1–17.



концепция промышленного Интернета постоянно фигурирует в отчетах правительства Китая о развитии<sup>41</sup>.

Проследим хронологию этих изменений.

В 2018 г. была разработана платформа промышленного Интернета. В 2019 г. расширена система «Smart+» для обеспечения трансформации и модернизации обрабатывающей промышленности. К 2020 г. страна пришла к развитию промышленного Интернета и продвижению умного производства. В 2021 г. система развивалась, были созданы общие платформы для исследований и разработок технологий, повышения инновационного потенциала и специализации малых и средних предприятий. В 2022 г. произошло существенное ускорение развития промышленного Интернета, культивирование и развитие цифровой отрасли, производство интегральных схем и искусственного интеллекта, а также повышение уровня технологических инноваций и потенциала поставок ключевого программного и аппаратного обеспечения.

Начиная с 2017 г. на Всемирной интернет-конференции публикуется «Доклад о развитии интернета в Китае» и «Доклад о мировом развитии Интернета». В ноябре 2022 г. на Всемирной интернет-конференции 2022 г. в Учжэне на высшем уровне опубликованы документы «Доклад о развитии Интернета в Китае за 2022 год» и «Отчет о развитии Интернета в мире за 2022 г.». Статистические отчеты поддерживаются Китайским институтом сетевых исследований, аналитическими центрами Интернета и исследовательскими институтами по всему миру<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Промышленный интернет придает новый импульс экономическому развитию Китая. URL: <http://xinhuanet.com/techpro/20220316/39559b8158b2422d94d64ab004c56e72/c.html>. Дата обращения: 03.16.2023.

<sup>42</sup> Выпуск «синей книги» отчета о развитии интернета в Китае 2022 и отчета о развитии интернета в мире 2022. URL: [http://www.cac.gov.cn/2022-11/09/c\\_1669622017232374.htm](http://www.cac.gov.cn/2022-11/09/c_1669622017232374.htm). Дата обращения: 06.02.2023.

В «Докладе о мировом развитии интернета за 2022 г.» оценивалось развитие Интернета в 48 странах и регионах мира, отражались достижения и развитие интернет-строительства в различных странах мира. В нем указывается, что глобальная информационная инфраструктура оптимизируется и модернизируется, ускоряется коммерциализация спутникового Интернета, цифровые технологии способствуют дальнейшему развитию применения искусственного интеллекта, а цифровая экономика помогает восстановлению мировой экономики. При этом в отчете также указывалось, что, хотя строительство цифрового правительства ускоряется, но цифровой разрыв между странами мира увеличивается, и это является все более и более очевидным. Социальные медиа становятся основным полем битв общественного мнения и даже информационных войн; часто появляются лазейки в кибербезопасности, в связи с этим повышается необходимость регулирования цифрового рынка. Конкуренция в киберпространстве между странами также усиливается.

В «Докладе о развитии Интернета в Китае за 2022 г.» отмечается: строительство информационной инфраструктуры в Китае занимает лидирующие позиции в мире, завершено планирование интегрированного центра больших данных; преимущества цифровых технологий для рынка, экономики, общественных услуг и социальной культуры становятся все более очевидными, а правительство Китая постепенно совершенствует правовое строительство и управление Интернетом. С помощью системы показателей DEDI (индекс цифровой экономики и общества) в этом отчете оценивается уровень развития различных регионов Китая (за исключением Гонконга, Макао и Тайваня) по четырем аспектам: цифровая инфраструктура, индустрия цифровой экономики, цифровое управление и ценность данных. Среди них Гуандун, Пекин, Цзянсу, Чжэцзян, Шанхай, Шаньдун, Тяньцзинь, Сычуань, Фуцзянь и Хубэй входят в первую десятку. Общий анализ показывает, что сила

цифровой экономики в регионе Пекин–Тяньцзинь–Хэбэй, районе Большого залива Гуандун–Гонконг–Макао и городской агломерации дельты реки Янцзы в настоящее время находится на наиболее важном месте и продолжает неуклонно расти. Район Чэнду–Чунцин и городская агломерация в среднем течении реки Янцзы развиваются быстрее.

В настоящее время вычислительная мощность страны составляет около 27% от мировой, Китай занимает второе место после США. Благодаря строительству восьми национальных вычислительных центров и десяти вычислительных кластеров Китай по вычислительной мощности будет продолжать поддерживать темпы роста на уровне 30%, и ожидается, что к 2025 г. станет крупнейшей в мире страной по этому направлению.

В целом, в условиях цифровой эпохи, масштабы китайских пользователей сети неуклонно растут, сетевая инфраструктура становится все более полной, заметен эффект промышленной цифровой трансформации, постоянно совершенствуются инновационные возможности. Среда для развития информатизации постоянно оптимизируется, цифровая экономика находится на подъеме, а постепенное улучшение сетевого управления обеспечивает мощную поддержку развитию и изменениям в новостной и коммуникационной индустрии Китая.

### **1.3. Структурные характеристики китайских новых медиа**

**Эффект «Парадигмы летающих гусей» в цифровую эпоху Китая.** Предложенная японским экономистом К. Акамацу модель, получившая название «Модель летающих гусей», представляет собой теорию о переносе структуры промышленности на международный уровень, особенно между странами, расположенными в регионе Западной части Тихого океана. Суть ее заключается в том, что экономическое развитие различных стран в этом

регионе имеет упорядоченную структуру, подобную строю гусей: Соединенные Штаты и Япония – ведущие гуси, четыре азиатских дракона – второй эшелон, а такие страны, как Таиланд, Филиппины, Малайзия и Индонезия, – третий эшелон.

Данную модель можно применить и к медиа в Китае. С развитием цифровых технологий и популяризацией Интернета в Китае быстро появляются интернет-платформы. Интернет-СМИ приносят в жизнь людей множество удобств, снижают стоимость коммуникации между людьми, способствуют развитию общества. Однако среда продвижения интернет-СМИ неизбежно становится олигополистической и монополистической, что негативно влияет не только на честную конкуренцию на рынке и социальное управление, но и на доступ общественности к информационным платформам, которые незаметно монополизируются, что, в свою очередь, приводит к проблемам; нарушение личной конфиденциальности аудитории и создание фейковых новостей.

Как уже говорилось, по данным отчета «China Internet Development Report 2020» в 2019 г. объем цифровой экономики Китая достиг 35,8 трлн. юаней, что составило 36,2% ВВП страны, а общий масштаб и темпы роста цифровой экономики Китая были одними из лучших в мире.

*Таблица 1. Данные о добавленной стоимости в третичном секторе в десяти городах Китая с наибольшим ВВП в 2020 г.*

Rank	City	2020, Billion yuan	2019, Billion yuan	Increment, Billion yuan	Increase. %
1	Beijing	3027,9	29543	736	2,49
2	Shanghai	2830,8	2775,3	55,5	2
3	Guangzhou	1814,1	1692,4	121,7	7,19

4	Shenzhen	1719	1640,6	78,4	4,78
5	Chongqing	1320,7	1255,7	65	5,18
6	Chengdu	1164,3	1115,6	48,7	4,37
7	Hangzhou	1095,9	1017,2	78,7	7,74
8	Suzhou	1058,9	990,9	68	6,86
9	Wuhan	965,6	985,5	-19,9	-,02
10	Nanjing	930,7	870	60,7	6,98

Сегодня цифровая экономика Китая достигает высоких темпов и масштабов, но нами было обнаружено, что китайские цифровые медиакомпании в основном используют площадки BAT. BAT – это объединенные площадки компаний Baidu, Alibaba, Tencent. Китайские платформы используют BAT в качестве основной площадки, тем самым создавая огромную цифровую структуру. Более пятой части ведущих цифровых стартапов Китая были основаны BAT или бывшими сотрудниками BAT, при этом 30% компаний получили инвестиции от BAT.

С точки зрения географии юго-восточные прибрежные районы Китая опережают внутренние районы северо-запада Китая; с пространственной точки зрения десять лучших городов Китая продвинулись значительно дальше других городов.

Экономические различия между восточным побережьем Китая и материковым Китаем также имеют схожую структуру с китайской интернет-индустрией (рис. 1).

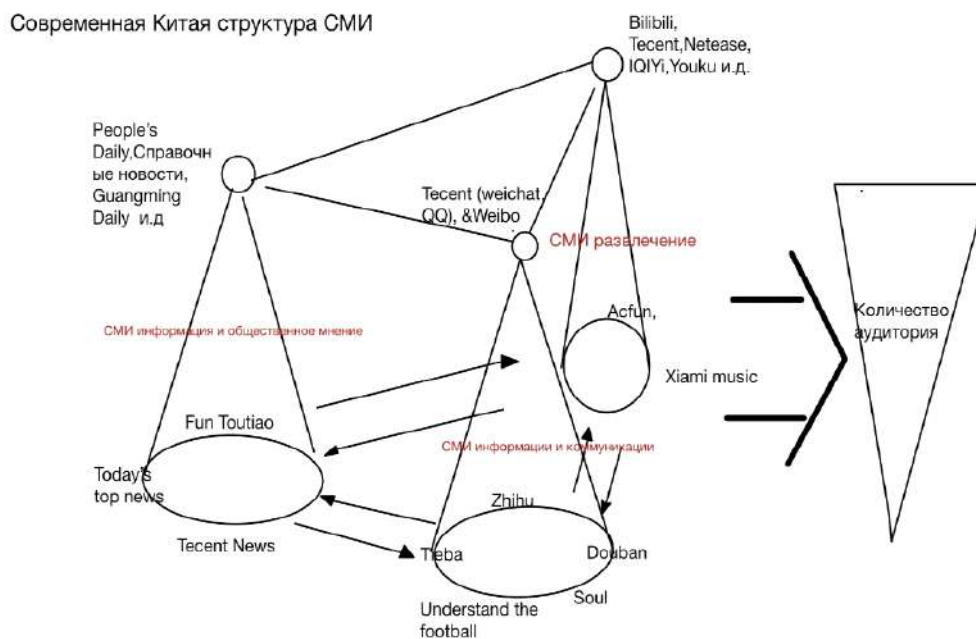


Рис. 1. Доля сферы услуг в крупных городах Китая<sup>43</sup>.

В эпоху цифровых технологий традиционная журналистика начала стремиться к новым медиа и интеллектуальным медиа, и в КНР все более очевидной становится «парадигма летающих гусей».

Новые медиа Китая включают в себя не только известные интернет-компании, такие как Tencent, Baidu и Alibaba, а также новые медиасилы, такие как Qutoutiao и т. д.: под влиянием сильных интернет-компаний ВАТ и и т. п. многие медиакомпании сознательно присоединились к медиаструктуре цифровой эпохи.

<sup>43</sup> Объем аудитории в «Парадигме летающих гусей»: 1. Чем выше верхний уровень, тем больше объем аудитории. 2. Чем ниже уровень, тем точнее классификация медиа и соответствующих целевых пользователей. 3. Классификация аудитории низкоуровневых СМИ более ясна, а влияние профессиональных СМИ и профессиональных новостей сильнее.

Причина, по которой они могут разрабатывать новые медиапродукты и быстро их коммерциализировать, связана не только со значительным формированием операционной системы новых медиа, но и с поддержкой сложного и относительно стабильного социального состояния.

В результате «гусиной модели» развития интернет-СМИ и монополии на их развитие, новостные интернет-СМИ демонстрируют «эффект Матфея» (преимущество получают входящие в парадигму), и в условиях монополизированного рынка возникают некоторые новые характеристики новостной индустрии.

Происходит удержание старых пользователей с помощью больших данных. В современном обществе большое количество информации распространяется через цифровые медиаплатформы, и компании, использующие Интернет и цифровые медиа в качестве платформ, могут легко собирать все виды информации о пользователях с помощью таких технологий, как большие данные, облачные вычисления и искусственный интеллект. Затем медиаплатформы распределяют различных пользователей в различные группы в соответствии с их данными, что позволяет точно распространять соответствующую информацию, которая может заинтересовать пользователей, и благодаря этому получать прибыль.

Существует ситуация, при которой интернет-платформы контролируют предоставляемую пользователям информацию. Поскольку доминирующие СМИ или интернет-платформы используют преимущества своих собственных пользователей, они ограничивают пользователям доступ к другим функциям. В то же время в силу рыночной конкуренции результаты поиска информации на какой-либо платформе могут отражаться согласно интересам этой конкретной платформы, при этом могут скрываться или опуская вниз те результаты поиска, предъявление пользователям которых будут выгодны только конкурирующей интернет-платформе. Это приводит к тому, что те, кто

использует различные виды программного обеспечения в Интернете, в основном грамотно выбирают платформу. Следовательно, медиаконгломераты в цифровую эпоху могут использовать новые способы более точного продвижения продуктов, тем самым еще больше укрепляя собственную монополию.

По мере роста новых медиа традиционные медиа продолжают слабеть, что вынуждает журналистов все активнее участвовать в производстве новостного контента на новых медиаплатформах. В отличие от традиционных журналистских коммуникационных организаций, интернет-платформы начинают гнаться за более быстрым и привлекательным новостным контентом. С одной стороны, трудовые права журналистов ущемляются из-за монополии рынка, а с другой стороны, новостной контент чаще представляется в виде более удобных видеороликов или коротких статей, в то время как контент, на чтение и просмотр которого у зрителей уходит больше времени, начинает редуцироваться в быструю, сжатую информацию.

Антимонопольный закон Китая гласит, что не допускается иметь связанные товары без соответствующих примеров или навязывать условия сделок. В настоящее время многие СМИ или компании, распространяющие информацию, подталкивают зрителей к просмотру рекламы во время просмотра новостей. И в дальнейшем эти формы будут становиться все более очевидными по мере монополизации медиаплатформ.

Однако вышеупомянутые характеристики новостей, использующих Интернет в качестве платформы, естественным образом вызовут ряд новых проблем, таких как упадок традиционных медиа, трансформация журналистской идентичности и изменение аудитории: переход из «пассивных групп» в «активных личностей», что делает новые медиа еще более сложными. Также новые медиа легко становятся личным «инструментом для выражения



гнева». Данные аспекты будут дополнительно проанализированы во второй главе этой работы.

**Фондовая конкуренция и уменьшение аудитории при развитии новых медиа в Китае.** В рамках Китайской сетевой аудиовизуальной конференции был выпущен «Исследовательский отчет о развитии сетевых аудиовизуальных программ в Китае в 2021 г.», в котором отмечается, что в 2020 г. масштаб китайской сетевой аудиовизуальной индустрии превысил 600 млрд. юаней, из которых наибольшая доля приходится на рынок короткого видео, составляя 205,13 млрд. юаней. По состоянию на декабрь 2020 г. количество китайских сетевых аудиовизуальных пользователей достигло 944 млн. человек, при этом коэффициент потребления пользователями коротких видеороликов является самым высоким и в настоящее время приближается к 90%. При этом Л. Сюэлинь, основатель и генеральный директор компании Yunhe Data, заявил, что в 2020 г. объем воспроизведения длинных видео сократился на 17% по сравнению с предыдущим годом<sup>44</sup>.

В последние годы для китайских медиа наступила эра KOL (Key Opinion Leader). Благодаря использованию технологических достижений они вступили в эпоху цифровых технологий, и в то же время технологическая интеграция СМИ и медиаиндустрии усилилась еще больше. Также новые медиаплатформы, такие как bilibili и Douyin (версия TikTok для материкового Китая) и Toutiao, еще больше стимулировали возникновение эры фан-экономики в Китае.

По развитию новых медиа в Китае в последние годы видно, что дивиденды аудитории на китайском рынке постепенно уменьшаются и медиа конкурируют за падающий рынок. Этим термином, часто встречающимся в китайских СМИ, описывают рынки малых городов и сельских районов, где

---

<sup>44</sup> Tencent, Tik-tok вступают в жесткую конкуренцию на рынке инвентаризации видеоматериалов. URL: <http://tech.china.com.cn/internet/20210607/377908.shtml>. Дата обращения: 20.3.2021.

проживает большинство китайского населения. Помимо 49 крупных городов, в эту сферу можно включить всю остальную территорию Китая, где люди зарабатывают меньше денег, чем в крупных городах, и предпочитают более экономичные или дешевые товары. Также важно понимать, что в Китае существует концепция, классифицирующая китайские города в соответствии с уровнем их экономического развития. Под городами первого уровня подразумеваются четыре города: Пекин, Шанхай, Гуанчжоу и Шэньчжэнь; города второго уровня включают в себя одиннадцать городов, в том числе Чэнду, Сиань, Нанкин, Ханчжоу и т. д.

Уменьшение объема аудитории стало новой тенденцией в развитии индустрии новых медиа в последние годы. Это означает, что Интернет из эры прироста вступил в эру фондового рынка, демографический дивиденд постепенно снижается, рост числа пользователей постепенно замедляется, «эффект Матфея» в медиаиндустрии стал более заметным, а конкуренция за рынок стала более острой.

Например, в настоящее время конкуренция между медиакомпаниями за аудиторию китайского рынка цифровых медиа уже не ведется в крупных городах и среди молодой аудитории. Это связано с тем, что, для того чтобы выжить в условиях жесткой конкуренции в отрасли, аудитория медиаиндустрии вынуждена открывать новые рынки для цифровых медиакомпаний, сосредоточиваясь на небольших городах ниже третьего уровня. Новые СМИ продолжают двигаться в сторону более старшей и более молодой аудитории, при этом ее размер и потребительская способность у них постепенно увеличиваются. По коммерческому потенциалу они могут занять самую большую долю в медиаструктуре будущего.

Можно утверждать, что «фондовая конкуренция» китайских СМИ в эпоху цифровых технологий в основном выражается в конкуренции за распределение медиаресурсов, в конкуренции за распределение рынка

аудитории, в конкуренции за контент-предпринимательство и в конкуренции за ресурсы данных.

**Ускоренное развитие конвергенции СМИ и новых медиа в китайской журналистике.** Наступление цифровой эпохи стало важной вехой и вызовом для медиаиндустрии. Прежде всего, традиционные СМИ столкнулись с огромным кризисом. По мере развития технологий при распространении информации появилась возможность быстрого подключения к сети, выросла оперативность информации, резко сократилась стоимость медиа.

На этом фоне традиционные медиа должны быть реструктурированы и объединены с современными цифровыми технологиями. В этом случае даже центральное телевидение Китая, которое находится под контролем правительства Китая, постоянно пробует новые медиа и различные формы сотрудничества с другими СМИ.

В целом изменения в китайских новостных СМИ зависят от трех факторов: развития медиатехнологий, влияния государственной политики и изменений в эстетических вкусах аудитории, или изменений в стилях просмотра.<sup>45</sup>

Таким образом, с развитием интернет-технологий в Китае, с ослаблением политики в отношении интернет-СМИ, а также с диверсификацией и появлением разнообразия информационных потребностей китайской аудитории в китайских новостных СМИ происходят новые реформы.

На этом фоне продвижение интегрированных СМИ и развитие новых медиа в новостной индустрии Китая означает, что границы современной журналистики постепенно размываются или даже исчезают. Поскольку традиционные СМИ, такие как газеты и журналы, распространяются через новые медиаплатформы, они сами являются интеграцией медиаресурсов. Со

---

<sup>45</sup> Чжан Шисюань. Характеристики китайской журналистики в эпоху цифровых технологий // МНКО. 2021. № 4(89). С. 427–429. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristiki-kitayskoy-zhurnalistiki-v-epohu-tsifrovyyhtehnologiy> .

своей стороны медиаконвергенция, поскольку она играет роль в производстве и распространении новостей, также начинает способствовать перестройке социальных отношений в отрасли. Например, необходимость командной работы и более точечного, чем в традиционной журналистике, разделения труда среди работников новых медиа приведет к изменениям в организационной структуре производства новостей.

#### **1.4. Особенности контента китайской цифровой журналистики**

##### **Китайская журналистика: политическая и социальная мораль СМИ**

В силу профессиональных обязанностей журналисты несут ответственность за достоверность и объективность информации, которую они передают аудитории. В рамках этой ответственности профессиональные журналисты стремятся представить различные аспекты новостных событий под разными углами, позволяя аудитории видеть полную картину и выносить собственные суждения.

Однако в ряде случаев журналисты могут сознательно исказить истину, смещая фокус событий и создавая необъективное представление об освещаемой ситуации. Это может привести к тому, что аудитория будет воспринимать субъективные ценности журналиста, которые влияют на объективность новостных материалов.

Социальная нравственность представляет собой важный элемент в китайской и вообще в восточной культурной концепции. Как видно из китайской практики, обладая нравственностью, но не обладая талантом, человек все равно может быть принят на работу, в то время как при наличии таланта, но при отсутствии нравственности вряд ли он сможет применять свой талант в работе. Китайская культура уделяет важнейшее значение вопросу морально-ценностной ориентации. Даже в древней Китайской Империи

передача информации происходила в соответствии с китайской философской культурой, которая отличалась такими чертами, как социальная солидарность и позитивность. Данной идеологии придерживаются и современные китайские журналисты, которые стремятся создавать материалы, отражающие высокие моральные ценности и способствующие укреплению социальной солидарности в обществе.

С 1991 по 2020 г. «Кодекс профессиональной этики китайских журналистов» пересматривался четыре раза. Это демонстрирует, что Китай придает большое значение осознанию ценностной ориентации журналистики и желает внести в китайскую журналистику новые коррективы, направленные на улучшение профессиональной этики.

Можно утверждать, что ценностная ориентация китайской журналистики в целом базируется на принципах марксистской идеологии. В современных условиях непрерывного развития цифровых технологий в Китае марксистский взгляд на новости также продолжает эволюционировать и дальше будет определять практику китайской журналистики. Китайская теория новостей строится на основе марксистской материалистической диалектики.

Во-первых, учитываются факторы распространения информации в китайском обществе с точки зрения универсальности отношений между реалиями. Так называемая связь как философская категория относится к взаимному влиянию, взаимодействию и взаимному ограничению отношений между всеми вещами и явлениями, а также внутренними элементами вещей и явлений. С одной стороны, связь объективна и присуща объективным вещам и не зависит от субъективной воли человека. С другой стороны, связь универсальна, все вещи, явления и их процессы в мире связаны внутренне и внешне, весь мир представляет собой взаимосвязанное и единое целое, каждая вещь, явление и процесс связаны, являются звеньями всеобщей связи мира, а вещи отражают через себя всеобщую связь мира. В отношении всеобщей связи

вещей мы должны заметить, что всеобщая связь вещей основана на различии, и мы не можем ни отрицать различия, ни абсолютизировать существование различия между вещами; всеобщая связь вещей должна быть опосредствована.

Во-вторых, стоит понять природу китайской новостной коммуникации с точки зрения объективного существования, определяющего закон сознания. Деятельность по распространению новостей – это социальное поведение людей, имеющее четкую цель и мотивацию. Это деятельность, направленная на то, чтобы люди отражали и понимали внешний мир. Новости, как идеологические вещи, являются продуктами социальной деятельности людей, отражающих и дающих оценку внешнему миру. Журналистская работа — это отражение субъективного сознания человека. А человек субъективно активен в распространении информации. Другими словами, на первом месте стоят объективные факты, на втором – новостные сообщения.

В-третьих, на работу СМИ в Китае влияет философская категория единства противоположностей, исходящая из того, что все вещи содержат внутренние противоречия. Обе стороны противоречия едины и борются за развитие и преобразование вещей. Наиболее репрезентативным примером данной концепции является известная из китайской классической философии категория Инь и Ян. Кроме того, подтверждение этому мы находим и в высказываниях Мао Цзэдуна. По его мнению, даже рука содержит противоречия: большой палец указывает в одном направлении, а четыре других – в другом направлении, только с таким строением рук возможно эффективно работать. При рассмотрении данной философской категории в контексте средств массовой информации можно говорить о том, что различная информация, идеи и общественные мнения, распространяемые и принимаемые обеими сторонами при передаче новостей, по сути являются противоречивыми по своей природе и социальной жизни, а также по публичному раскрытию каждого аспекта противоречия, и обе стороны

являются распространением этих противоречий. Так, от журналистов в Китае требуется улавливать развитие и изменение ситуации, всесторонне наблюдать за ситуациями и беспристрастно и объективно сообщать новостные факты.

В-четвертых, согласно теории социальной структуры, общество состоит из двух основных компонентов: экономической основы и надстройки. Экономическая основа определяет характер надстройки, а надстройка, в свою очередь, обладает некоторой степенью независимости и инициативы. Журналистика, будучи частью надстройки, играет важную роль в общественной жизни, но не должна быть заменена политической надстройкой, такой как государственный аппарат или идеология.

Однако идеология является важным политическим ресурсом для государства, и многие страны всегда придавали ей большое значение. История и реальный опыт показывают, что страна не может существовать без определенной идеологии. Для этого СМИ являются необходимым инструментом в обеспечении и распространении идеологии в обществе. При этом следует учитывать, что журналистика должна оставаться независимой и объективной в своей работе и не превращаться в инструмент политической власти.

Две основные социальные системы в современном обществе определяют направления деятельности СМИ: характеристики и функции. Характеристики связаны с формированием и поддержанием социальной структуры и общественного мнения, а функции – с осуществлением информационных потоков и коммуникации. Журналистика, будучи частью надстройки, имеет свою дисциплинарную систему, которая отличает ее от других идеологических форм и делает ее незаменимым инструментом в обеспечении и распространении информации в обществе. Таким образом, журналистика является важной составляющей общественной жизни и необходимым элементом в обеспечении свободы слова и информационной свободы.

Журналистика как идеологический атрибут имеет возможность проявлять субъективную инициативу в отношении экономической основы и других форм идеологии. По мнению К. Маркса, «мысль о правящем классе является доминирующей мыслью в каждую эпоху. Такое мышление создается классом, который имеет объективные средства производства, в то же время он регулирует ценностную ориентацию людей, не имеющих материальных средств производства. Управляемому классу трудно производить независимые духовные материалы, так что правящий класс обычно доминирует над ними»<sup>46</sup>.

Следовательно, китайским журналистам стоит обратить внимание на правильное понимание основных идей при распространении новостей, а также взять на себя социальные обязанности распространителей информации. Это позволит им выполнить свою роль в обществе, а именно, обеспечить доступ к информации для всех слоев населения и формировать правильное сознание, основанное на объективности и истинности передаваемой информации. Таким образом, китайские журналисты вносят свой вклад в формирование социальной структуры и в развитие общества в целом.

В-пятых, журналист должен понимать аудиторию и находиться с ней в одном социокультурном пространстве. Например, журналист должен учитывать влияние традиционной восточной философии, в рамках которой от СМИ требуется быть скромными, чтобы подавать этим пример людям и обществу.

**Увеличение социального контроля за новыми медиа.** В XVIII в. в Великобритании для журналистов были выделены специальные места в парламенте. В это время к журналистам стали применять формулировку «четвертая власть», подразумевая, что они имеют свое представительство в

---

<sup>46</sup> Собрание сочинений Маркса и Энгельса. Т. X. Пекин: Народное изд-во, 2009. С. 591.



британском парламенте помимо представителей знати, духовенства и простых горожан. В 1828 г. англо-ирландский политический деятель Э. Берк также назвал журналистов «четвертой властью» и подчеркнул, что их представительство важнее, чем представительство других трех классов. С тех пор выражение «четвертая власть», или «четвертая сила», получило широкое распространение. Особое внимание понятию «четвертая власть» уделяют в США, где этот принцип является одним из базовых для независимости медиа.

В условиях современной цифровой эпохи, где Интернет и смарт-устройства стали неотъемлемой частью жизни общества, Китай стал свидетелем появления новых платформ распространения информации, таких как KUAISHOU, TikTok, Weibo и многие другие. Эти платформы играют все более важную и влиятельную роль в передаче информации в Китае, учитывая их популярность среди населения.

На протяжении последних лет, с развитием и повышением популярности цифровых технологий, наблюдается появление ряда онлайн-мероприятий, нацеленных на изучение общественного мнения. В свете масштабов и скорости интернет-коммуникаций в эпоху новых средств массовой информации, ошибочная интерпретация событий, связанных с общественным мнением в Интернете, может серьезно подорвать доверие к правительству, и этот процесс уже не может быть регулирован только правительственным надзором.

В контексте современного Китая неотъемлемой частью жизни граждан в свете развития Интернета и повышения общего уровня жизни является социальный контроль. Несмотря на значительный прогресс в области социального контроля, все еще существуют определенные проблемы, включая недостаточную осведомленность населения о социальном надзоре, низкий уровень участия в нем граждан, отсутствие связи между субъектами социального надзора, а также неполноценность механизма социального

надзора. В свете этого в новой медиасреде правительство должно использовать онлайн-средства массовой информации как инструмент для формирования сильного надзорного механизма, обеспечивая синергию социального надзора путем расширения социального участия, повышения координации и сотрудничества между субъектами, а также улучшения процесса социального надзора.

Общественное мнение онлайн – это форма информационной обратной связи, при которой широкая общественность выражает свои взгляды и отношение к социальным практикам через новые медиа. Информация, которая содержится на онлайн-платформах, может быть связана с актуальными вопросами реальной жизни или вопросами, интересующими саму общественность.

С наступлением эры self-media и углубления общественных инноваций люди участвуют в производстве информации, распространении и выпуске нового медийного контента, создавая процветание в среде новых СМИ и способствуя глубоким изменениям в способах распространения информации. Сегодня в Китае с помощью новых СМИ «четвертая власть» может эффективно контролировать правительство и значительно повышать энтузиазм граждан, участвующих в государственных делах. Например, в 2012 г. люди посредством Weibo узнали, что у одного из чиновников были дорогие часы, и его заподозрили в коррупции. После расследования чиновник был задержан и ему было предъявлено обвинение. В 2020 г., во время распространения новой коронавирусной инфекции, граждане КНР быстрее всего узнали о вирусной эпидемии через новые СМИ. После этого все стали активно участвовать в борьбе с вирусом, в делах коллективной общественной безопасности, тем самым играя важную роль в эффективном контроле над коронавирусом в Китае.

В настоящее время жизнь граждан в КНР в том, что касается получения информации, претерпевает глубокие изменения, и эти изменения будут продолжаться и в будущем.

**Исследование методов управления информацией в эпоху цифровых технологий Китая.** Цифровой век новых медиа открывает перед обществом сложное виртуальное пространство, которое характеризуется рядом важных особенностей, включая цифровизацию, интерактивность, персонализацию, своевременность, равенство, виртуальность, открытость и массовость. Такое новое окружение существенно отличается от традиционных сред распространения информации и требует высокой квалификации и профессионализма в управлении информационными процессами.

Исследования McKinsey Asia Research Institute свидетельствуют о том, что правительство Китая применяет подход «сначала попробуй, а потом осуществляй надзор» в отношении цифровых предприятий и новых медиа. В настоящее время КНР активно содействует развитию цифровых технологий, что, в свою очередь, подтверждает государственную поддержку этой отрасли. Низкий уровень контроля со стороны китайского правительства над цифровой индустрией может привести к ослаблению защиты прав и интересов потребителей. Однако данная политика дает новым СМИ и цифровой индустрии возможность для исследования и прогресса.

**Китайская журналистика и китайские культурные символы.** В условиях глобализации культуры и взаимодействия международных сообществ национальный имидж Китая играет важную роль в формировании взглядов и мнений об этой стране. С целью построения национального имиджа страны Китай уже давно использует различные символы, такие как Запретный город, панды, Великая Китайская стена, китайская кухня и др.

В связи с глубокими изменениями в международной политике государств Китай привлекает к себе все больше внимания в мире, его образ становится

все более актуальным. В настоящее время китайская журналистика обсуждает вопросы, связанные с прошлым и будущим этой страны.

Отвечая на запросы устойчивой тенденции к культурной глобализации, которая влечет за собой необходимость сохранения и распространения национальных культурных ценностей и формирование национального имиджа, а он становится все более важным в международных отношениях, Китай выдвигает и реализует стратегию «выхода на глобальный уровень» с целью укрепления своей культурной «мягкой силы». Согласно концепции американского антрополога К. Гирца культура является паутиной смыслов, созданной человеком. Именно через культурные артефакты (Запретный город, панды и т. п.) Китай отображает свои культурные элементы и формирует свой национальный имидж. В свою очередь, СМИ КНР должны представлять объективную и точную информацию о своей стране и ее народе, а также повествовать об истории и культуре Китая и пути его развития. Важным моментом является сохранение духовной идентичности и культурной сущности китайской цивилизации, а также продвижение китайской культуры в мир и усиление китайской культурной коммуникации.

По мнению генерального секретаря Си Цзиньпина, Китай должен придерживаться своей культурной позиции и совершенствовать духовную идентичность. Таким образом, национальный имидж Китая в международном сообществе становится все более важным, и СМИ КНР играют ключевую роль в формировании и распространении культурных ценностей своей страны.

Хотя ценностная концепция китайской журналистики соответствует политическому курсу страны, она также помогает китайским неправительственным организациям и культурным группам постоянно

обогащать образ китайской культуры. Например, Л. Цзыци<sup>47</sup> как блогер (ее можно назвать самостоятельным репортером или репортером без редакции) привлекла широкое внимание общественности в Китае и за его пределами. Основная платформа ее материалов – видеохостинг на YouTube. Число ее подписчиков на этой платформе превысило 10 млн., превзойдя даже многие известные СМИ. В своих видео автор подробно рассказывает о смысле китайских символов, а также привлекает внимание аудитории к открытой экономической и культурной среде в стране.

Кейс Л. Цзыци показывает нам, что в цифровую эпоху с новыми медиа, представленными на просторах Интернета, распространение информации имеет более высокую скорость, широкий охват и большую интерактивность. В то же время с помощью таких технологий, как большие данные и искусственный интеллект, можно более точно определить потребности зрителей и более эффективно распространять информацию для удовлетворения их индивидуальных информационных потребностей. Благодаря этим преимуществам цифровые технологии стали важным средством распространения современной китайской культуры, открывая больше возможностей для распространения китайской культуры. Согласно исследованию китайских культурных символов 2013 г. в США, Германии, России и Индии американцы считают, что в первую десятку культурных символов, которые лучше всего представляют Китай, входят Великая Китайская стена, китайская еда, изображения Инь и Ян, китайские иероглифы, драконы, гигантские панды, шелк, Запретный город в Пекине, китайское кунг-фу и чонсам.

---

<sup>47</sup> Ли Цзыци известна как создатель видеохостинга в YouTube, который специализируется на контенте о жизни в деревне. Ли Цзыци стремительно завоевала аудиторию вне Китая, став самой известной китайкой-влогером в мире.

Проанализируем, что включают в первую десятку культурных символов, которые лучше всего представляют Китай и создают прямые ассоциации с Китаем, представители разных стран.

Россияне: Великая стена, Инь и Ян, драконы, китайская еда, кунг-фу, фарфор, традиционная китайская медицина, иероглифы, шелк и гигантские панды.

Немцы: Великая стена, карта Инь-Ян, китайская еда, Запретный город в Пекине, дракон, традиционная китайская медицина, фарфор, китайцы, шелк и гигантские панды.

Индийцы: Великая Китайская стена, китайская еда, дракон, китайское кунг-фу, Запретный город в Пекине, Храм Неба, китайские сады, шелк, китайский язык и традиционная китайская медицина<sup>48</sup>.

Из данного анализа мы можем сделать вывод, что китайские культурные символы практически не различаются в представлении разных иностранных респондентов. Кроме того, важно отметить, что практически все символы, названные в ходе опроса, являются традиционными, не имеют современных элементов. Из этого можем сделать вывод, что применение в формировании национального образа Китая современных цифровых технологий может еще больше обогатить культурные символы Китая.

Однако в исследовании «Десять лучших историй международной коммуникации китайской культуры за 2020–2021 гг.», опубликованной совместно «China Daily» и Даляньским университетом иностранных языков в сентябре 2021 г., отмечается, что половина случаев контакта аудитории с культурой Китая связана с коммуникацией в новых медиа<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> Ван Лия. Предварительное исследование текущей ситуации с китайскими культурными символами в зарубежной коммуникации // Международная журналистика. 2013. № 35(05). С. 74–83. DOI: 10.13495/j.cnki.cjjs. 2013.05.001.

<sup>49</sup> Десять лучших случаев международной коммуникации китайской культуры 2020-2021 гг. URL: <https://cn.chinadaily.com.cn/a/202205/31/WS62958e8ca3101c3ee7ad8156.html>. Дата обращения: 25 окт. 2021 г.

Так, с помощью новых медиаплатформ, таких как Tik-Tok и YouTube, а также других современных средств коммуникации по всему миру постепенно распространяются современные символы китайской культуры: это культурные символы современных китайских городов, научно-технические достижения, коммерческие бренды, современное китайское искусство, эстетические символы и т. д. В открытом экономическом и культурном контексте цифровой эпохи Китай привлекает все больше внимания к своей культуре и искусству, и эти новые медиаплатформы играют важную роль в продвижении китайской культуры на международной арене.

#### **1.4. Выводы**

Следующие несколько десятилетий станут ключевым периодом для развития цифровых технологий Китая. Экономическое развитие Китая создает лучшие условия для развития цифровых технологий. Таким образом, Китай начал лидировать в мире по развитию новых СМИ. Однако экономическое развитие часто опережает развитие культурной и научной теории, поэтому исследования ценностно-ориентированной журналистики в цифровую эпоху все еще находятся на стадии исследования.

Таким образом, из структурных характеристик современной китайской журналистики в эпоху цифровых технологий следует, что она находится в процессе становления, однако уже может поделиться опытом с другими странами. С точки зрения особенностей структуры контент китайской журналистики постоянно обогащается. С одной стороны, она способствует развитию социального управления и социальной экономики, с другой стороны, постоянно предоставляет новые возможности для распространения информации о Китае, как внутри страны, так и за ее пределами.

## **Глава 2. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая**

Перемены в цифровую эпоху привели к кардинальным изменениям в образе жизни людей, и в то же время изменяющиеся потребности рынка продолжают стимулировать инновации в области цифровых технологий.

Применение цифровых технологий породило новую цифровую эпоху, когда информационные технологии широко используются во всех сферах жизни людей и способствуют постоянному развитию и изменению общества. Цифровая эпоха характеризуется непрерывным расширением применения цифровых технологий в различных областях, таких как производство, экономика, наука и техника, культура и общество, образование и национальная оборона, и привнесла в них позитивные изменения. Точно так же цифровая эпоха не только изменила стиль жизни людей, но и изменила массовую культуру общества.

На этом фоне у журналистов постепенно возникают новые сомнения относительно ценности и смысла своей профессии, а их самоидентификация переживает кризис. В цифровую эпоху журналисты теряют не только свою аудиторию, доверие и рынки сбыта, но и свои ценностные ориентиры.

На заре цифровой эпохи люди были полны надежд на будущее новых медиа, предвидя их роль в расширении прав и возможностей граждан и их реальное освобождение, а также свободу доступа к информации, которые могут быть достигнуты с помощью новых технологий. Новые средства массовой информации привели нас в новую эру, где каждый является журналистом и автором. Однако обещание более демократичного общества, которое бы давал Интернет и новые медиа, не сбылось. Появились лишь богатые интернет-компании и социальные медиа, такие как Tencent и Sina и т. д. В то же время цифровой разрыв еще больше увеличился, дезинформация



заполнила Интернет, а стоимость доступа к правдивой информации и для общения резко возросла.

С наступлением цифровой эпохи в обществе возник культ технологий, люди начали связывать свое будущее с технологическими достижениями. Но многочисленные проблемы, возникшие в реальности сегодня, говорят нам о том, что, несмотря на развитие технологий, похоже, полагаться на них в решении всех социальных проблем все еще невозможно.<sup>50</sup>

Когда мы пересматриваем концепцию общества, мы можем понять, что сама социальная наука достаточно хаотична. Нам трудно подвести все под обобщающую формулу.

В результате ряда реформ китайские СМИ перешли от пропагандистского подхода, основанного на политическом управлении, к подходу, при котором «политики руководят газетами, предприятия работают, а конгломераты развиваются»<sup>51</sup>. В процессе развития конгломератов китайские новостные СМИ встали на путь конгломерации, а в процессе их развития новостные СМИ продолжали расширять масштабы и совершенствовать разделение труда, чтобы сделать новостную индустрию лучше. Развитие новых медиатехнологий в цифровую эпоху привело к новой эре новостных СМИ в Китае, что в сочетании с уникальными особенностями китайской культуры способствовало тому, что Китай стал медиадержавой.

С точки зрения журналиста подготовка новостей становится потребительским продуктом культурного содержания, и это приводит к более быстрому, диверсифицированному и разнообразному новостному контенту.

---

<sup>50</sup> Чжан Шисюань. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая // МНКО. 2022. № 3(94). С. 316–318. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovremennyh-professionalnyh-standartov-vzhurnalistike-kitaya> .

<sup>51</sup> Шиши С. О трансформации новостной коммуникации и ее ценностной ориентации в новую эпоху // Journalism Research Guide. 2016. Vol. 7(07). P. 104.

Современная аудитория больше не является пассивным получателем новостей. В новую эпоху аудитория новостей стала субъектом новостной коммуникации, и ее чувство автономии и независимости постепенно растет. Изменение средств коммуникации не только привело к возникновению отношений между коммуникатором и аудиторией, но и демократизировало развитие журналистики, поскольку аудитория стала решающей силой, влияющей на судьбу СМИ.

Это, в свою очередь, подвергло испытанию развитие китайской журналистики и способы распространения контента.

Цифровые технологии Китая сейчас находятся на первых мировых позициях, а нынешняя новостная индустрия Китая может столкнуться не только с технической, но и со сложной социальной проблемой.

## **2.1. Особенности распространения информации в Китае**

С прогрессом экономики и общества уровень науки и техники повышается ускоренными темпами, цифровые технологии проникли во все сферы деятельности и жизни людей, и новостная индустрия не является исключением: она вынуждена меняться и развиваться. Это требует теоретического исследования новостей в новую эпоху, чтобы идти в ногу со временем, а также вносить соответствующие инновации и оптимизации в соответствии с изменениями в текущей медиасреде и новостях.

По мнению Л. Цзюнь, цифровая журналистика имеет несколько характеристик: во-первых, она определяется цифровым пространством, т. е. производится в условиях информационной и цифровой эры; во-вторых, содержание такого контента в основном цифровое и знаковое; в-третьих, важно и смысловое наполнение контента, которое заметно изменилось,

например, новость в цифровой журналистике должна не только правдиво и объективно отражать социальную реальность, но и являться общедоступной<sup>52</sup>.

Доступ в Интернет появился в Китае в 1984 г., а первые китайские интернет-СМИ – «Shenzhou Xueren» (神州学人) – в 1995 г. в виде электронных писем. К 1999 г. большинство китайских СМИ перешли в Интернет, включая онлайн-версию газеты «Renmin Xinwen» (人民新闻), которая обновляется девять раз в день. И в настоящее время почти все китайские СМИ ведут свою деятельность 24 часа в сутки. С развитием интернет-технологий исторические изменения в распространении китайских новостей можно представить как: «передаваемые в определенное время» (в еженедельном или ежедневном выпуске новостей) – «своевременные» (частота передачи новостей увеличивается) – «в режиме реального времени».

Оперативность новостей очень важна при их распространении. В цифровую эпоху процесс распространения информации стал проще и быстрее, что отличает цифровые медиа от традиционных СМИ и обеспечивает мгновенное распространение информации. Это позволяет аудитории получать информацию сразу из первоисточника, а процесс доступа к информации разрушает границы времени и пространства. Такое быстрое распространение информации также соответствует потребностям современной быстро меняющейся аудитории и спросу общества.

В то же время контент представляется в более разнообразной форме. Представление новостного контента является важным фактором в принятии новостей общественностью и их широком распространении. При поддержке цифровых технологий информация может распространяться в виде текста, картинок, анимации, аудио и видео; часто форматы совмещаются – появляется

---

<sup>52</sup> Лян Цзюнь. Исследование цифровых изменений и инноваций в теории редактирования новостей // China Media Technology. 2014. Vol. 12. P. 93.

мультимедийный продукт. Такой подход позволяет полноценно и интересно предоставить для аудитории контент любой степени сложности, а также способствует увеличению охвата аудитории.

Традиционный способ медиакommunikации представлял собой одностороннюю массовую коммуникацию, где аудитория существовала как пассивный получатель информации, а частота и время передачи информации определялись журналистом. В настоящее время цифровые технологии меняют не только средства коммуникации, но и привычный способ распространения новостей. Традиционный односторонний способ коммуникации «сверху вниз» постепенно превращается в двусторонний, интерактивный способ общения. В результате аудитория в цифровую эпоху может участвовать в распространении информации более автономно.

Интернет-СМИ превращают одностороннее общение в двустороннее взаимодействие, обеспечивая своевременный и эффективный обмен информацией, а также возможность получения обратной связи от аудитории. Сейчас каждый может стать создателем и распространителем новостной информации.

## **2.2. Трансформация китайской журналистики**

В XXI в. благодаря развитию цифровых технологий различные новые СМИ бросили вызов традиционным СМИ и повлияли на жизненное пространство многих из них в Китае благодаря их высокой эффективности передачи информации, богатому контенту и двусторонней связи. Хотя телевизионные новостные СМИ все еще остаются наиболее популярными среди китайских зрителей, нет сомнений, что новые СМИ в цифровую эпоху становятся все более популярными, меняя существующую коммуникативную систему.

Социальное и технологическое развитие Китая привело к значительным изменениям в журналистской индустрии. Новые медиа, такие как социальные сети и видеохостинги, не только изменили способ производства, распространения и потребления новостей, но и вызвали необходимость пересмотра традиционных коннотаций журналистики в Китае. В современной динамичной новостной системе Китая многие традиционные новостные агентства осознают значимость адаптации к новым условиям и стратегическому использованию преимуществ для закрепления своих позиций в журналистской индустрии. Таким образом, исследование вопросов, связанных с развитием и приспособлением журналистской индустрии Китая к новым тенденциям, становится одним из ключевых приоритетов в данной области.

Понимание особенностей цифровой эпохи, проблем и характера изменений в журналистской отрасли Китая поможет определить пути дальнейшего развития индустрии китайской журналистики.

### **Эволюция духовных и культурных потребностей китайской общественности в цифровую эпоху: влияние на развитие журналистики.**

Традиционные СМИ постепенно теряют свою первоначальную силу слова под влиянием Интернета. Развитие цифровых технологий также привело к тому, что золотой век традиционных СМИ прошел.

Согласно данным Государственного управления радио, кино и телевидения Китая и Национальной сети статистики прессы и публикаций в период с 2008 по 2015 г. количество печатных газет стремительно сократилось<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> На основе данных Государственного управления по делам печати, публикаций, радио, кино и телевидения (URL: <http://www.gapp.gov.cn/>), Национального сайта статистики прессы и публикаций (URL: [www.ppsc.gov.cn](http://www.ppsc.gov.cn) и сайта науки и печати [www.keyin.cn](http://www.keyin.cn)).

Интернет не только потеснил рынок традиционных бумажных СМИ, но и способствовал развитию новых медиа. С развитием программных приложений для смартфонов традиционные новостные порталы сегодня также вынуждены трансформироваться. В эпоху традиционных интернет-порталов Sina, Sohu, Netease и FENG были четыремя основными новостными сайтами в Китае. Впоследствии Китай вступил в эпоху конвергенции СМИ с «двумя WE и одним клиентом»<sup>54</sup> (Weibo, WeChat и новостные клиенты для мобильных устройств). Сегодня «TikTok», «Kuaishou» и некоторые другие новые сервисы коротких видео снова начинают перекраивать рынок, а традиционные средства массовой информации сталкиваются с очередной конвергенцией.

Важнейшей ценностью журналистики является распространение информации в обществе, но перед лицом постоянного воздействия новых СМИ в цифровую эпоху ценность традиционных СМИ ослабевает. С точки зрения информационной емкости газеты и журналы ограничены по площади, а радио и телевидение – по продолжительности, поэтому существует предел объема информации, который они могут в себя вместить. Зато новые цифровые СМИ, представленные в Интернете, не имеют ограничений по объему и могут нести в себе бесчисленное количество информации. Благодаря новым технологиям у зрителей появляется больше возможностей для получения информации.

Трансформации подверглись не только печатные СМИ, но и аудиовизуальный контент. Помимо наблюдения за окружающей средой, интерпретации и социализации массовая коммуникация также выполняет важную функцию, а именно, развлекательную. По сравнению с газетами и журналами телевидение имеет преимущество видео и звука для предоставления более богатого развлекательного контента. Можно сказать,

---

<sup>54</sup> Weibo, WeChat и новостные клиенты для мобильных устройств.

что один из успехов телевидения заключается в том, что помимо информирования данный тип средств массовой информации нацелен и на развлечение. В последние десятилетия Китай достиг значительных успехов в социально-экономическом развитии, что привело к изменению потребностей китайской общественности. Теперь кроме потребности в материальных благах люди стали проявлять более высокие духовные и культурные потребности. В цифровую эпоху Интернет и другие новые средства массовой информации предоставляют еще больше развлекательных ценностей, которые могут удовлетворить эти потребности. Традиционные СМИ, напротив, начинают терять свой развлекательный статус, и общественность все чаще предпочитает новые средства массовой информации.

Согласно теории Маслоу социальные потребности являются отражением возросшего уровня потребностей аудитории. В связи с этим развитие цифровых технологий и появление новых средств массовой информации, предоставляющих общественности платформу для взаимодействия с информацией и устанавливающих двустороннюю связь между коммуникатором и аудиторией, имеет большое значение для удовлетворения духовных и культурных потребностей китайской общественности. Следовательно, современная китайская журналистика должна адаптироваться к новым тенденциям и предоставлять общественности разнообразную информацию, удовлетворяющую их потребности.

На волне развития цифровых технологий традиционные СМИ Китая сталкиваются с проблемами: традиционные СМИ постепенно сокращаются, а некоторые новые начинают подниматься. Появление все большего количества каналов распространения новостей приводит к тому, что новости больше не контролируются отдельными журналистскими редакциями. Некоторые традиционные средства массовой информации умирают, но те, что выживают,

неизбежно лучше адаптируются к новой эпохе. Возможно, в этом и заключается преимущество рынка в результате развития технологий.

**Состояние и проблемы профессиональной деятельности журналистов в современном Китае.** Журналистские ценностные ориентиры представляют собой важный аспект профессиональной практики, определяющий принципы создания новостного контента и его распространения. В рамках журналистской деятельности ценности играют существенную роль в формировании философии и практики журналистов-практиков, включая базовые социальные ценности, профессиональные ценности в отрасли, а также законы и правила.

В условиях быстрого развития цифровых технологий, особенно интернет-СМИ, журналистские ценности и выбор профессии практикующих журналистов неосознанно меняются. Это связано с появлением новых форм распространения информации, изменением алгоритмов поиска и фильтрации, а также изменением роли журналиста в процессе создания и распространения новостного контента.

Журналистская этика представляет собой важный аспект социального явления, который принадлежит к надстройке общества. Человек не может жить в изоляции от группы, в которой он работает, и его действия должны учитывать интересы других людей или групп, к которым он принадлежит, чтобы избежать возникновения споров и конфликтов. Поэтому, в рамках журналистской этики, журналисты должны руководствоваться принципами справедливости, непредвзятости и достоверности. В связи с проведенной в Китае реформой рыночной экономики наблюдается укрепление сервисных и развлекательных функций в сфере журналистики, тогда как традиционные модели пропаганды и управления журналистскими организациями становятся все более подверженными воздействию рынка. В эпоху цифровых технологий



ценностные ориентиры интернет-журналистики, ориентированной на получение прибыли, становятся все более очевидными.

На основании статистического и аналитического исследования заявлений об уходе более чем 50 профессионалов в сфере СМИ за шестилетний период с 2009 по 2015 г., некоторые ученые пришли к выводу, что причины ухода, как правило, были связаны с неудовлетворенностью традиционной системой, беспомощностью перед воздействием новых технологий, огромным давлением, связанным с управлением СМИ, и различными новыми возможностями в планировании своей карьеры<sup>55</sup>.

В цифровую эпоху основополагающей является рыночная модель журналистики, а катализатором становится развитие цифровых технологий. Поскольку журналистика сегодня начинает использовать методы корпоративного управления для производства новостного контента, аудитория будет рассматриваться как «клиент», контент – как «товар», а читательская аудитория – как «рынок»<sup>56</sup>.

В рыночной экономике конкуренция и прибыль имеют влияние на журналистов. Журналисты отказываются от профессиональных принципов и торгуют силой общественного мнения, которой обладают, с группами интересов на рынке. Например, платные новости, платное удаление сообщений и онлайн-шантаж – всё это случаи, которые представляют собой преследование личной выгоды в ущерб общественным интересам.

Современные новостные СМИ с помощью новых технологий подбирают новости для зрителей, которые, в свою очередь, продают их рекламодателям.

---

<sup>55</sup> Чэнь Минь, Чжан Сяочунь. Прощание с «золотым веком» — анализ содержания заявлений об отставке 52 сотрудников традиционных СМИ // *News Reporter*. 2016. Vol. 2. P. 16.

<sup>56</sup> John Herbert McManus. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* April 1994. SAGE Publications, Inc.

В настоящее время китайский новостной контент на новых медиаплатформах оценивается по количеству кликов.

Во внутреннем процессе китайской журналистики есть два основных этапа: до публикации, который контролируется редакционным отделом, и после публикации, где оценивается эффективность, и между этими этапами существует тесная взаимосвязь.

Однако данный циклический процесс и стремление к увеличению количества новостей при минимальных затратах сил и времени в сочетании с погоней за показателями кликов приводят к возрастающей тенденции к фрагментарному и эмоциональному содержанию новостей. Китайские журналисты, работающие в современном рыночном контексте, сталкиваются с натиском маркетинга, что вынуждает некоторых из них отказаться от своих профессиональных этических принципов и ориентироваться на удовлетворение только своей аудитории в качестве поставщиков «культурных продуктов».

В 2003 г. сервис Sina Weibo провел опрос, посвященный условиям работы и жизни работников СМИ в Китае. Результаты исследования указывают на то, что около 43% из миллиона работников в данной сфере не имеют трудового договора, разрешения на работу и пресс-карты. Часто эти работники являлись настоящими «журналистами-мигрантами»<sup>57</sup>. Профессор Л. Сигуан, заместитель декана Школы журналистики и коммуникаций Университета Цинхуа, заявил, что «в голодной китайской коммерциализированной среде новостных СМИ китайские журналисты становятся людьми, которые каждый день тяжело работают, чтобы заработать на жизнь», и «следующее поколение

---

<sup>57</sup> Луо Цзяньхуа. От «новостных рабочих-мигрантов» к «журналистам» // *Journalists*. 2007. Vol. 12. P. 38–41.

журналистов в Китае становится «журналистскими шахтерами», которым не хватает даже элементарной власти»<sup>58</sup>.

Безжалостная рыночная конкуренция и сильные коммерческие интересы привели к небрежному управлению современными журналистами и к отсутствию адекватной профессиональной подготовки для новичков в профессии. Журналистский персонал мотивируется давлением выживания и утилитарным менталитетом, что приводит к ослаблению чувства профессиональной этики самих журналистов, рассеиванию их чувства святости журналистики и снижению качества новостного контента.

Имеется множество причин, из-за которых журналисты в Китае перестали быть «четвертой властью», а стали низкооплачиваемыми и зачастую нелегальными работниками. Одной из таких причин является существенное снижение профессиональных требований к тем, кто желает стать журналистом в эпоху гражданской журналистики. Но еще более значимым фактором является то, что личность журналиста подвергается психологической трансформации в условиях нынешнего китайского рынка, где возникают соблазны и появляются новые возможности для увеличения дохода.

С трансформацией «пассивной аудитории» в «массу с субъективной точкой зрения» журналистика становится «инструментом выражения эмоций».

Когда-то для получения информации аудитории приходилось полагаться на пассивное восприятие традиционных СМИ. С развитием самостоятельной публикации в цифровую эпоху у людей появилось средство для экспорта собственной информации. Некоторые из таких сообщений являются позитивными и значимыми. К ним относятся экспорт опыта с личной точки зрения, съемка и передача значимого события с личной точки зрения и т. д.

---

<sup>58</sup> Ли Сигуан: «Журналистика в переходный период» // Nanfang Daily Press. 2005.

В то же время по мере того, как в Интернете появляется все больше и больше доступной информации, начинает сокращаться потребность в достоверной информации. Зрителей гораздо больше привлекают эмоциональные и даже экстремальные публикации, в которых больше вымысла, чем правдивой информации. В результате Интернет и собственные публикации стали для некоторых людей инструментом для выплескивания эмоций. Например, конкуренция между различными группами общества может быстро привести к иррациональным эмоциональным вспышкам и конфронтации в Интернете. В китайском Интернете в последние годы было зафиксировано множество случаев «рисования на всплывающем экране» вредоносных видеоклипов и словесных оскорблений.

Об этом писал французский публицист Гюстав Лебон в своей книге «Психология народов и масс»: «Толпа никогда не стремится к правде; она отворачивается от очевидности, не нравящейся ей, и предпочитает поклоняться заблуждению, если только заблуждение это прельщает ее. Кто умеет вводить толпу в заблуждение, тот легко становится ее повелителем; кто же стремится образумить ее, тот всегда бывает ее жертвой»<sup>59</sup>.

**Влияние развития медиатехнологий на социальную культуру: культура «фэндома» в Китае.** В начале XX в. возникла теория «волшебной пули», согласно которой аудитория была описана как пассивная, трудно взаимодействующая с производителями информации и коммуникаторами, иррациональная и легко манипулируемая. Однако с начала 1960-х годов на смену данной теории пришла теория использования и удовлетворения (Uses and Gratifications). Она отмечает огромную роль аудитории в коммуникации, подчеркивая ее способность активно участвовать в процессе коммуникации и оказывать влияние на ее эффективность.

---

<sup>59</sup> Лебон, Гюстав. Психология народов и масс. М.: АСТ, 2021. С. 228.

Перед появлением Интернета в Китае в 1995 г. традиционные СМИ играли главную роль в массовой коммуникации китайских пользователей, желающих получить доступ к внешней информации. Однако с развитием цифровых технологий китайская журналистика претерпела значительные изменения. В прошлом средства массовой коммуникации определяли важность новостных событий по уровню их масштаба и влияния на общество в целом, и формировали соответствующую повестку дня. В эпоху цифровых технологий персонализированная коммуникация стала публичным, универсальным и важным с новостей»<sup>60</sup>.

Под влиянием цифровых технологий аудитория переживает эпоху новых медиа – фрагментированных, мобильных и неограниченных. Цифровые технологии сближаются, взаимодействуют и превосходят друг друга; всё это меняет способы использования медиа. В современном мире аудитория индивидуализирована и стремится к саморазвитию, бросая вызов ограничениям традиционных СМИ. Это во многом будет зависеть от собственного поведения, способностей и менталитета. Тем временем характеристики аудитории, которая одновременно получает информацию, совершает поиск, участвует в коммуникации и распространяет информацию, будут постоянно меняться.

Новые коммуникационные технологии приносят аудитории больше впечатлений, а изменение роли коммуникации и аудитории привело к снижению доминирования традиционных СМИ. Эти изменения означают потерю влияния традиционной журналистики, а также потерю рабочих мест для журналистов.

---

<sup>60</sup> Цифровой след, или цифровая тень, – это уникальный набор прослеживаемых цифровых действий, поступков, постов и сообщений, проявляющихся в Интернете или на цифровых устройствах. Цифровые следы можно классифицировать как пассивные или активные. К первому типу относится активность пользователя в браузере и информация, хранящаяся в cookie-файлах. Хотя этот термин обычно применяется к человеку, цифровой след может также относиться к бизнесу, организации или корпорации.

Важной формой журналистики в цифровую эпоху является гражданская журналистика. Эта модель новостей, собираемых и публикуемых гражданами, предоставляет обществу более независимый и широкий спектр новостной информации, дополняя тем самым новости, публикуемые авторитетными СМИ.

Несмотря на то что диверсифицированные источники информации позволяют получить более полную информацию, субъективный характер отдельных новостей и всепроникающий характер информации постоянно снижают точность и надежность данной информации. Кажущееся изобилие источников информации в этой ситуации усложнило доступ людей к действительно правдивой, объективной и достоверной информации.

Взаимодействие медиатехнологий и социальной культуры представляет собой важный объект исследования, и в данном контексте становится очевидным, что развитие медиатехнологий оказало влияние на развитие социальной культуры. В настоящее время в Китае распространяется новая форма общения фанатов, известная как культура «фэндома» (от англ. Fan – фанат), которая появилась вместе с развитием цифровых технологий и с помощью интернет-платформ. Группы фанатов используют цифровые медиа в качестве пространства для своей деятельности и участвуют в иррациональном поведении вокруг фигур знаменитостей. Их ценностные ориентиры сосредоточены на потоке и данных, что приводит к извращенной форме общества, где социальные платформы управляются в больших масштабах и чрезмерно коммерциализируются. Фэндомы, созданные фанатами вокруг кумиров (айдолов), используют низкие социальные издержки новых медиа, чтобы помочь айдолам голосовать на Weibo, фабриковать истории, участвовать в кибернасилии и неразумном потреблении товаров (мерча) артистов и любимых исполнителей. В результате «списки ценностей кумиров на цифровых медиаплатформах стали самой большой

движущей силой для выбора фанатов на основе данных». 27 августа 2021 г. Управление интернет-информации Центрального комитета Коммунистической партии Китая выпустило уведомление о необходимости усиления управления хаосом, вызванным «фэндомами», поскольку поведение фанатов слишком беспорядочное и требует контроля<sup>61</sup>.

Хотя выражение общественных настроений является отражением движения современной журналистики в сторону демократизации, действия и слова общественности не всегда рациональны. Выражение эмоций через новые медиаплатформы иногда не является простым катарсисом эмоций, в определенные моменты общественного мнения эмоции общества выражаются с определенной целью. Например, люди, вовлеченные в новостное событие, используют новые медиа, чтобы вызвать у общественности эмоции сочувствия и поддержки. В то же время, благодаря открытости и быстрому распространению информации в цифровую эпоху, люди, участвующие во многих событиях, могут легко привлечь к ним внимание общества. По этой причине интернет-платформы, такие как Weibo, становятся важным инструментом «эмоциональной мобилизации» в китайском обществе.

Э. Гофман, исследователь из США, сравнил деятельность людей с представлением в театре и проанализировал социальную деятельность с театральной точки зрения, выдвинув теорию драматургии в своей книге «Представление себя в повседневной жизни». Эта теория рассматривает людей в обществе как актеров, выступающих на сцене. Теория Гофмана проводит аналогию между социальной жизнью людей и театром, утверждая, что каждый человек играет большое количество различных ролей на разных социальных аренах, демонстрируя свои особенности перед каждой аудиторией. Поэтому поведение людей в данной среде можно разделить на то,

---

<sup>61</sup> Дальнейшая борьба с хаосом «Фань Цюань». URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2021/0828/c1001-32210934.html>. Дата обращения: 28.08.2021.

что они делают на сцене, и то, что они делают за ней. Новые медиаплатформы – это новые современные инструменты презентации и сцены для выступления.

Существует несколько стратегий, используемых в рамках данной теории «эмоциональной мобилизации» в китайских новых медиа: стратегия уязвимости к горю; стратегия передачи эмоций; стратегия эмоционального отвлечения; стратегия обмена эмоциями и т. д.<sup>62</sup>

Стратегия уязвимости к горю: широкая общественность склонна проявлять больше понимания и помощи к обездоленным и печальным людям. Эта стратегия основана на социальной психологии, она использует современные СМИ в качестве платформы для достижения необходимого эффекта «эмоциональной мобилизации».

Стратегия эмоционального отвлечения: стремление путем изменения или отвлечения внимания людей достичь эффекта изменения внимания общественности.

Стратегия эмоционального обмена: способ посредством эмоционального взаимодействия с аудиторией, такого как поощрение, похвала и т. д., получить поддержку со стороны аудитории. С ее помощью можно легко сформировать определенные круги. Упомянутый выше «фэндом» также подвержен этому типу «эмоциональной мобилизации».

Таким образом, цифровая эпоха с ее быстрой, интерактивной и удобной информацией становится для китайской общественности платформой для более свободного выражения своей воли. Но в то же время она может легко стать платформой для выплеска эмоций и даже создать риск выхода общественного мнения из-под контроля.

---

<sup>62</sup> Бай Шуин, Сяо Бенли. Эмоциональная мобилизация пользователей сети в Sina Weibo // Журнал Ланьчжоуского университета (издание социальных наук). 2011. № 39(05). С. 60–68. DOI: 10.13885/j.issn.1000-2804.2011. 05.021.



**Влияние Интернета на границы журналистики.** В нынешнюю эпоху социальных сетей новости и любой другой информационный контент больше не являются фиксированной формой продукта и объектом потребления, а представляют собой результат осуществляющейся под сильным воздействием потребителя деятельности по производству и распространению контента, касающегося новостей, погоды, исторических и любых других событий в условиях глобализации коммуникации.

Эта теория может быть описана терминами *текучесть* и *ликвидность* (Liquid Modernity), о которых говорит З. Бауман в своей книге «Текучая современность». Понятия «текучести» и «ликвидности», заимствованные из концепции Баумана, используются для обобщения текущих событий в журналистике. Текучая журналистика – это журналистика, характеризующаяся скоростью, где скорость стала доминирующей чертой производства контента в современных СМИ.

Ликвидность проявляется прежде всего в «ликвации» журналистской идентичности. В формирующейся цифровой медиакультуре пользователь или потребитель новостей также является производителем общественной информации. С точки зрения «ликвации» идентичность и роль журналистов больше не являются относительно стабильными, а характеризуются постоянным переключением между профессиональными журналистами, гражданскими журналистами и широкой общественностью в процессе производства новостей.

Кроме того, это «ликвация» профессионального журналистского сообщества. С одной стороны, границы между журналистской информацией и контролем информации разжижаются и расширяются, а с другой стороны, новые формы производства и потока журналистской информации создаются совместно профессиональными и непрофессиональными сообществами в процессе перехода от производства новостей к их совместному курированию,

что может изменить институционализированные структуры власти традиционной журналистики.

В Китае журналистика имеет как культурные, так и товарные атрибуты. Культурные атрибуты означают, что она основана на служении интересам политических партий и общества; товарные атрибуты означают, что она исходит из преследования экономических интересов. Журналистика – это сообщение последних фактов, поступающих из различных регионов и являющихся результатом физического и умственного труда журналистов, сведенного к недифференцированному человеческому труду.

В условиях мощной коммерческой модели цифровых СМИ, ориентированных на рынок, постепенно теряется равновесие между социальными общественными благами и товарами. Появление Интернета привело к размыванию границ между новостями и информацией, слухами и правдой, рекламой и новостным контентом и т. д.

В Китае, поскольку редакторы новостных СМИ не имеют права брать интервью, они обычно редактируют контент, собирая его из других новостных и информационных источников. Нередко редакторы изменяют заголовок оригинальной статьи, чтобы сделать тему более провокационной и привлечь больше внимания. Некоторые редакторы игнорируют требования профессиональной этики, не указывая источник информации и автора.

Кроме того, давление коммерции привело к перекосу в сторону новостей об определенных группах людей, включая звезд шоу-бизнеса и элиту высшего класса, а также различных пикантных историй. Они отнимают общественные ресурсы, пренебрегая уязвимыми группами и забывая об общественном характере новостей.

Таким образом, задача журналистов сегодня состоит не просто в «отказе от гедонизма» или «восстановлении морали», а в переосмыслении значения и

содержания новостей и того, какими должны быть ценностные ориентиры журналистов<sup>63</sup>.

### 2.3. Меркантильность китайской журналистики

**Неточности в содержании журналистского материала.** Исследование медиапотребления студентов колледжей США, опубликованное в октябре 2018 г., показало, что почти 50% студентов колледжей США не уверены в том, что могут определить фальшивые новости в социальных сетях, 36% сказали, что угроза, исходящая от дезинформации, делает их неспособными доверять СМИ, 45% сомневаются в том, могут ли они определить новости как правдивые или как ложные, и только 14% уверены, что могут определить фальшивые новости<sup>64</sup>.

**Искажение содержания новостей, происходящее вследствие фейковых новостей.** С 2001 г. в журнале «Journalism Review» создана «Ежегодная группа по изучению новостей», которая отбирает «Десять лучших фальшивых новостей года» в качестве образца для статистического анализа с целью изучения характеристик и правил производства фальшивых новостей<sup>65</sup>. Результаты многолетних исследований показали, что фейковые новости часто исходят от СМИ с высокой степенью маркетизации, которые без колебаний отказываются от своей профессиональной этики в обмен на экономическую выгоду, в то время как правительственные и партийные СМИ благодаря относительно стандартизированному процессу производства новостей

---

<sup>63</sup> У Гуаньцзюнь. Главное — это восстановление ценностей СМИ [ЕВ/ОЛ] // Observer.com.

<sup>64</sup> Chen, Y., Conroy, N. J., Rubin, V. L. News in an Online World: The Need for an 'Automatic Crap Detector' // The Proceedings of the Association for Information Science and Technology Annual Meeting (ASIST2015) (St. Louis). 2015. Nov. 6–10.

<sup>65</sup> Ежегодная группа по исследованию фальшивых новостей: 2020. Отчет об использовании фальшивых новостей / Бай Хунъи, Цао Шиюэ, Чэнь Бин. // Journalist. 2021. № 1. С. 23–37.

монополизируют источники информации партийного и правительственного секторов, и количество фальшивых новостей у них намного меньше, чем у коммерческих СМИ.

С точки зрения содержания новостей современные китайские фейковые новости имеют следующие характеристики.

1. Выбор фальшивых новостей часто связан с использованием тем, представляющих первостепенный интерес для людей, это, например, чрезвычайные ситуации, информация о продуктах питания и лекарствах, социальные новости, экономические новости. Новости о текущих событиях имеют относительно меньшую вероятность оказаться фальшивыми, поскольку они подвергаются более строгой проверке.

2. Повествовательный текст фальшивых новостей часто перемежается фрагментами из реальных новостей, размывая трактовку ложных элементов. Для подтверждения ложных частей контента также используются знаменитости с высоким социальным статусом или люди из профессиональных областей. Повествование и интерес к новостям также подкрепляются за счет преувеличений, алармистских заявлений и выдумок для привлечения внимания.

3. Фальшивые новости часто не имеют конкретного автора или сопровождаются ссылкой на скрытые источники; зачастую они искажают истинный смысл того, что сказал интервьюируемый.

4. Существуют также определенные исследовательские трудности в изучении фальшивых новостей в современном Китае: например, у нынешней китайской аудитории не сформировано разумное восприятие критериев определения фальшивых новостей. Кроме того, аудитория Китая не разделяет классические фейковые новости и новости, появившиеся в результате чьего-то заблуждения. Это связано с тем, о чем мы говорили выше: степень проверки источников у СМИ Китая пока не столь высока.

Безусловно, одним из главных вызовов для журналистики в настоящее время является необходимость конкурировать за трафик и внимание аудитории. Однако это приводит к ряду проблем с точностью выражения при описании новости. К примеру, нередко наблюдается несоответствие между стилем новостей и их содержанием, несоответствие заголовка новости, когда в заголовке имеется преувеличение или односторонний взгляд, что может привести к искажению фактов. Кроме того, злоупотребление яркими эпитетами для привлечения зрителей к заголовкам новостей также является распространенной проблемой. В свою очередь, это может привести к тому, что новости, хотя и привлекают к себе большое внимание, не будут отражать реальные события и проблемы, которые находятся в центре внимания общества. Нарушение этических норм в отношении фотографий, включая фальсификацию изображений, также является неприемлемым и может привести к серьезным последствиям для доверия аудитории к новостям.

В условиях стремительного развития интернет-технологий и социальных медиа производители новостей и каналы распространения информации приобретают все более разнообразный и динамичный характер. В связи с этим возникает ряд новых проблем, связанных с неправомерными действиями в сфере новостей, таких как распространение ложных и неточных новостей, увеличивающееся число анонимных источников, необоснованные обвинения и т. д. Кризис достоверности информации, связанный с негативным влиянием фейковых новостей на общественное мнение и принятие решений, достигает беспрецедентных масштабов, что требует немедленных действий со стороны социальных и правительственных институтов для обеспечения качественной и достоверной информации.

Анализируя существующие алгоритмы распределения информации на основе кластеризации без наблюдения, необходимо отметить, что они имеют ряд ограничений и не могут гарантировать оптимального решения сложной

задачи. Недостатки алгоритмов заключаются в их неспособности корректно обрабатывать неструктурированные данные, а также в возможности накопления энтропийных материалов, что может привести к снижению достоверности информации.

Однако еще более значимым фактором, ограничивающим применение алгоритмов машинного участия в распространении информации, является их зависимость от программного обеспечения, которое не может быть адаптировано к каждой конкретной ситуации. Даже самые продвинутые алгоритмические системы могут оказаться ошибочными в своих решениях из-за ограничений установленных моделей.

Таким образом, полное вовлечение технологий искусственного интеллекта в процесс распространения информации может привести к возникновению различных факторов, пагубно влияющих на представление правдивых новостей. Необходимо продолжать исследования в области разработки новых алгоритмов и технологий, способных устранить существующие ограничения и обеспечить более точное распределение информации<sup>66</sup>.

**Неправомерное поведение журналистов.** В процессе распространения информации люди неизбежно подвергаются влиянию идеологии своего окружения, и в то же время Китай твердо идет по пути маркетизации, сильно недооценивая влияние капитализма на журналистику в современном китайском обществе.

В прошлом большинство традиционных новостных организаций в Китае полагались на государственные доходы как на гарантию дохода для своих сотрудников. В 2003 г. Отдел пропаганды Китая провел реформу, в результате которой были сохранены центральные газеты «People's Daily», «Guangming Daily» и «Economic Daily», а также журнал «Qiushi», известные как «три

---

<sup>66</sup> Чен Чанфэн, Шивэнь Интеллектуальная технология проверки новостей: алгоритмы, логика и ограничения // Университет журналистики. 2018. № 152(06). С. 42–49+148.

газеты и один журнал». Все остальные газеты и журналы центрального уровня, а также газеты различных отраслей и регионов страны сменили руководство, управление ими перешло к юридическим лицам, созданным под контролем правительства. Аналогичным образом, на уровне провинции сохраняется только один провинциальный орган, а все остальные газеты и журналы были отделены от правительственных ведомств и стали собственностью корпораций.

На этом фоне в Китае появилось большое количество редакционных сотрудников, получавших зарплату на основе гонорара без социальных гарантий, полагающихся штатным сотрудникам. Рыночная реформа Китая замещает журналистов в информационных агентствах большим количеством «журналистов-крестьян», в китайской терминологии нонгмингуну. В то же время экономическое развитие китайского общества привело к тому, что жить в городе становится все дороже и дороже. Журналисты, ранее работавшие над расследованиями и громкими публикациями о социальной сфере Китая, сегодня превратились в нелегальных работников без социальных и иных гарантий.

Между тем с ростом гражданской журналистики некоторые работники традиционных СМИ перешли от работы в редакции к созданию собственных персональных новых медиаплатформ; такая тенденция получила название KOL (лидеры общественного мнения; инфлюэнсеры).

Первоначально термин KOL использовался для обозначения группы внешне привлекательных моделей, которые делились эстетичными фотографиями, демонстрировали ухоженный внешний вид, размещали фотографии своих нарядов и макияжа. Эстетичная картинка привлекает сотни тысяч или даже миллионы подписчиков, что делало авторов данного контента более заметными и влиятельными в социальных сетях, чем многие культурные

знаменитости, и даже более влиятельными, чем многие социальные аккаунты СМИ.

Для расширения возможностей монетизации собственного контента эти пользователи Интернета расширили свою деятельность и взяли под управление некоторые магазины на Таобао, по некоторым данным объем их продаж достигал 100 млн. юаней. Слава и богатство, которые они демонстрируют, фактически стимулируют многих следовать их примеру и подражать им.

Впоследствии стали появляться онлайн-знаменитости разного рода деятельности. С одной стороны, они являются производителями контента, предоставляя публике видео, фотографии или текстовый контент, а с другой стороны, они формируют слабо связанные сообщества благодаря своему влиянию. Из-за экономической ценности, которую могут представлять такие знаменитости, некоторые коммерческие организации начали целенаправленно «создавать» их и направлять их для участия в коммерческой деятельности. Это привело к ряду нежелательных явлений, таких как недобросовестная реклама товаров и некачественные действия по привлечению внимания

Поскольку молодое поколение Китая все активнее использует цифровые устройства, КОЛ в китайской журналистике сохранится еще долгое время. Брокеры, операционные команды и команды по коммерческой конверсии, которые появятся из этих новых производителей информации, сформируют новую упорядоченную крупномасштабную цепочку в рыночной экономике. Последствия появления этой новой коммуникационной культуры многогранны.

Журналистика в цифровую эпоху должна быть чувствительна к ценностям информационного контента в Интернете, а также к этической калибровке их бизнес-моделей.



Таким образом, мы сможем помочь людям в информационном обществе, где СМИ становятся все более децентрализованными и плоскими, а общество – все более стратифицированным, чтобы ценностные ориентиры мейнстрима и хороший культурный контент распространялись адекватно и эффективно, создавая здоровую среду культурной индустрии и систему распространения информации, полезную для умов всех членов общества.

### **Неофициальные новостные каналы распространения информации.**

Новостные агрегаторы, такие как веб-сайты или новостные приложения, представляют собой новый тип поставщиков информационного контента, которые обычно получают информационные потоки из Интернета и которые обрабатывают и интегрируют информацию после ее получения. В эпоху новостных порталов новости из традиционных средств массовой информации агрегировались порталами; в эпоху мобильных социальных сетей новости из традиционных СМИ и порталов собирают сайты-агрегаторы новостей или приложения. Модель производства новостного контента сменилась с PGC (Professional Generated Content) на AAC (Algorithmically Generated Content).

В марте 2014 г. «Новые пекинские новости» начали выносить предупреждения и публично разоблачать новые СМИ (включая веб-сайты, мобильных клиентов, официальные платформы микроблогов и WeChat и т. д.), которые используют контент, создаваемый «Новыми пекинскими новостями», без разрешения. По состоянию на август 2019 г. было опубликовано 59 выпусков таких сообщений<sup>67</sup>.

В современную цифровую эпоху агрегаторы новостей играют значительную роль в изменении процесса производства новостей и системе СМИ. Они повышают эффективность распространения новостного контента и оказывают большое влияние на традиционные новостные СМИ. Один из

---

<sup>67</sup> Бюллетень по борьбе с нарушениями Новости Синьцзин. Вып. 59. URL: <https://m.bjnews.com.cn/detail/156514375014221.html>. Дата обращения: 1.12.2020.

примеров такого влияния – это Toutiao, который вызвал серьезные озабоченности вопросом авторского права. Режим работы Toutiao заключается в сборе трафика, который затем трансформируется в экономический доход через рекомендованные СМИ. Кроме того, Toutiao основан на бесплатном сборе качественного контента из традиционных СМИ, что вызвало споры о правах на онлайн-контент и неясном нормативно-правовом статусе журналистики в цифровую эпоху.

Правительство Китая реагирует на такие вопросы и разрабатывает стратегии, направленные на решение проблемы кражи контента. 17 апреля 2015 г. Национальная администрация по авторскому праву Китая выпустила «Уведомление о регулировании вопросов авторского права на воспроизведение в Интернете». Однако защита прав на новостной контент в цифровую эпоху остается очень сложной задачей и требует еще длительного пути для эффективного регулирования этих вопросов.

Новостные СМИ в цифровую эпоху часто используют методы анализа больших данных в попытке изучить модели поведения пользователей и проанализировать их потребности в контенте, чтобы добиться точного определения интересов каждого зрителя с целью повышения лояльности пользователей.

А использование нативной рекламы через коммерческие маркетплейсы в настоящее время является основной моделью рекламы на веб-сайтах и мобильных приложениях.

Нативная реклама – это способ размыть грань между рекламой и новостной информацией, не нарушая «впечатления» пользователя, и спрятать рекламу внутри новостной информации. Это вводит пользователя в заблуждение, заставляя его поверить, что эта информация является новостью, а не маркетинговым предложением. С точки зрения содержания нативная реклама предоставляет пользователям интересующий их контент, в то же время с точки

зрения формата объявления она соответствует содержанию новостного сообщения и более естественно вписывается в сценарий ее использования.

Нативная реклама по своей форме стирает границы между рекламой и журналистикой. Хотя она в определенной степени примиряет необходимость информирования общественности с требованиями рекламы, это делается в ущерб этическим нормам журналистики. Во-первых, существует риск утечки личной информации о каждом, а во-вторых, некоторые зрители склонны воспринимать рекламу как новости, что наносит ущерб массовой журналистике. В долгосрочной перспективе модель коммерциализации цифровых технологий еще больше подрвет доверие к журналистике.

**Модель рентабельности журналистики в цифровую эпоху: формирование нового «информационного кокона».** Когда пользователь заходит в аккаунт в социальных сетях, многочисленные фрагменты информации о нем (например, марка мобильного телефона; люди, на которых он подписан; информация о его друзьях; личные предпочтения и т. д.) аккумулируются и представляется в виде большого количества тегов внутри информационной системы. На основе этой серии тегов СМИ рекомендуют пользователю информацию, постоянно улучшая алгоритм, чтобы предлагать своей аудитории оптимизированный контент на основе следов чтения пользователя, включая то, какие темы новостей он выбирал и на что нажимал, как долго оставался на странице, чем делился и т. д. По мере увеличения количества и частоты использования система будет более четко определять интересы пользователей, тем самым делая подачу новостной информации более интеллектуальной и интересной для пользователя.

Хотя люди удовлетворены удобством, которое приносит в их жизнь технология искусственного интеллекта, существуют и определенные скрытые опасности. С одной стороны, нарушается неприкосновенность частной жизни

пользователей, с другой — они все глубже и глубже оказываются в «информационном коконе».

Концепция «информационного кокона» была разработана американским ученым Кассом Р. Санстейном в его монографии «Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge». В этом исследовании автор предлагает рассматривать зрителя и технологию представления контента как кокон и шелковичного червя: в интеллектуальном алгоритме информации зритель может быть пойман в кокон, как шелковичный червь. Это происходит потому, что восприятие публикой собственных информационных потребностей является неполным и иррациональным, и зрители склонны останавливаться на той информации, которая их интересует. В долгосрочной перспективе цифровые технологии позволили индустрии общественной журналистики, которая является публичной по своей природе, заключить общественность в свой собственный «информационный кокон». Хотя люди пользуются общим средством доступа к информации, цифровые технологии привели к углублению разрыва между людьми.

На самом деле цифровые технологии реагируют на индивидуальные потребности и ценностные ориентиры пользователя путем написания алгоритмов. Это делает коммерчески возможным поставить бесчисленное количество пользователей в зависимость от программного обеспечения. Что касается предоставления зрителям разнообразной, качественной и рациональной информации, то в цифровую эпоху это не приносит ни коммерческого дохода, ни инвестиций и, естественно, не становится главной целью развития компании.

**Меры, принятые правительством КНР.** У любой технологии есть две стороны, и хотя люди наслаждаются удобством новых технологий, они также должны осознавать, какое влияние технологии оказывают на общество, и

активно вырабатывать соответствующие меры контроля. Китай также активно применяет ряд правил к использованию цифровых технологий.

С одной стороны, чтобы снизить ограничения для интернет-индустрии, формируемые сетевым эффектом, китайский рынок пытается сформировать хорошую среду развития при участии правительства для поддержания справедливости рынка. Правительство устанавливает определенные ограничения на рыночную конкуренцию в Интернете, чтобы способствовать формированию благоприятной среды развития, в то же время оно активно создает платформу цифровых общественных услуг для совместного использования ресурсов или строит ключевые объекты.

С другой стороны, правительством принимаются меры для защиты законных прав и интересов потребителей новостного контента, а также для разработки стандартизированных законов и правил.

В 2015 г. Си Цзиньпин на церемонии открытия Второй всемирной интернет-конференции отметил, что Интернет не является местом вне закона. Киберпространство виртуально, но субъекты, которые его используют, реальны, и все должны соблюдать закон и определять права и обязанности всех сторон.

В апреле 2018 г. был введен «Закон Китайской Народной Республики о защите героев и мучеников». Впоследствии, во время лесного пожара Мули в Ляншане, Сычуань, в 2019 г., некоторые пользователи интернет-платформ были задержаны за оскорбление погибших пожарных.

Между тем Государственное управление интернет-информации КНР провело ряд специальных операций под названием «Qinglang» («Цинлан»), что означает «делать небо чистым» в киберпространстве. Эти операции в основном были направлены против использования интернет-пространства для распространения незаконной информации. В 2016 г. был проведен ряд мероприятий, таких как «целенаправленное исправление приложений, где

пользователи – дети и подростки», и действия китайского правительства по управлению Интернетом, цель которого уменьшить количество нездоровой информации в Интернете.

Проводятся «специальные мероприятия по борьбе с облачными хранилищами для распространения незаконной информации» и «специальная политика в отношении незаконных публичных аккаунтов WeChat». К концу 2016 г. в общей сложности было закрыто 1,045 млн. аккаунтов, 1,29 млн. пространств и групп, распространяющих непристойную, порнографическую и насильственную информацию, а также закрыто более 2 тыс. незаконных веб-сайтов<sup>68</sup>.

С точки зрения рыночных отношений взаимосвязанные компании также реформируются и регулируются. Правительство отреагировало на феномен монополии интернет-платформ строгим регулированием и новыми ограничениями сферы их деятельности. Оно продолжает усиливать меры регулирования в отношении интернет-компаний, в результате чего 2021 г. стал самым активным годом для антимонопольного правоприменения в Китае. Компания Alibaba была оштрафована на 18,228 млрд. юаней за злоупотребление своим доминирующим положением на рынке; компания Tencent была оштрафована на 6 млн. юаней в 2022 г. Строгое регулирование китайским правительством интернет-платформ, от законодательства до правоприменения, эффективно регулирует рынок новостей в новую эпоху, тем самым находя более разумный баланс между свободой прессы и надзором за прессой.

Некоторые СМИ имеют большую пользовательскую базу, что может легко привести к серьезным последствиям, если они предоставляют некачественную

---

<sup>68</sup> В 2016 г. Государственное управление интернет-информации провело серию специальных операций под названием «Qinglang», направленных на решение постоянных проблем в Интернете и создание постоянного сдерживающего фактора. URL: [http://www.cac.gov.cn/2016-11/25/c\\_1119991081.htm?agt=269%5Cx26amp;qq-pf-to](http://www.cac.gov.cn/2016-11/25/c_1119991081.htm?agt=269%5Cx26amp;qq-pf-to). Дата обращения: 11.2.2021.

информацию. Поэтому необходимо создать новую модель мониторинга платформ между компаниями и рынком, а также между СМИ и общественностью. Это делается путем классификации всех видов информации в Интернете и новых СМИ и установления разумного мониторинга.

В целях более эффективного использования интернет-технологий в китайском обществе, а также содействия здоровому развитию социальной информационной культуры. С одной стороны, китайское правительство обеспечивает правовое регулирование в законодательном порядке и в рамках национальной политики, например, постоянный комитет Всекитайского собрания народных представителей 12-го созыва на своем 24-м заседании в ноябре 2017 г. принял Закон Китайской Народной Республики о сетевой безопасности, в котором четко прописано, что сетевые операторы должны выполнять обязательства по защите кибербезопасности, принимать государственный надзор и нести социальную ответственность. С другой стороны, различные китайские отраслевые ассоциации, НПО и другие третьи стороны также стали основным органом социального надзора за китайскими цифровыми предприятиями. Например, в 2020 г. Институт развития интернета Пекинского нормального университета и пять других подразделений совместно выпустили «Исследовательский отчет о корпоративной социальной ответственности китайского интернета за 2020 год»; в 2021 году 13-я ежегодная конференция по корпоративной социальной ответственности Китая выпустила «Отчет о наблюдении за социальной ответственностью китайской интернет-индустрии (2020–2021), чтобы оценить и раскрыть состояние развития, проблемы развития и тенденции развития цифровой КСО в Китае.

Кроме того, с помощью цифровых технологий обществу предоставляются более богатые информационные ресурсы, направляя его на более легкое пользование удобствами, которые цифровые технологии приносят каждому. Например, более широкое принятие различной информации.

Медиаплатформы, которые ведут к обучению для всех в обществе, университетские катехизисы и т. д.

Вопрос ценностной ориентации китайской журналистики в цифровую эпоху – это явление, когда происходят перемены от внешнего к внутреннему, что также глубоко связано с китайской журналистикой в контексте экономических реформ.

Исходя из внешних объективных факторов, мы полагаем, что в системе китайской журналистики есть определенные элементы, которые не адаптируются к цифровой эпохе.

С одной стороны, профессиональная китайская журналистика делает слишком большой акцент на культурных и политических атрибутах. С другой стороны, с учетом многочисленных вызовов цифровой эпохи существует необходимость в более своевременных законах для регулирования и дополнения существующих в Китае законов и правил, которые скорее ограничивают и лимитируют распространителей новостей, чем защищают их.

#### **2.4. Выводы**

Из внутренней мотивации следует, что ценностная ориентация журналистов в цифровую эпоху утрачивается сама собой.

Ценностная ориентация китайских журналистов сопровождала три этапа истории: 1) период, когда у китайской интеллигенции преобладали ценности, связанные с изданием газет для просвещения народа, с противостоянием феодализму и с призывами к национальному освобождению; 2) период после 1949 г., когда журналистика служила рупором китайского правительства и партии; 3) чувство свободы под влиянием духа западной коммерческой журналистики после внедрения в Китае политики реформ и открытости.

В настоящее время китайская журналистика переживает период стремительного перехода в цифровую эпоху, а традиционная



пропагандистская модель все больше подвергается влиянию идеи рыночной экономики. На фоне этих изменений в журналистике коммерческая конкуренция и прибыль снова и снова ставят журналистов перед выбором между деньгами и этикой.

С одной стороны, постепенная монополия крупных интернет-платформ в последние годы заставила распространителей новостей беспокоиться о капитале и власти; с другой стороны, зависимость от алгоритмов искусственного интеллекта привела к переменам в способе производства новостей, что, в свою очередь, привело к изменениям в социальной ответственности журналистов.

Самая важная внутренняя причина заключается в том, что прибыль становится новой парадигмой журналистики: когда читатель или зритель воспринимается как «клиент», новости также начинают рассматриваться как «товар». При ориентированности на рынок аудитория, контент и тираж постепенно трансформируются в более коммерческие понятия: потребитель, товар и рынок.

### **Глава 3. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы**

В условиях быстрого развития науки и техники в Китае в последние годы новая концепция цифровой журналистики получила широкое распространение и стала объектом исследования в теории журналистики. Воздействие цифровых технологий и изменение взглядов и практик производства новостей в новую эпоху привели к тому, что первоначальные теоретические концепции демонстрируют тенденцию неспособности адаптироваться к технологическому развитию и изменениям окружающей среды. В связи с этим актуальным является изучение инновационных подходов в теории журналистики на основе развития цифровой эпохи, которые помогут журналистам эффективно приспособиться к новым вызовам и возможностям.

Цифровые технологии изменили способ производства и распространения информации в обществе, а также поставили под сомнение традиционное представление о журналистских исследованиях.

В последние годы китайские исследования в области журналистики идут в ногу с международными исследованиями и играют все более важную роль в исследованиях по теории цифровой журналистики. В данном исследовании предпринята попытка рассмотреть концепцию китайской журналистики и проанализировать тенденцию развития цифровой журналистики в Китае, рассмотрев изменяющееся понимание концепции цифровой журналистики и ее характеристик развития.

Понятие «ценность» люди получают из внешних производственных отношений, которые удовлетворяют их потребности. Ценность предназначена для людей, и ее можно увидеть только в обществе людей и в культурном творчестве. Журналистская ценность делает больший акцент на практической

ценности журналистов для общества. Ценностная ориентация китайской журналистики исходит из китайской национальной культуры, национальной традиции и реального окружения, которые вместе составляют основу системы ценностей журналистики с китайской спецификой.

С одной стороны, на профессиональные ценностные ориентации всех слоев общества в современном Китае важное влияние оказывает китайская конфуцианская культура, дух древнекитайского интеллектуального класса. Наиболее важными в культуре древнекитайского школьного образования были понятия «ученый» и «джентльмен». В традиционном китайском обществе «ученый» представлял элитный класс реального общества и пользовался уважением общества. Многие ценности элиты в современном китайском обществе унаследованы от духа «ученого». Это повлияло как на политическую культуру Китая, так и на выбор и менталитет различных руководителей китайских предприятий и организаций. Например, по словам одного известного китайского историка, китайская традиция заключается в том, что выбор мнения не зависит от большинства, как в западном так называемом демократическом духе. Вместо этого китайская традиция заключается в том, чтобы обращаться к мудрым. Если есть мудрец, то будет принято мнение этого одного человека, а если есть два мудреца, то выбор будет зависеть от мнения большинства. «Мудрец» – это качество, «множество» – это количество, а для китайских кадровых служб организаций качество важнее количества. «Джентльмен» – это высший моральный уровень в любой профессии в китайском обществе, и люди этого класса обычно характеризуются умом, моралью и преданностью. Этим стандартам китайцы следовали с древних времен. В современном китайском обществе «ученый» и «джентльмен» повлияли на ценности многих важных профессий в Китае. Некоторые из этих взглядов потенциально социально приемлемы, как, например, старая китайская пословица: «Джентльмен любит деньги и берет их

правильным способом». Сегодня эта фраза знакома всем китайцам. Она означает, что деньги – это то, к чему стремится каждый, но их нужно добывать разумным путем.

С другой стороны, ценности современной китайской журналистики сформировались под влиянием взглядов Маркса на журналистику и продолжают наследоваться и развиваться в новую эпоху в соответствии с национальными условиями Китая. Коммунистическая партия Китая (КПК) постоянно изучала журналистские идеи Маркса, Энгельса и Ленина, накопила богатый опыт использования средств массовой информации для руководства вооруженной борьбой, основанием базовых режимов, социалистической революцией и строительством, а также делом реформ и открытости и создала «Взгляд Си Цзиньпина на журналистику новой эпохи» – теоретическую систему современной марксистской журналистики. Согласно этим ценностям, китайские новости должны ориентироваться на политическое направление в качестве первого приоритета и в то же время настаивать на том, что новости – это средство массовой информации, которое служит народу. Некоторые китайские ученые обобщили концепцию Си Цзиньпина о журналистике в новую эпоху как диалектическое единство между основными принципами марксизма и реальной работой Китая в сочетании с прекрасной традиционной китайской культурой; диалектическое единство между созданием теории социалистической журналистики с китайской спецификой и временем журналистики; диалектическое единство между идеологией журналистики Коммунистической партии Китая (КПК) и ее инновационностью<sup>69</sup>.

Согласно книге «Четыре теории прессы» китайская система коммуникации попадает в категорию «авторитаризм». Но Китай определяет себя как

---

<sup>69</sup> Чжэн Дэфэн, Чжэн Цюань. Процесс развития, основные характеристики и идеологическое раскрытие китаизации и модернизации марксистской концепции журналистики // Contemporary Communication. 2023. Vol. 4. P. 4-11.

государство, в основе которого лежат социалистические ценности с китайской спецификой.

Между ценностями китайской и западной журналистики существуют определенные различия, которые определяются политическими, экономическими и культурными факторами в Китае и на Западе. Среди них огромное влияние на ценностные ориентации китайской журналистики оказывают китайская конфуцианская мораль и современные социалистические факторы.

В цифровую эпоху скорость обновления СМИ увеличивается, что приводит к изменениям в желании журналистов-практиков работать и в профессиональной этике. Это связано с тем, что изменения в технологической производительности привели к огромным изменениям в надстройке китайской журналистской индустрии и большому количеству журналистов прошлого пришлось начать искать новые способы работы, чтобы адаптироваться к изменениям в обществе.

С развитием цифровых технологий будущее китайской журналистики станет более разнообразным, а процесс деятельности более демократичным. На все это влияет объективная среда: распространение информации в условиях цифровых технологий характеризуется взаимным распространением информационного влияния; а кроме того, сопровождается долгосрочными политическими реформами в Китае, экономической открытостью, политикой культурного разнообразия, а также значительным повышением уровня образования китайского народа после реформы образования в Китае.

Конечно, существует некий базовый консенсус относительно новостных ценностей разных стран мира, например, «основные взгляды журналистского сообщества Востока и Запада сходятся в том, что новости – это сообщение фактов, и новости должны стремиться к правдивости, объективности, полноте и справедливости», но эти общие уровни новостных ценностей, будучи

реализованными в новостных ценностях определенной страны, нации или группы, не будут иметь одинакового подтекста. Однако, когда эти общие журналистские ценности реализуются в журналистских ценностях определенной страны, нации или группы, их коннотация меняется в большей или меньшей степени. Исторически сложилось так, что китайская журналистская практика глубоко осмыслила и пересмотрела эти понятия, а если быть точным, то китайская пресса критически их восприняла. Таким образом, на Западе истина, свобода и объективность – основа журналистского профессионализма – находятся в центре журналистских ценностей, а в Китае эти понятия вторичны, они уступают место ценностям «коммуникации» и «индоктринации». В Китае эти понятия подверглись процессу локализации, и эти ценности известны как социалистические ценности с китайской спецификой.

Идеология китайской журналистики, согласно которой «новости – это рупор партии», отличается от духа западной журналистики. Поэтому авторы обобщают дискурсы о журналистских ценностях в официальных СМИ и объединяют их с Кодексом этики китайских журналистов, который ввела в действие Ассоциация журналистов Китая (CJA). Это позволит объяснить изменения в ценностной ориентации китайской журналистики, скрытые за социальным прогрессом.

Оглядываясь на историю формирования этой характерной для журналистики системы ценностей, можно заметить, что она является результатом логического и естественного развития истории и постоянно обогащается, и сублимируется в ходе практики. Важной причиной, по которой китайская ценностная ориентация новостей завоевала популярность среди населения, является то, что китайская культура придает большое значение историческому опыту и историческим законам. Историческая практика Китая доказала, что система новостных ценностей с китайской спецификой

направляет новостную практику, а деятельность новостной практики с китайской спецификой обогащает систему новостных ценностей.

### **3.1. Формирование концепции «цифровой журналистики» в Китае**

Цифровая журналистика – это форма журналистики, в которой новостной контент распространяется посредством сети Интернет, основной информационный текст может сопровождаться различными изображениями, фото и видео. При этом фото- и видеоизображения могут выступать самостоятельным новостным контентом. По сравнению с традиционной журналистикой цифровая журналистика – это особая форма коммуникации в эпоху новых медиа, которая развилась с появлением цифрового общества. Как форма сочетания цифровых технологий и журналистики цифровая журналистика обогатила способы и средства традиционной новостной коммуникации, а также привнесла много новых направлений и идей в область исследований теории журналистики.

Хотя исследования в области журналистики в основном фокусируются на форме в целом, с наступлением цифровой эпохи все больше стали обращать внимание на такие специфические стили новостей, как журналистика данных, алгоритмическая журналистика и мультимедийная журналистика. Изучение цифровой журналистики в Китае сопровождалось технологическими обновлениями, речь шла о таких понятиях, как «онлайн-журналистика», «конвергентная журналистика» и «цифровая журналистика».

Первые в мире цифровые новости появились в Великобритании в 1970-х годах в виде teletext – способа передачи информации с помощью телевизора, посылающего данные через широкоэвещательный сигнал для отображения текста и графики. В Китае до 1987 г. количество человек, у которых были

телевизоры, превышало 100 млн. Учитывая демографическую и социальную обстановку в Китае, вполне естественно, что исследования в области цифровой журналистики в Китае начались относительно поздно.

Понятие «онлайн-журналистика» появилось в Китае в 1990-х годах, когда Китай наряду с другими странами попал под влияние глобального Интернета, а способ распространения журналистики и способ получения информации подвергались значительным изменениям. Первоначально концепция анализировалась и объяснялась в основном с точки зрения распространения и получения информации, а основные исследования в этот период были посвящены описанию и анализу новых характеристик журналистики. Исследования в области онлайн-журналистики утверждали, с одной стороны, что новые технологии навсегда изменят способ взаимодействия зрителей с новостным контентом, а с другой стороны, что возникнет новая парадигма между теми, кто распространяет новостной контент и его производителями. Таким образом, концепция «онлайн-журналистики» чаще всего сосредоточена на «практике журналистики».

Концепция «конвергентной журналистики» впервые появилась в книге С. Квина «Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting» в 2006 г. Конвергентная журналистика рассматривается, с одной стороны, как сочетание всех каналов распространения новостей на данном этапе, а с другой – как формирование формы нового журналистского института. Благодаря интеграции таких платформ, как телевидение, газеты и Интернет, распространение новостного контента движется в мультимедийном и кросс-медийном направлениях. Однако в процессе конвергенции и взаимоотношений между различными СМИ, культурной интеграция различных новостных организаций опыт и эмоции журналистов, внешние политические и экономические факторы превратились в дилеммы развития конвергентной фазы СМИ.



Концепция «цифровой журналистики» сегодня широко обсуждается в Китае. С появлением Интернета и мобильных платформ традиционный печатный контент перестал отвечать потребностям аудитории, и в результате интерактивный и мультимедийный гипертекстовый контент стал основным средством распространения информации. Однако понятие «цифровые новости» часто путают с понятием «онлайн-новости». Примерно в 2010 г. понятие «цифровые медиа» получило более полное осмысление благодаря достижениям в области цифровых технологий в Китае и богатому практическому и исследовательскому опыту.

Суть цифровой журналистики заключается в значении самих слов *журналистика* и *цифровой*. Ее легитимность как новой парадигмы отражается в ее новом потенциале как журналистской дисциплины, а именно: чувствительность к контексту, общая релевантность, сравнительные тенденции и нормативная осведомленность<sup>70</sup>.

В результате всесторонних исследований и анализа китайские ученые охарактеризовали современную концепцию цифровой журналистики следующим образом.

Во-первых, цифровые новости – это новости, созданные с помощью различных цифровых информационных технологий и методик.

Во-вторых, субъекты производства цифровых новостей предоставляют богатое разнообразие форматов.

В-третьих, распространение и прием цифровых новостей осуществляется в основном через Интернет и интерактивные текстовые и цифровые терминалы.

---

<sup>70</sup> Sue Robinson, Seth C. Lewis, Matt Carlson. Locating the “Digital” // Digital Journalism Studies: Transformations in Research, Digital Journalism. 2019. Vol. 7(3). P. 368–377. DOI: [10.1080/21670811.2018.1557537](https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1557537).

В-четвертых, цифровые новости характеризуются кросс-медийностью и гипертекстуальностью в форме коммуникации.

В-пятых, культура цифровых новостей основана на диффузном обмене информацией и межличностной социальной сети.

Можно сказать, что цифровая журналистика – это теоретическая система знаний с целостными характеристиками. Китайские исследователи журналистики активно включили системную концепцию цифровых СМИ и новейшие концепции журналистики со всего мира, а также по-новому осмыслили и разработали оригинальную эпистемологию и методологию журналистики. В результате появилась социалистическая теория журналистики с китайской спецификой, которая носит нормативный и критический характер.

**Цифровая журналистика в марксистском представлении о журналистике.** Социалистическая теория журналистики с китайскими особенностями вытекает из марксистско-ленинского учения о печати и учения Мао Цзэдуна, из социалистической теоретической системы с китайскими особенностями, а также через освоение достижений передовой человеческой журналистской мысли и культуры.

Журналистская работа и журналистика под руководством Коммунистической партии Китая всегда были важной частью развития партии и государства и играли важную роль в разные периоды истории. Именно в этом процессе постепенно создавалась и развивалась теоретическая система журналистики с китайской спецификой. Особенно после XVIII съезда партии система теории социалистической журналистики с китайскими особенностями была новаторской и развивалась в процессе наследования традиции.

С одной стороны, необходимо было создать теоретическую систему журналистики с большей китайской субъективностью. Цифровая революция и социальные изменения в Китае переплетаются и накладываются друг на друга,

создавая ряд серьезных проблем, которые необходимо объяснить и разрешить. Социалистическая теория журналистики с китайской спецификой должна сосредоточиться на разрешении основных насущных проблем в журналистской практике и предложить новые теоретические идеи, перспективы и методы для того, чтобы лучше понимать деятельность журналистики в интернет-среде.

С другой стороны, необходимо повысить культурную лояльность к изучению социалистической журналистики с китайской спецификой. 5000-летняя история китайской цивилизации дала китайской журналистике уникальные культурные гены и традиции.

За 100 лет с момента основания Коммунистической партии Китая пропаганда, идеология, новости и работа с общественным мнением под руководством партии объединили общие принципы марксизма с действительностью Китая, создав журналистику с китайской спецификой.

После реформ и открытия Китая структура журналистской индустрии Китая претерпела глубокие изменения. С развитием Интернета, цифровых технологий и построения сетевого общества она приобрела уникальный опыт и стиль.

Философские и социальные исследования часто обусловлены историческими, современными и локальными особенностями. Изучение социалистической журналистики с китайской спецификой должно опираться на богатую историю и нынешнюю действительность, повышать теоретическое самосознание и в процессе построения диалога с традициями и нынешней реальностью отражать китайские особенности и предлагать уникальные

китайские решения с точки зрения эпистемологии, теории ценностей и методологии<sup>71</sup>.

Классический марксизм является источником теоретических идей, составляющих исследования цифровой журналистики, и дает новое развитие теории труда, теории прибавочной стоимости, методам классового анализа и теории культурной индустрии в цифровую эпоху. Хотя цифровые технологии принесли обществу огромные изменения, принцип характера людей как важная теоретическая коннотация марксистской новостной концепции не изменился. Цифровые технологии стали новым средством, которое отражает мысли людей и может выступать от их лица. В то же время китайская марксистская идеология эпохи Интернета, которая подчеркивает единство духа партии и духа народа, привела к изменениям в практике китайской журналистики. Можно сказать, что развитие журналистики в цифровую эпоху также становится важной платформой для строительства социалистической культуры Китая и новым пространством для духовной и культурной жизни народа. Например, исследователи изучают, как в полной мере использовать новые медиатехнологии в создании новостей, чтобы интегрировать изучение массовой социальной психологии в распространение господствующей идеологии.

**Журналистское образование в Китае в цифровую эпоху.** Существует множество результатов исследований в области журналистского образования в цифровую эпоху в Китае, которые в основном отражают: реагирование на тенденцию конвергенции СМИ, возвращение журналистских талантов в новую эпоху путем объединения методов исследования науки и техники, таких как вычислительная наука и информатика. При этом, размышляя о

---

<sup>71</sup> Содействие инновационному развитию социалистической журналистики с китайскими особенностями. URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2021/1116/c40531-32283186.html>. Дата обращения: 16.11.2021.

возможной ценностной ориентации журналистского образования под влиянием цифровых технологий, некоторые ученые предположили, что журналистское образование в эпоху цифровых технологий не может отказаться от традиционных журналистских ценностей, лежащих в его основе, от этики журналистики<sup>72</sup>. Другие ученые считают, что журналистика, рожденная в индустриальной цивилизации, должна отвечать потребностям постиндустриального общества и информационного общества<sup>73</sup>.

**Создание системы ценностей в китайской журналистике.** Контроль новостей и управление ими всегда были традицией китайской журналистики. Наступление цифровой эпохи в свое время бросило вызов традиционной модели и оригинальной системе регулирования новостей. Однако с практикой цифровой эпохи появились новые исследования в области управления новостями. Они включают в себя исследования и конкретные управленческие решения по вопросам недобросовестного отношения к новостям. Все эти исследования отражают новые характеристики китайской цифровой журналистики и способствуют новому витку развития журналистики в цифровую эпоху в Китае.

**Правовая концепция журналистских ценностей.** Развитие журналистики в Китае определяется Конституцией. Ст. 27 Конституции гласит, что «все государственные органы и государственные служащие должны опираться на поддержку народа»; в ст. 35 Конституции говорится, что «граждане Китайской Народной Республики имеют свободу слова, печати, собраний, ассоциаций, шествий и демонстраций».

В дополнение к Конституции и законам ведомственные и местные

---

<sup>72</sup> Ху Декай. Концепция и путь подготовки журналистских коммуникационных талантов в эпоху конвергенции СМИ // Университет журналистики. 2015. № 5. С. 119–125.

<sup>73</sup> Ван Жуньцзе. Вызовы журналистике и изменения в журналистском образовании // China Publishing. 2020. Vol. 14. P. 10–14.

нормативные акты Китая определяют полномочия по надзору за общественным мнением в отношении прессы. Временные правила управления газетами, изданные Главным управлением по делам печати и публикаций в декабре 1990 г., требуют, чтобы газеты «отражали мнения и предложения народа и выполняли функцию контроля общественного мнения». Это был первый случай, когда контроль общественного мнения был упомянут в нормативных документах китайского правительственного департамента, а после 2000 г. полномочия по контролю общественного мнения стали делегироваться по всему Китаю.

По сравнению с Западом Китай начал поздно формировать журналистскую этику, но уже было разработано несколько документов, регулирующих профессиональную этику в журналистике, например, в 1981 г. был обнародован Кодекс для журналистов (проект для пробного применения).

В 1987 г. Всекитайская ассоциация журналистов опубликовала проект Кодекса профессиональной этики китайских журналистов.

Официально Кодекс профессиональной этики китайских журналистов был принят и опубликован Китайской ассоциацией журналистов в 1991 г. Этот документ стал первым единым и применимым на национальном уровне профессионально-этическим кодексом журналистов после образования Китайской Народной Республики.

В 1994 г. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов был пересмотрен. В него было добавлено положение о «защите законных прав и интересов журналистов».

В 1997 г. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов был снова пересмотрен, его принцип «общественная польза как высший принцип» был изменен на «соблюдение правильной ориентации общественного мнения». Кроме того, «соблюдение принципа объективности и беспристрастности» и «содействие международной дружбе и сотрудничеству» были соединены с

«обеспечением правдивости новостей» и «содействием духу солидарности и сотрудничества» соответственно.

Таким образом, поправки в Кодекс профессиональной этики китайских журналистов вносились несколько раз: в апреле 1994 г., в январе 1997 г., ноябре 2009 г. и в ноябре 2019 г.

В 1997 г. Ассоциация журналистов Китая выступила с заявлением о создании системы надзора за журналистами со стороны общества («建立新闻工作者接受社会监督制度»). В том же году Министерство пропаганды, Министерство радио, кино и телевидения, Главное управление по делам печати и публикаций и Ассоциация журналистов Китая совместно обнародовали «Некоторые положения о запрете платных новостей» («关于禁止有偿新闻的若干规定»).

В 2003 г. газеты «People's Daily of China», «Xinhua News Agency», «Quyí Magazine», «Guangming Daily», «Economic Daily», «Central Radio and Television Station» и «China Central Television Station» совместно сформулировали «Конвенцию о самодисциплине по продвижению профессионального духа, соблюдению профессиональной этики и сохранению имиджа коллектива» («“弘扬职业精神、恪守职业道德、维护队伍形象”自律公约»).

В 2005 г. Министерство пропаганды, Главное управление радио, кино и телевидения и Управление по делам печати и публикаций совместно выпустили «Положение об управлении практической деятельностью репортеров и редакторов новостей» (для пробного применения).

В 2009 г. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов был пересмотрен в третий раз. На этот раз пересмотр был, в частности, посвящен регулированию поведения журналистов. Например, впервые было включено положение: «Народ – главный объект репортажа и цель служения», добавлено требование реформ и инноваций с целью содействия освоению журналистами

коммуникационных интернет-технологий, а также усиления распространения и влияния новостей и работы с общественным мнением.

В 2019 г. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов был пересмотрен в четвертый раз, в него были добавлены такие фразы, как «придерживаться мысли Си Цзиньпина о социализме с китайскими особенностями для нового поколения» и «придерживаться правильного политического направления, координировать общественное мнение, журналистские устремления и работу».

За последние тридцать лет многое изменилось в профессионально-этическом кодексе китайских журналистов, но суть китайской журналистики не изменилась. Ее важнейшие принципы можно резюмировать следующим образом.<sup>74</sup>

1. Фундаментальным требованием является акцент на следовании правильной политической ориентации. Китайская журналистика по сути считается политической работой партии, а партийные медиаинституты фактически являются политическими органами партии. Поэтому принципы партии являются основополагающими для журналистики и работы с общественным мнением, а следование правильной политической ориентации и руководство общественным мнением является самым главным требованием китайской журналистики.

2. Журналистика в своей деятельности обязана придерживаться главного принципа – ставить народ во главу угла. Это связано с тем, что основополагающим для КПК является народ. В Кодексе профессиональной этики китайских журналистов «честное служение народу» является первым профессионально-этическим требованием,

---

<sup>74</sup> Чжан Шисюань. Создание системы ценностей в китайской журналистике // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Гуманитарные науки. 2023. № 7(183). С. 168–174. URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e1c841a3-b6fb-4587-8b3c-5960b90e1268>.



которому должны следовать китайские журналисты. В соответствии с этим китайская журналистика уделяет больше внимания народу, что также отличает ее от западной журналистики.

3. Акцент делается на достоверности новостей. От китайской журналистики требуется не только сообщение отдельных фактов, но и осмысление и отражение всей картины события или ситуации в макроперспективе. Вне зависимости от того, как будут меняться и развиваться коммуникационные технологии в будущем, принцип достоверности новостей не изменится.

4. Упор делается на решительность и умение идти в ногу со временем. Журналисты играют важную роль в обеспечении прогресса общественной мысли в Китае. Общество постоянно развивается, и социальная эффективность непрерывно растет. В этом контексте журналисты должны всегда настаивать на совершенствовании и инновациях, неизменно признавая законы общества и интернет-медиамышление социальной цифровой эпохи.

5. Акцентируется внимание на соблюдении закона в работе. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов постоянно подчеркивает необходимость повышения уровня образования в области правосознания журналистов. По мере продолжения рыночных реформ в Китае журналисты сталкиваются с финансовыми соблазнами, что приводит к необходимости настаивать на правовом образовании.

6. Особое внимание уделяется укреплению международного коммуникационного потенциала. Способность распространять информацию определяет «мягкую силу» страны. В течение долгого времени в международном мнении доминировал Запад, а также СМИ отдельных стран. Этический кодекс китайских журналистов подчеркивает, что китайские журналисты должны иметь глобальную

перспективу и международное мировоззрение. Они должны рассказывать китайскую историю, распространять китайскую культуру, активно строить связующий мост между Китаем и остальным миром и представлять настоящий, трехмерный и всеобъемлющий Китай<sup>75</sup>.

Некоторые ученые составили статистику по ключевым словам в Кодексе профессиональной этики журналистов Китая в 1997 и 2009 гг.<sup>76</sup> (табл. 2).

Таблица 2. Сравнение ключевых слов в Кодексах профессиональной этики китайских журналистов 1997 и 2009 гг.

Ключевые слова	1997	2009
Социализм	13	3
Общественное мнение	13	6
Партия	10	7
Политика	5	3
Линия, курс и политика	4	1
Пропаганда	9	9

Сравнение также отражает изменения в китайской журналистике в целом. Хотя китайская журналистика продолжает подчеркивать свою роль политической пропаганды, возрастает и сервисная функция журналистики.

**Ценности в китайской журналистике и эволюция новостных организаций.** Управление прессой в китайском обществе имеет двойственные характеристики: с одной стороны, китайская журналистика выполняет функцию пропаганды идеологии государства, а с другой стороны, она сотрудничает с администрацией правительства. Исторически реформа

<sup>75</sup> Цай Минчжао. Рассказывать китайские истории и распространять китайские голоса: изучение важной речи товарища Си Цзиньпина на Национальной конференции по пропаганде и работе мысли // Foreign Communication. 2013. Vol. 206 (11). P. 4–6.

<sup>76</sup> Чжан Сюйли. Этические дилеммы китайских журналистов в переходный период: дис. Фудань: Фуданьский ун-т, 2014.

управления прессой в Китае всегда была связана с политической и экономической реформой Китая.

Первая сессия Народного политического консультативного совета Китая (НПКСК) состоялась в Пекине с 21 по 30 сентября 1949 г. (Китайская Народная Республика была основана 1 октября). На этом заседании было создано Центральное народное правительство Китая и на весь мир провозглашено основание КНР, но также была также выработана «Общая программа Китайского народного политического консультативного совета», которая послужила временной конституцией в начале Республики.

В «Общей программе Китайского народного политического консультативного совета» изложена окончательная политика в отношении режима, экономики и культуры Китая. В ней говорится, что в соответствии с основным законом Центрального народного правительства Китайской Народной Республики для осуществления государственной власти был учрежден Центральный народный комитет. Так было до проведения Первого Всекитайского собрания народных представителей в 1954 г.

Гл. III основного закона Центрального народного правительства Китайской Народной Республики определяет объем полномочий Государственного совета. Среди прочего за китайскую культуру и образование, а также за прессу отвечает Совет по культуре и образованию Государственного совета<sup>77</sup>. При нем существует Главное управление по делам печати, которое управляет конкретной работой прессы, и Главное управление публикаций, которое управляет работой прессы и издательств. Эти два органа образуют систему управления прессой в Китае, и таким образом начинается первая страница книги, посвященной прессе в Китайской Народной Республике.

---

<sup>77</sup> Совет по культуре и образованию Государственного совета (政务院文化教育委员会) подчиняется Государственному совету и отвечает за работу Министерства культуры, Министерства образования, Министерства здравоохранения, Академии наук, Главного управления печати и Главного управления изданий государства.

Главное управление по делам печати и издательства Центрального народного правительства – основной руководящий орган по делам печати и издательства в Китае – официально было создано 1 ноября 1949 г., а первая национальная конференция Главного управления по делам печати и издательства состоялась в Пекине в марте 1950 г. В функции управления входило проведение пропагандистской политики партии, разработка политики управления в области печати и издательского дела и контроль за ее осуществлением, управление административными делами печати и издательского дела, координация планирования и руководство координацией развития печати и издательского дела, утверждение новых предприятий печати и издательств, контроль за содержанием и качеством публикаций и управление ими, контроль за полиграфической промышленностью и управление ею, управление авторским правом и управление импортом публикаций.

В ходе истории, в связи с созывом Всекитайского собрания народных представителей и разработкой Конституции Главное управление печати Центрального народного правительства информации и Главное управление изданий Центрального народного правительства были последовательно упразднены, и их функции стали выполнять Министерство пропаганды и Министерство культуры.

После 1980-х годов, с реформой политической экономики Китая, в управлении прессой произошли новые изменения. В 1985 г. было создано Национальное управление по авторскому праву, в 1987 г. Управление по делам печати и публикаций, в 1991 г. Информационное бюро Государственного совета, в 1998 г. Государственное управление радио и телевидения. В 2001 г. Управление по делам печати и публикаций было упразднено и было создано Главное управление по делам печати и публикаций. В 2013 г. Государственное управление радио, кино и телевидения и Главное управление по делам печати и публикаций были объединены в Государственное управление по делам

печати, публикаций и радио, кино и телевидения.

С развитием новых технологий Интернет изменил первоначальную структуру китайской новостной индустрии и стал важной силой в продвижении демократизации и модернизации Китая. В 1993 г. Министерство пропаганды правительства Китая начало процесс информатизации, а в мае 2011 г. было создано Государственное управление интернет-информации. Это показывает, что государство уделяет всё больше внимания управлению новостями в Интернете.

С наступлением цифровой эры данные стали пятым фактором производства после земли, труда, капитала и технологий. С дальнейшим развитием цифровых технологий в Китае цифровая журналистика стала актуальным направлением для современной журналистской индустрии.

7 марта 2023 г. в предложении Госсовета КНР о программе институциональной реформы Госсовета, представленной на рассмотрение первой сессии Всекитайского собрания народных представителей 14-го созыва, было предложено создать Национальное бюро данных. В его задачи будет входить координация и продвижение строительства системы инфраструктуры данных в Китайской Народной Республике, координация интеграции, обмена, развития и использования ресурсов данных, координация и продвижение планирования и строительства цифрового Китая, цифровой экономики, цифрового общества и т. д. Это отражает то большое значение, которое Китай придает безопасности данных и информационным технологиям в цифровую эпоху.

Большой акцент на управлении в китайской журналистике объясняется тем, что она стремится служить партии и народу.

Наиболее представительной среди прочих является Всекитайская ассоциация журналистов (также известная как Ассоциация журналистов Китая) – национальное народное объединение китайской прессы,

возглавляемое Коммунистической партией Китая, которое служит мостом между партией и правительством при тесном контакте с прессой. Одной из важных задач Ассоциации является содействие самоконтролю журналистской профессии, регулирование журналистской деятельности, выполнение функции комитета по этике, руководство и продвижение основных социалистических ценностей журналистов, развитие профессионального духа журналистики, соблюдение профессиональной этики, в частности, соблюдение Кодекса профессиональной этики китайских журналистов и Устава Комитета по журналистской этике Ассоциации журналистов Китая.

Ассоциация журналистов Китая (CJA) играет важную роль в регулировании ценностей китайской журналистики. Чтобы поощрять китайских журналистов лучше придерживаться профессиональной этики, CJA учредила премию «Китайская журналистика» (中国新闻奖) и премию «Чанцзян Таофэн» (长江韬奋奖). Для обеспечения профессиональной и качественной подготовки китайских журналистов существует Центр подготовки журналистов Китайской ассоциации журналистов (中国记者协会新闻培训中心) и Исследовательский центр вечерней школы редакционных интервью (夜班编辑采访调研).

Основная особенность китайской прессы заключается в том, что она является глазами, ушами и рупором не только партии и правительства, но и народа. Эта базовая характеристика определяет структуру, управление и режим работы китайской прессы и формирует таким образом социалистическую систему прессы с китайской спецификой.

Кроме того, важной формой организации прессы являются органы самоконтроля прессы, появившиеся в результате исторического развития прессы в разных странах мира. Китай также начал предпринимать

соответствующие попытки с XXI в.

1. Организации по обзору новостей и информации: В 2006 г. пекинский сайт Qianlong.com и многие другие СМИ совместно выступили с инициативой по созданию разумного доступа в Сеть. Вскоре после этого был создан Пекинский совет по обзору интернет-информации.

2. Комитеты по журналистской этике: в Китае созданы комитеты по журналистской этике в различных провинциях, в настоящее время они охватывают такие важные провинции, как Пекин, Шанхай, Хубэй и Хэбэй.

3. Обзоры журналистской этики в новостных СМИ. Новостные СМИ, представленные газетой Southern Weekend, создали свой собственный внутренний этический кодекс, тем самым установив более высокие этические принципы профессии для новых журналистов и более обоснованные журналистские ценности для большего числа журналистов.

Подводя итог, можно сказать, что журналистика – это особый вид профессии, и журналистам необходим более продуманный кодекс этических ограничений, разработанный среди представителей профессии, в дополнение к соблюдению Конституции и законов. Современные разработки в области цифровых технологий носят коммуникационный характер, а также функционируют как инструмент коммуникации. В настоящее время регулирование онлайн-коммуникаций требует наибольшей ответственности и затрагивает наибольшее количество секторов<sup>78</sup>. Китай предпринял некоторые попытки развивать журналистику в цифровую эпоху в будущем, но впереди еще много трудностей.

---

<sup>78</sup> Zhuo Guangjun. News Communication and the Legal System. 1<sup>st</sup> ed. // Chongqing University Press. 2013. March. P. 197.

**Образовательные модели журналистики в Китае.** В октябре 1918 г. была официально создана Ассоциация исследований журналистики Пекинского университета, что ознаменовало начало изучения журналистики как дисциплины и развитие журналистского образования в современном Китае.

Окончание Культурной революции в 1976 г. положило начало весне развития журналистики в университетах Китая. Число газет, радиостанций и телевизионных станций росло, что требовало большого количества журналистских талантов. Согласно исследованию, проведенному Министерством пропаганды и Министерством образования, в 2000 г. в университетах требовалось дополнительно 110 000 специалистов по журналистике, в том числе 90 000 студентов и 2 сотрудника, нуждавшихся в обучении<sup>79</sup>.

В начале XXI в. количество мест для обучающихся специальности «журналистика» в китайских университетах всех типов стремительно выросло. По состоянию на 2015 г. по всей стране насчитывалось около 637 университетов с факультетами журналистики и коммуникации, охватывающими семь основных специальностей для обучающихся на бакалавриате: редактирование и издательское дело, коммуникация, радио- и тележурналистика, реклама, сетевые и новые СМИ, журналистика и цифровое издательство. Что касается количества студентов, то в китайских университетах насчитывается более 140 000 студентов бакалавриата, специализирующихся на журналистике и коммуникациях<sup>80</sup>.

На протяжении своего развития китайская журналистика стремилась к схожим с западными журналистским ценностям: объективности, основанной

---

<sup>79</sup> Хэ Чжуа. Четыре проблемы журналистского образования и контрмеры // Китайский журналист. 2005. № 6.

<sup>80</sup> Ежегодник китайской журналистики и коммуникации / Ин-т журналистики и коммуникации, Китайская академия обществ. наук. Пекин: Изд-во социальных наук Китая, 2015.



на фактах, беспристрастности, уважении к другим, социальной и общественной ответственности и т. д. Это объясняется тем, что они способствуют доступу к информации для широкой общественности, более точному редактированию новостей и более эффективной доставке информации. К журналистским ценностям относятся: объективность, основанная на фактах, беспристрастность, уважение к другим, социальная и общественная ответственность и т. д. Все это способствует получению информации от общественности, более точному редактированию новостей и более эффективному предоставлению информации.

На китайских журналистов возложена задача направлять общественное мнение в правильную сторону, поэтому в профессиональной подготовке больше внимания уделяется правовым моментам, доступу к информации, профессиональным и гуманистическим аспектам. Однако с началом рыночной реформы в китайском обществе некоторые новостные организации отступили от своих ценностей. Чтобы выиграть в жесткой конкуренции за новости, многие новостные СМИ прибегают к нечестной конкуренции и даже незаконным средствам, желая получить больше экономических выгод при отражении общественного мнения и управлении им. Эти проблемы отражают отсутствие объективности, беспристрастности и социальной ответственности журналистики.

Для того чтобы китайские журналисты смогли сформировать здоровые журналистские ценности, большинство факультетов журналистики и коммуникации китайских университетов ввели курс журналистской этики с использованием различных учебников, в частности: «Новая теория журналистской этики» Сюй Синьпина<sup>81</sup>; «Курс журналистской этики» Лан

---

<sup>81</sup> Сюй Синьпин. Новая теория журналистской этики. Чанша: Изд-во Хунаньского нормального университета, 2001.

Хунвэня<sup>82</sup>; «Журналистская этика» Хуан Ху<sup>83</sup>.

В целом журналистская этика основывается на предпосылке следования законам журналистики и коммуникации. Она объединена с национальной политикой и правилами и социальной этикой и регулирует поведение во всех аспектах распространения новостей и информации. Китайская журналистская этика ориентирована на соблюдение основных социалистических ценностей. Обучение журналистской этике в современном Китае включает в себя<sup>84</sup>:

(1) анализ взаимосвязи журналистской этики с политикой и обществом, а также этических отношений между новостными организациями и обществом;

(2) разъяснение важности соблюдения журналистской этики и значимости регулирующей роли журналистской этики;

(3) распознавание репортажных и коммуникационных практик, которые могут быть разрушительными для журналистской этики;

(4) обсуждение проявлений журналистской этики и способы предотвращения этических нарушений;

(5) изучение принципов и методов оценки журналистской этики и вопросы, на которые следует обращать внимание, а также рассмотрение способов и значения журналистской этической критики;

(6) изучение способов демонстрации журналистской этики, обсуждение мотивов, побуждающих журналистов следовать журналистской этике, и средств достижения высшего блага, осмысление норм добра и зла, регулирующих взаимоотношения людей в журналистской деятельности.

---

<sup>82</sup> Лань Хунвэнь. Учебник журналистской этики. Пекин: Изд-во Народного университета, 2001.

<sup>83</sup> Хуан Ху. Журналистская этика. Пекин: Изд-во Синьхуа, 2000.

<sup>84</sup> Чжэн Вэйвэй. Журналистская практика призывает к журналистской этике и образованию в области профессиональной этики // Contemporary Communication. 2007. Vol. 135 (04). P. 10–12.

Сегодня, в связи с технологическими инновациями и развитием цифровых технологий, а также с ростом гражданской журналистики, журналистское образование в высших учебных заведениях сталкивается с драматическими изменениями, поскольку большое количество студентов-журналистов занимаются не связанной с журналистикой деятельностью. Позиционирование журналистики в образовании стоит перед выбором между подготовкой талантов для новостных СМИ и подготовкой талантов для других отраслей. В мае 2020 г. Университет Цинхуа отменил набор на бакалавриат по журналистике и коммуникации, и будущие журналистские таланты будут в основном востребованы как исследовательские. Некоторые ученые считают, что специальности, связанные с журналистикой и коммуникациями, очень практичны, и зачастую трудно соотнести профессиональное образование, которое дают учебные заведения, с потребностями индустрии. Журналистика должна изучаться на практике, а не в высших учебных заведениях<sup>85</sup>.

В этом контексте в связи с развитием цифровой эпохи этика журналистики стала более актуальной. В докладе XIX Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая четко сказано, что «большое значение следует придавать строительству и инновациям средств коммуникации, а также повышению мощности коммуникации, руководству, влиянию и авторитету общественного мнения»<sup>86</sup>. Это является не только целью китайской журналистики, но и ее будущими задачами, а также показывает направление для журналистского образования в университетах.

Новая эпоха не означает, что старая журналистская этика должна быть полностью перестроена. Высокая профессиональная этика, тонкое

---

<sup>85</sup> Чжао Синьли. Вдохновение японского образования в области журналистики и коммуникации – и обзор отмены в Университете Цинхуа набора на бакалавриат по журналистике и коммуникации // *Young Journalists*. 2020. Vol. 16. P. 68–69. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2020.16.025.

<sup>86</sup> Как понять и освоить силу коммуникации, руководства, влияния и авторитета новостей и общественного мнения? URL: [http://www.zgix.cn/2020-04/08/c\\_138957162.htm](http://www.zgix.cn/2020-04/08/c_138957162.htm).

журналистское чутье, гуманистический дух и профессиональные журналистские навыки никогда не исчезнут. Однако в новую эпоху университетское образование в области китайской журналистики получает дальнейшее развитие благодаря инновационным идеям, направленным на улучшение распространения основных идей, усиление влияния новостного мнения и повышение авторитета китайской журналистики среди широкой общественности.

**Гражданская журналистика и новые вопросы, связанные с ценностями журналистики.** Ускоренная социальная трансформация привела к быстрому развитию коммуникационных технологий. Появление «гражданской журналистики» – одно из проявлений этой трансформации в СМИ, и этот вид коммуникации неразрывно связан с наступлением цифровой эпохи.

В цифровую эпоху появление гражданской журналистики привело к тому, что широкая общественность стала играть все большую роль в распространении информации. Возрастает роль обычной гражданской журналистики также и в некоторых общественных событиях. Взаимодействие между гражданскими журналистами, онлайн-СМИ и традиционными СМИ вместе составляют «псевдосреду», через которую люди воспринимают объективную окружающую действительность. Новая коммуникационная среда в цифровую эпоху не только управляет восприятием и поведением зрителя, но и оказывает влияние на объективную среду общества в целом. В эпоху, когда каждый гражданин имеет право распространять информацию, профессиональные СМИ и гражданская журналистика конкурируют и влияют друг на друга.

Предоставление публичной информации общественности является одной из ключевых обязанностей журналистики. В век гражданской журналистики аудитория больше не довольствуется пассивным получением информации,

которая является поверхностной и однородной, а готова активно участвовать в обмене и распространении интересующей ее информации, переходя от пассивного принятия к активному включению и деятельному участию в коммуникации. По этой причине от общества требуется публикация новостей о происходящем вокруг в любое время и в любом месте, а также диверсификация источников новостной информации, благодаря чему распространение новостной информации перестает быть ограниченным временем и пространством и скорость передачи новостного контента увеличивается. Кроме того, открытые платформы распространения информации, с более низкими затратами на сбор информации и простотой эксплуатации, делают возможной интеграцию передачи и получения информации при распространении новостей и информации гражданами. Это позволяет гражданам играть большую роль в процессе распространения новостей, расширяя источники информации и увеличивая участие граждан в источниках информации, а также влияние на процесс распространения новостей и информации.

В этих условиях развиваются техники производства новостей в гражданской журналистике, которая, в свою очередь, способствует появлению более инновационного контента в традиционных СМИ.

Однако в гражданской журналистике роли могут поменяться в любое время, ведь каждый может заниматься как производством, так и приемом информации. Эта неопределенность ролей в гражданской журналистике стала одной из трудностей, с которыми мы сталкиваемся при исследовании ценностной ориентации журналистики. И эта характеристика, способствующая более разнообразному и демократичному распространению информации, в то же время затрагивает сложные вопросы журналистской этики. С одной стороны, гражданская журналистика наследует и усиливает недостатки традиционных СМИ, такие как агрессивность и раздражение, с другой стороны, возникают

новые журналистские этические проблемы, такие как фрагментарность информации.

Эти проблемы и особенности подробно обсуждаются в гл. 1 и 2 настоящей работы. Причины этих проблем разнообразны. Для производителей новостей это потеря журналистской ориентации и соблазн денег; для зрителей использование Интернетом психологии аудитории для проталкивания информации стало движущей силой ряда проблем: институты предшествуют правилам, отставание правовых и журналистских норм стало косвенной проблемой и т. д.

В ответ на это лозунг «отстаивание основных ценностей» был очень серьезно воспринят в журналистском образовании и в управлении журналистикой в Китае. Принятые меры варьируются – от принятия законов и правил журналистской этики до отработки новых принципов образования в университетах, все они направлены на установление правильных журналистских ценностей в новую эпоху и обеспечение здоровой информационной среды для общества.

Китайские ученые выдвинули свои собственные конкретные предложения. Одни считают, что гражданская журналистика должна всецело уважать каждого гражданина, не нарушая его права, при осуществлении им права на самовыражение. Информационное поведение пользователей самомедиа (selfmedia) должно быть подчинено этическим ограничениям. Необходимо разработать этический кодекс для гражданских новостей и распространения информации, чтобы создать этику общения в самомедиа<sup>87</sup>.

Другие ученые внесли предложения по поводу коротких видеоклипов,

---

<sup>87</sup> Ниу Цзин. Истоки и пути: формулирование этических норм распространения информации пользователями самомедиа // Young Journalists. 2019. Vol. 644 (24). 23–24. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2019.24.006.

основного метода распространения информации в цифровую эпоху, с точки зрения содержания новостей. Они также проводят анализ хаоса коротких видеонюостей, которые сопряжены с риском моральных и правовых нарушений, и предлагают, чтобы производство коротких видеороликов подчинялось определенным правилам<sup>88</sup>.

Некоторые ученые предлагают обществу централизовать общественное обсуждение ложных новостей в социальных медиа; журналистике – пересмотреть ценности журналистской этики; предотвратить кибернасилие и создать гармоничную среду для общественного мнения; укрепить доверие к основным новостям и правительству, а также избегать «ловушки Тацита» (Tacitus Trap) и других контрмер, чтобы нарушить и растворить порождение слухов в социальных медиа<sup>89</sup>.

### **3.2. Изменения в журналистской этике в Китае на примере Кодекса этики для китайских журналистов**

#### **Создание и пересмотры Этического кодекса китайских журналистов.**

На момент основания Нового Китая не существовало документов, регулирующих журналистскую профессию. Только в период реформ и открытости китайские журналисты начали осознавать, что журналистика является профессией, требующей высокого профессионализма, и нуждается в

---

<sup>88</sup> Ян Цзя-инь. Исследование этической неудачи короткой видеожурналистики с точки зрения нарратологии новостей // *New Media Research*. 2019. Vol. 5 (17). С. 70–71+78. DOI: 10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.17.026.

<sup>89</sup> Цзоу Мяомяо, Лю Сюнь. Исследование трансмутации групповой коммуникации механизма слухов в социальных медиа и контрмеры управления общественным мнением // *Publishing Guangjiao*. 2019. Vol. 339(09). С. 64–66. DOI: 10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2019.09.018.

морально-этическом регулировании и дисциплине<sup>90</sup>. В 1986 г. в целях реализации важного требования «энергично укреплять строительство профессиональной этики во всех сферах жизни нашего общества», выдвинутого в Постановлении ЦК КПК о руководящих принципах строительства социалистической духовной цивилизации, принятом на VI пленуме двенадцатого созыва Центрального комитета КПК, Ассоциация журналистов Китая (АЖК) начала изучать вопрос создания этического кодекса для журналистов. В обсуждении и формулировании кодекса приняли участие такие известные журналисты, как У Лэнси, Му Цин, Шао Хуацзе, Го Чорен и др.

Этический кодекс китайских журналистов был принят 19 января 1991 г. на первом пленарном заседании Четвертого совета Китайской ассоциации журналистов. Это первый кодекс профессиональной этики журналистов, официально обнародованный после образования Нового Китая, содержащий восемь основных положений: 1) искренне служить народу; 2) принимать социальные блага как высший критерий; 3) соблюдать законы и дисциплину; 4) гарантировать правдивость новостей; 5) придерживаться принципа объективности и справедливости; 6) поддерживать стиль честности; 7) пропагандировать дух солидарности и сотрудничества; 8) содействовать международной дружбе и сотрудничеству.

В мае 1991 г. Центральный отдел пропаганды выпустил циркуляр, который призывал к глубокому внедрению Этического кодекса на журналистском фронте для повышения уровня журналистской этики. В июне Центральная комиссия по проверке дисциплины (ЦКПД) выпустила циркуляр о распространении Этического кодекса, который требовал от партийных

---

<sup>90</sup> Лэй Юэцзе, Мяо Чжуан. Обзор-контраст-инновация: 30-я годовщина Этического кодекса китайских журналистов // Media. 2021. Vol. 15. P. 17–19.



организаций средств массовой информации и состоящих в партии журналистов укреплять свой партийный дух, совершенствовать свои политические установки и взять на себя инициативу в осуществлении данного циркуляра. Газета «Новости китайской прессы» назвала обнародование Этического кодекса китайских журналистов первым из десяти важнейших событий в китайской прессе в 1991 г.

Первый пересмотр. В апреле 1994 г., с учетом развития и потребностей журналистской практики, Всекитайская ассоциация журналистов пересмотрела свой кодекс профессиональной этики, добавив в него слова о «защите законных прав и интересов журналистов».

Второй пересмотр. В январе 1997 г. Всекитайская ассоциация журналистов провела второй пересмотр руководящих принципов, изменив фразу «признавать социальные блага в качестве высшего принципа» на «подчиняться правильному общественному мнению». Слова «соблюдать принцип объективности и беспристрастности» были заменены словами «придерживаться чистого и честного стиля». Было подчеркнуто, что журналисты должны добросовестно соблюдать дисциплину и финансовую систему и что растрата государственных средств строго запрещена. Фраза «развивать дружбу и сотрудничество с прессой других стран» была удалена. Было лишь кратко указано, что китайская пресса должна поддерживать достоинство родины и достоинство китайских журналистов в отношениях с иностранной прессой.

Третий пересмотр. В ноябре 2009 г. Всекитайская ассоциация журналистов внесла существенные изменения в руководство 1997 г., сделав его более конкретным и способным более оперативно регулировать поведение журналистов.

Четвертый пересмотр. В 2019 г., исходя из новой ситуации, задач и требований современной эпохи, Всекитайская ассоциация журналистов

произвела четвертый пересмотр руководящих принципов, который был рассмотрен и принят на пятом заседании Девятого национального совета Всекитайской ассоциации журналистов 7 ноября.

Статистический анализ Этического кодекса китайских журналистов. Издание Этического кодекса 1994 г. (рис. 2) содержит в общей сложности 2037 китайских иероглифов, самыми частотными среди которых (при пороге частотности 3, а в некоторых случаях 2 вхождения) оказывается 50 китайских слов, а с учетом близких синонимов – 35.

Среди слов с 10 вхождениями (включительно): противостоят (反对), журналистика (新闻), работник (工作者), развивать (发展), народ (人民), защищать (维护). В то же время достаточно часто встречаются слова с политическим подтекстом, например, социализм (社会主义), пропагандировать (宣传), страна (国家).

Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1994)



Рис. 2. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1994).

1990-е годы стали важной эпохой рыночных реформ в китайской экономике. Стоит отметить, что такие термины, как личный (个人), уважать (尊重), служить (服务), наука (科学), закон (法律) и т. д., отражают тот факт, что в 1990-е годы идеология и культура китайского общества начали смещаться от ориентации на идеологическую борьбу в сторону большего уважения индивидуальных интересов граждан. В центре внимания общества оказались наука и прогресс, демократия и верховенство закона.

На рис. 3 изображена частота использования слов в Этическом кодексе

китайских журналистов, который был создан в 1997 г. Этот кодекс содержит в общей сложности 2037 китайских иероглифов, самыми частыми среди которых является 45 китайских слов, после кластеризации китайских близких синонимов – 28.

В Кодексе профессиональной этики китайских журналистов 1997 г. подчеркивается, что журналистика должна в первую очередь повышать политическую осведомленность и пропагандировать патриотизм. В то же время новостные сообщения не должны распространять порнографию, убийства, насилие, невежество, суеверия или какой-либо другой контент, содержащий дурной тон и наносящий вред физическому и психическому здоровью людей.

Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1997)

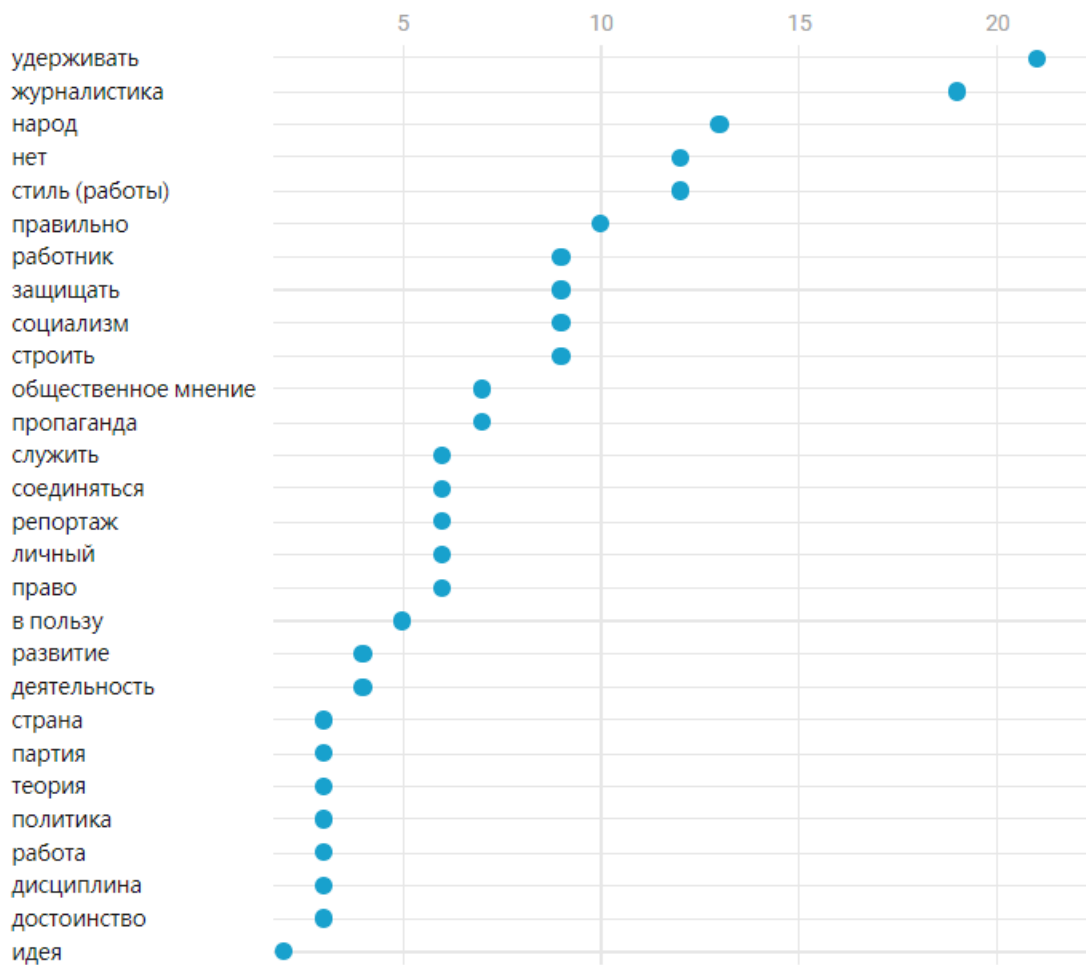


Рис. 3. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1997).

В 1990-е годы китайская журналистика также подверглась воздействию рыночных реформ. И некоторые изменения в Этическом кодексе китайских журналистов отражают тот факт, что на этом этапе развития Китая журналистика получила более высокий социальный статус, но при этом некоторые журналисты стали использовать свои полномочия в обмен на личную выгоду. В то же время можно констатировать, что ценностная ориентация журналистики отражает тот факт, что экономические реформы в Китае были смелыми, в то время как с политической и идеологической точки зрения процесс реформирования Китая происходил более осторожно. На фоне

резких социальных и культурных изменений китайская журналистика в основном придерживалась идеи социализма с китайской спецификой.

Этический кодекс китайских журналистов 1997 г. содержит 22 204 китайских иероглифа, из них 42 китайских слова с частотой выше 2 или 3, и 28 слов после кластеризации китайских синонимов (рис. 4).

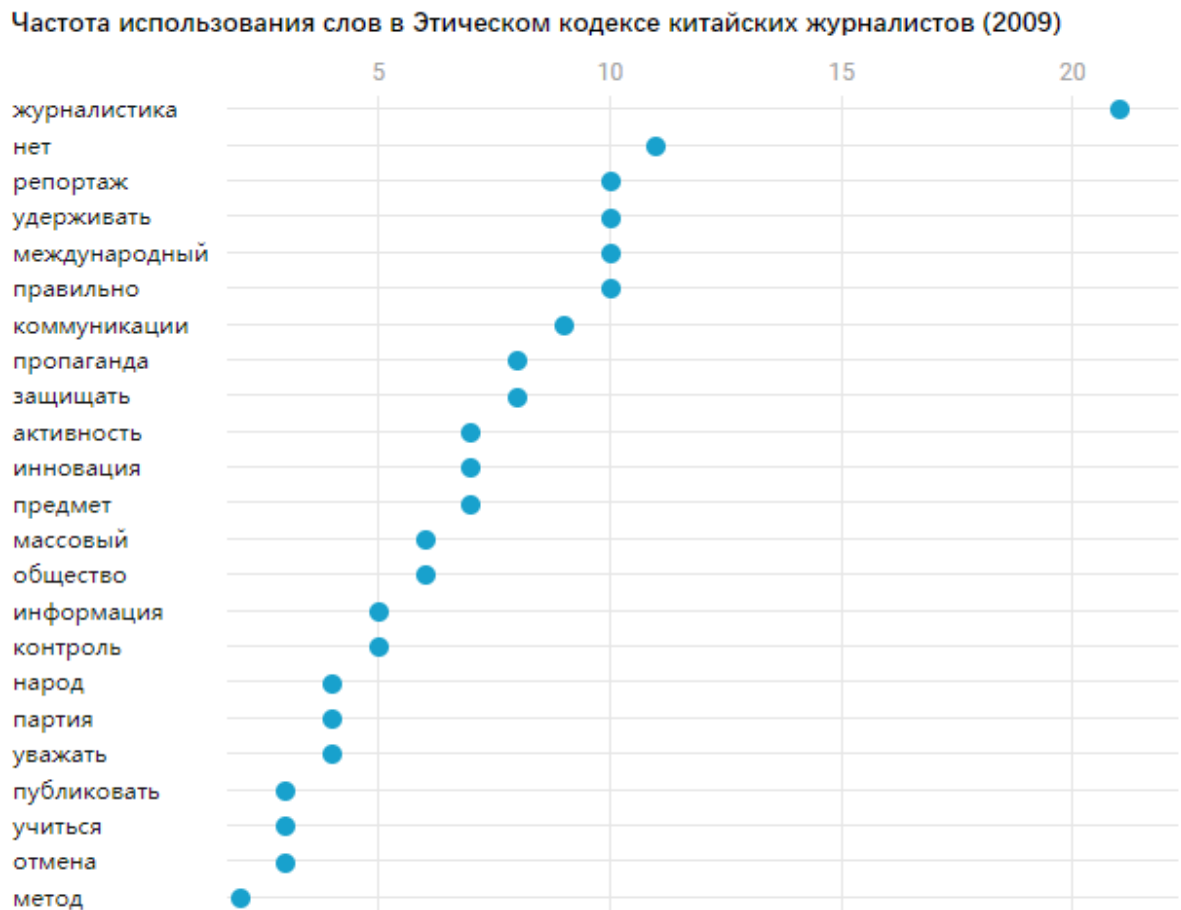


Рис. 4. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (2009).

В 1998 г., ставшем переломным, Китай официально перешел от экономики дефицита к экономике профицита, социальное расслоение стало постепенно усиливаться, при этом из-за разницы в доходах между классами все более

очевидными становились особенности каждого класса<sup>91</sup>.

В издании Этического кодекса китайских журналистов за 2009 г. были изложены такие идеи, как «концепция трех представительств», «научная концепция развития», «система основных ценностей социализма», «марксистская концепция журналистики», а также некоторые новаторские идеи, отраженные в материалах XVI Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая. Эти новые принципы важны для понимания работы журналистики в Китае и регулирования профессиональной этики журналистов. В то же время, вступая в XXI в., Китай всесторонне укрепил свое национальное положение и расширил свое международное влияние. Для Китая было критически важно сформировать новый подход в области журналистики и коммуникации, такой, который мог бы помочь ему адаптироваться к потребностям развития нового века и международным контактам прессы. Пересмотр 2009 г. обеспечил твердую идеологическую интеллектуальную поддержку основных концепций теории социалистической журналистики с китайской спецификой.

В 2008 г. некоторые китайские ученые подвергли критике прошлый кодекс журналистской этики Китая из-за его перегруженности политическими терминами и недостаточной профессиональной специфики. В Этическом кодексе китайских журналистов 2009 г. заметна общая тенденция к сокращению употребления политических терминов, в то же время такие слова, как *аудитория* и *народ*, стали использоваться чаще. При этом сократилось использование некоторых директивных слов, таких как *нельзя* – с 14 до 1 раза – и *должен* – с 5 до 4 раз. Это отражает более правильное соотношение

---

<sup>91</sup> Чжу Чуньян, Цянь Вэйчэн. К какому консенсусу должна прийти журналистика в эпоху конвергенции СМИ?: анализ на основе Этического кодекса китайских журналистов (2019) // Journalism. 2021. Vol. 7. P. 43–46. DOI: 10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20210625.003.

политического и профессионального подтекста в Этическом кодексе китайских журналистов 2009 г.

В то же время в издании 2009 г. в Этическом кодексе китайских журналистов больший акцент сделан на профессионализме. «Приверженность правдивости новостей» была перенесена с четвертого на третье место, а в понятие «профессионализм» добавилась новая составляющая, а именно: журналисты должны получать новостные материалы законными средствами и методами, а интервью должны проводиться при наличии действительной пресс-карты, в новостных сообщениях должно указываться настоящее имя автора и т. д. Кроме того, упоминается «уважение прав и интересов других авторов» и «строгое соблюдение разделения новостных сообщений и коммерческой деятельности». По мере углубления рыночных отношений в китайской медиаиндустрии неоднократно появлялись, а затем запрещались различные виды журналистских проступков, нарушающих профессиональную этику, особенно «ложные сообщения» и «платные новости». Поэтому подчеркивание «правдивости», «объективности» и «беспристрастности» в журналистике является основным смыслом кодекса журналистской этики и основной концепцией профессионального кодекса журналиста, и очень важно усилить эти элементы при пересмотре кодекса.

Пересмотренный в 2009 г. Этический кодекс китайских журналистов все еще нуждается в улучшении, например, некоторые фразы в тексте все еще остаются непонятными, есть формулировки, которые, как представляется, заслуживают уточнения, и т. д. Но по сравнению с периодом, предшествовавшим политике реформ и открытости, в нем есть много хороших изменений.

Этический кодекс китайских журналистов 2019 г. содержит в общей сложности 2799 китайских иероглифов, из которых 49 китайских слов имеют частотность выше 2 или 3, а после кластеризации синонимов остается 36 слов



(рис. 5). В пересмотренном кодексе выдвигаются новые требования, которые больше соответствуют текущей ситуации и в большей степени направлены на приверженность журналистов правильному политическому курсу, ориентацию на общественное мнение, усилия журналистов и их ориентацию на работу.

Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (2019)

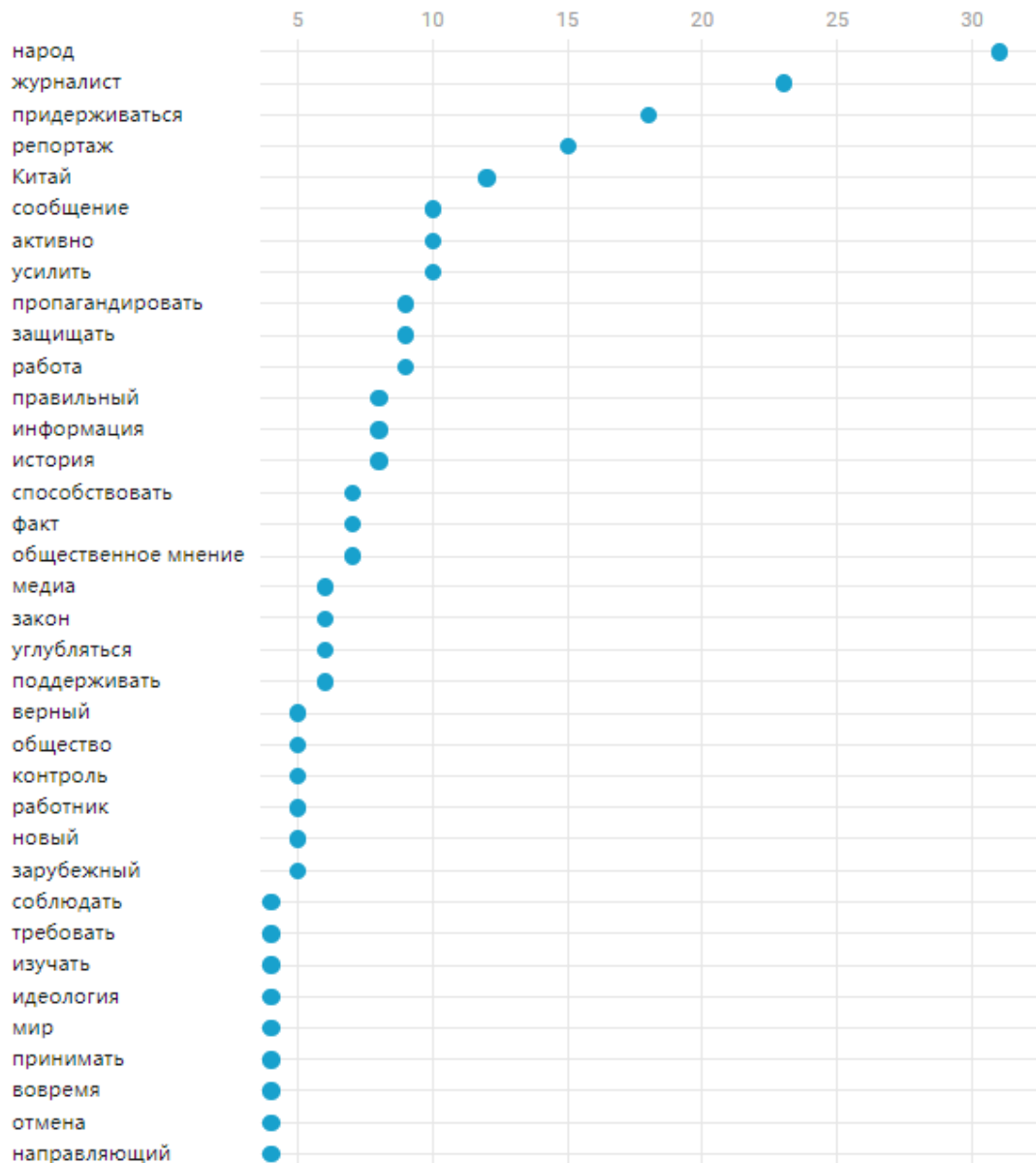


Рис. 5. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (2019).

**Роль Этического кодекса китайских журналистов в регулировании китайской журналистики.** В начале цифровой эпохи с 1991 по 2009 г.

конвергенция различных форм медиа привела к внутренним столкновениям и конфликтам внутри медиаиндустрии, в то же время в обществе в целом благодаря Интернету на одних и тех же информационных платформах и системах стали сосуществовать различные социальные классы. Медиаиндустрия столкнулась с двусторонней задачей – внутренней и социальной интеграции. С одной стороны, работа журналистов должна была быть реформирована с точки зрения профессиональных навыков, а с другой стороны, была необходима интеграция между различными отраслями журналистики, например между газетными СМИ и Интернет-СМИ. Поэтому на медиаиндустрии лежала ответственность за устранение внутренних разногласий и преодоление социальных различий. В эту эпоху ожидалось появление Этического кодекса китайских журналистов, ведь каждый раз Кодекс откликался на проблемы новой эпохи.

Издание Этического кодекса китайских журналистов 1991 г. определило статус журналистики в Китае и роль журналистов: «Китайская журналистика является важной частью социалистических усилий, осуществляемых под руководством Коммунистической партии Китая». Это политическое позиционирование отрасли и роль пропаганды сохранились до сегодняшнего дня, реализуя политические атрибуты китайской журналистики как основную часть идеологии, и является основным идеологическим признаком, отличающим китайскую журналистику от журналистики других стран. Пересмотренный в 2019 г., Этический кодекс китайских журналистов еще больше закрепляет эту позицию и роль журналистов. Этот атрибут далее кристаллизуется в следующих политических лозунгах, высказанных Си Цзиньпином: «четыре сознания» – политическое сознание, сознание интересов целого, сознание ядра и сознание равнения (понимание, что такое ядро партии, и понимание необходимости равнения на ЦК); «четыре уверенности» – уверенность в пути, теории, системе и культуре социализма с

китайской спецификой; и «две гарантии» – защита статуса генерального секретаря Си Цзиньпина как ядра ЦК КПК и партии в целом, а также защита авторитета ЦК КПК и централизованного и единого руководства. Это базовая основа для китайских журналистов в отношениях между профессиональной этикой и политикой, а также основной ресурс, гарантирующий источник легитимности профессиональных действий журналистов.

Десятилетие, прошедшее после выхода Этического кодекса китайских журналистов в 2009 г., стало также десятилетием самых радикальных изменений в китайской журналистике.

С одной стороны, исходя из целей национального развития, заключающихся в модернизации системы управления страной и возможностей управления, главной функцией новых основных СМИ является создание потенциала для диалога и коммуникации, т. е. содействие достижению консенсуса в обществе на более высоком уровне посредством диалога и коммуникации, устранения недопонимания и преодоления разногласий. Тем самым будут уменьшены трения в процессе реализации программы правления правящей партии и повысится эффективность общественного развития и прогресса.

С другой стороны, развитие производительных сил в условиях цифровой революции повлияло на изменение производственных отношений и структуры производства в новых отраслях. В этой новой структуре общественных отношений устоявшиеся правила и стандарты быстро устаревают, и уже нет единой прочной власти; структурная безработица и гибкий рынок труда делают рабочие места все более нестабильными, вызывая тревогу и беспокойство среди работников. Приход «мобильной» современности изменил состояние человека, а нестабильность самоидентификации стала фундаментальной проблемой развития современных обществ. Исходя из признания функции профессиональных организаций в социальной

солидарности создание профессиональных сообществ рассматривается как лучший способ интеграции общества, находящегося в кризисе.

В новом сценарии распространения новостей в цифровую эпоху журналисты как профессиональные институциональные коммуникаторы, особенно работники основных СМИ, оказались глубоко встроены в социальную структуру своей профессии и стали важным фактором распространения социальной информации, а различные профессиональные организации представляют собой «реальные социальные группы» (real social grouping). Поэтому чем больше стандартных норм профессиональной этики будет сформулировано в цифровую эпоху, тем лучше они смогут помочь журналистам эффективно реализовать собственную социализацию и стать рациональной конструктивной силой, связывающей социальные отношения внутри отрасли и за ее пределами.

Профессиональная этика как моральный ресурс для органической солидарности современного общества является новой силой, не зависящей от рыночного регулирования и государственного контроля. Поэтому в деле интеграции профессионального консенсуса на Этический кодекс китайских журналистов возлагаются большие надежды.

Согласно докладу о развитии журналистики в Китае 2022 г., опубликованному Китайской ассоциацией журналистов, в 2020 г. в газетно-издательской отрасли работало 171 000 человек, что на 6,6% меньше, чем в 2019 г. 206 000, 193 000 и 183 000 человек были заняты в газетно-издательской отрасли в 2017, 2018 и 2019 гг. соответственно, что говорит о снижении занятости на протяжении четырех лет подряд. По сравнению с 2021 г. занятость сократилась на 7,9, 6,1 и 5,5% в 2017, 2018 и 2019 гг. соответственно (рис. 6).

Количество людей в КНР, работающих в полиграфической отрасли (2017–2020 гг.) (в тыс.)

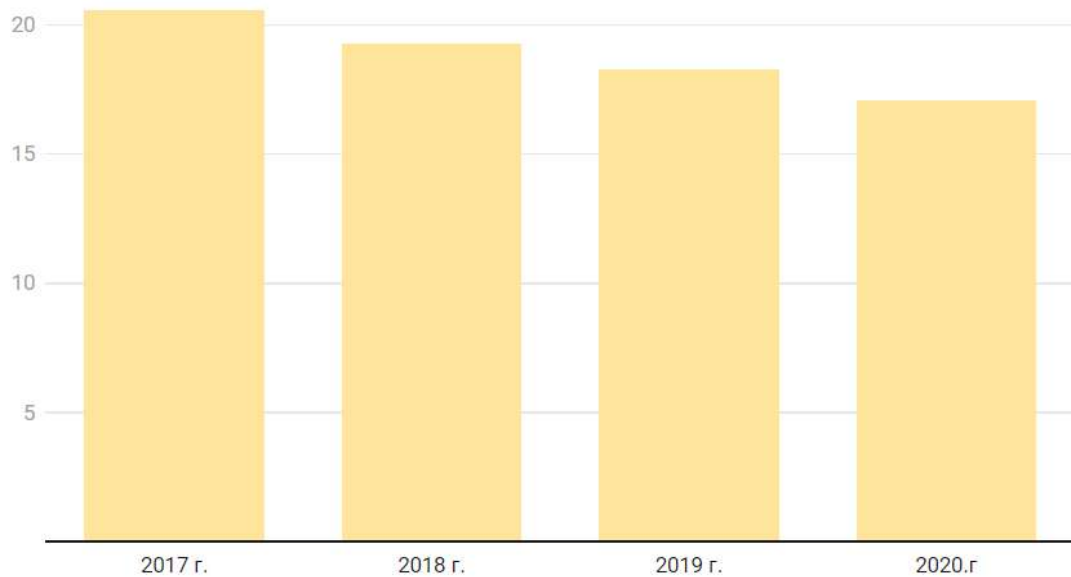


Рис. 6. Количество людей в КНР, работающих в полиграфической отрасли (2017–2020 гг.).

Между тем согласно отчету к концу 2020 г. (рис. 7) по всей стране насчитывалось 1,101 млн. работников радио и телевидения, что на 1,67% больше по сравнению с предыдущим годом. Среди них 425 800 женщин, что составляет 42,1%. Должности распределяются следующим образом: 171 500 руководителей, 523 900 профессиональных и технических сотрудников (включая дикторов, ведущих, журналистов, инженеров, техников и т. д.) и 315 500 прочих сотрудников. С точки зрения распределения по уровню образования: 62 000 сотрудников имеют среднее образование, 788 600 имеют степень бакалавра, а 160 400 имеют степень магистра или выше (рис. 8). В возрастном отношении (рис. 9) насчитывалось 446 500 человек до 35 лет, 434 800 человек от 36 до 50 лет и 129 700 человек старше 51 года, т. е. сотрудники моложе 35 лет составили 44,16% от общего числа<sup>92</sup>.

<sup>92</sup> Доклад о развитии журналистики в Китае (выйдет в 2022 году). URL: [http://www.zgix.cn/2022-05/16/c\\_1310592108.htm](http://www.zgix.cn/2022-05/16/c_1310592108.htm).

Распределение по рабочим сферам граждан КНР в 2020 г. (в тыс.)

Профессиональный и технический персонал    Управленческий персонал    Другой

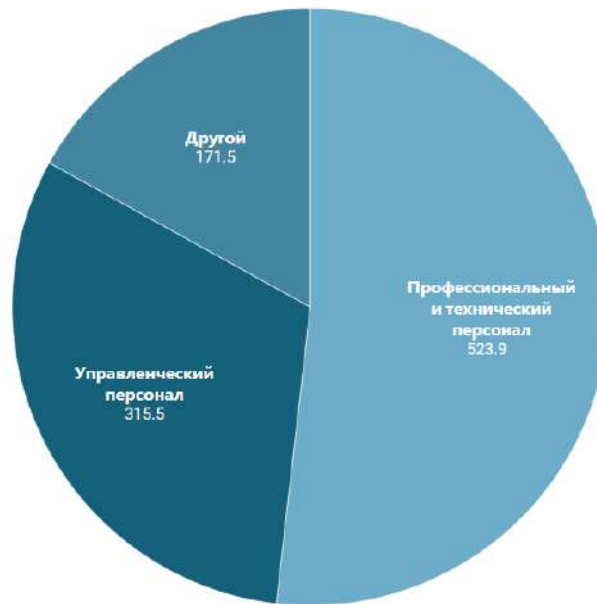


Рис. 7. Распределение по рабочим сферам граждан КНР в 2020 г.

Распределение граждан КНР по уровню образования в 2020 г. (в тыс.)

Бакалавры    Магистры и выше    Школы

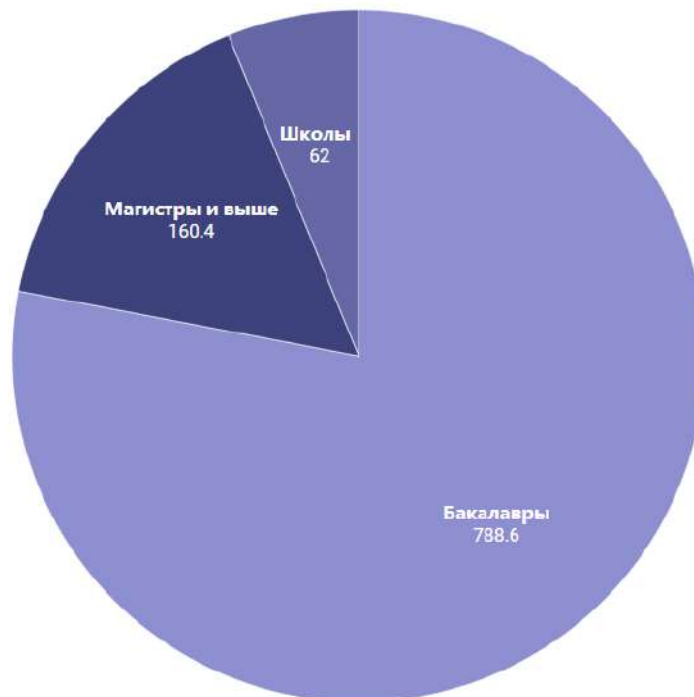


Рис. 8. Распределение граждан КНР по уровню образования в 2020 г.

Распределение граждан КНР по возрасту в 2020 году (в тыс)

■ < 35   
 ■ 36-50   
 ■ > 51

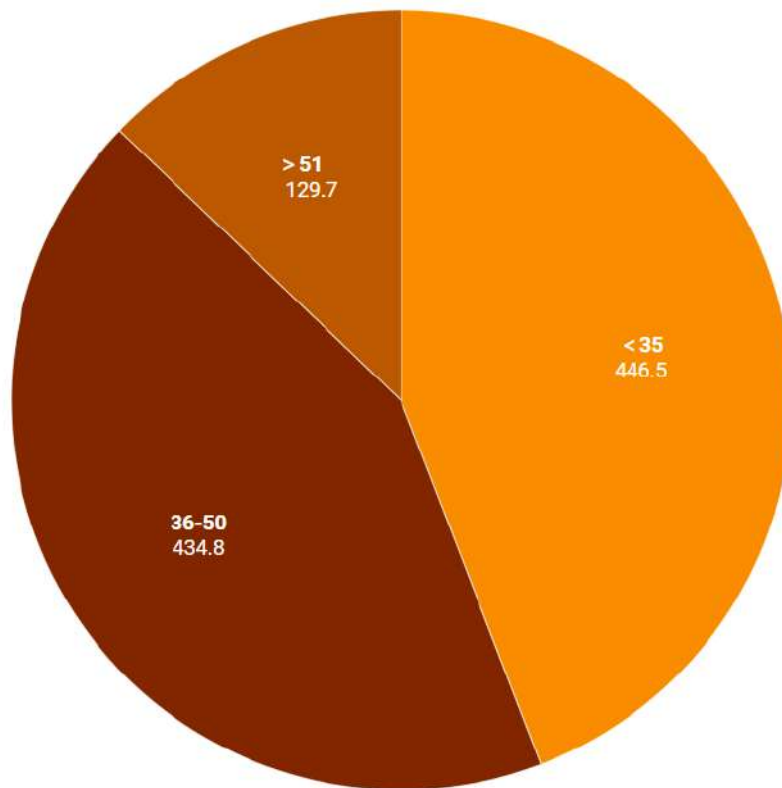


Рис. 9. Распределение граждан КНР по возрасту в 2020 г.

Китайская ассоциация журналистов опубликовала «Доклад о развитии журналистики в Китае (2020)», из которого следует, что к концу 2019 г. общее число сотрудников газет составило 162 000 человек, радио и телевидения 994 400 человек, информационного агентства Синьхуа и Китайской службы новостей – менее 15 000 человек, таким образом, в общей сложности более 1,17 млн. человек; среди них более 230 000 журналистов имеют действующие пресс-карты. Из общего числа лицензированных журналистов почти 170 000, или 72,74%, имеют степень бакалавра, 23 000, или 9,84%, степень магистра или выше, а 16,01% – степень специалиста; с точки зрения способа распространения СМИ, 81 988 журналистов работают в газетах, 6365 в периодических изданиях, 2798 в информационных агентствах, 140 150 на

радиостанциях, телестанциях и студиях новостей, 1529 – на информационных сайтах.

Постоянный пересмотр Этического кодекса китайских журналистов – это также непрерывный процесс самокоррекции и достижения нового консенсуса в профессии, адаптированного к мобильному обществу; в то же время этическое сообщество, являясь одним из аспектов духовного сообщества, выполняет важную функцию интеграции профессиональных ролей. С наступлением цифровой эры журналисты, пришедшие из разных сфер, сходятся на одной платформе и начинают нуждаться в четком, новом профессиональном кодексе, который поможет им сформировать чувство общности и способствовать плавному продвижению реформы журналистики.

Издание 2019 г. Этического кодекса китайских журналистов было дополнено новыми характеристиками.

1. Правдивость по-прежнему остается основным направлением работы журналистов. В условиях эффекта «информационного кокона» широкое применение новых коммуникационных технологий не приблизило людей к правде, а привело к наступлению «эпохи постправды». В этих условиях правда стала краеугольным камнем для профессии журналиста, обеспечив основу для возможности достижения консенсуса, что имеет прогрессивное значение.

2. Профессиональные убеждения должны быть ориентированы в первую очередь на человека. Слово «народ» встречается 23 раза в семи руководящих принципах нового Этического кодекса китайских журналистов, что в 10 раз больше, чем в руководящих принципах десятилетней давности.

3. В новую эпоху, когда становится очевидным, что у каждой группы своя точка зрения, необходимо уважать различия в сознании людей в Интернете и в реальности, и поэтому Интернет должен управляться более демократично. Эта демократизация неизбежна, поскольку источники высказываний становятся все более замаскированными. В первом пункте ст. 5 добавлены слова



«адаптироваться к тенденции сегментированной и дифференцированной коммуникации»; во втором пункте – «укреплять интернет-мышление и соответствовать требованиям развития всех СМИ»; в пятом пункте ст. 3 – «стремиться к единому стандарту, единым нормам и единым ориентирам в режиме онлайн и офлайн». Этический кодекс китайских журналистов 2019 г. – это важный результат поиска Китаем путей демократизации собственной журналистики в контексте цифровой эпохи, а также новая попытка реформировать китайскую журналистику.

Стоит также отметить, что Комитет по журналистской этике Китайской ассоциации журналистов, официально созданный в декабре 2015 г., на протяжении последнего десятилетия был важным органом, занимающимся рассмотрением этических аспектов журналистики. Основная цель этого органа – направлять и контролировать новостные организации и журналистов, чтобы они соблюдали законы и правила, несли социальную ответственность и придерживались профессиональной этики. С момента своего создания организация принимала сообщения и жалобы, проводила обзоры прессы, выпускала инициативы по руководству и усилению ежедневного мониторинга, а также сыграла положительную роль в укреплении профессиональной этики, решении нерешенных вопросов и содействии здоровому развитию журналистики, что можно считать прямым проявлением той роли, которую играет Этический кодекс китайских журналистов в отрасли, что открывает возможности для дальнейшего улучшения его эффективности.

Этический кодекс китайских журналистов отражает эволюцию китайской журналистики.

Китайская журналистика по-прежнему придает особое значение приверженности правильному политическому направлению. В августе 2013 г. Си Цзиньпин на Всекитайской конференции по пропаганде и идеологии отметил, что журналистика должна в своей работе придерживаться

ориентированности на народ, и подробно рассмотрел вопрос неразрывной связи между партией и народом, подчеркнул высокую степень единства между ними и заявив, что «в своей работе журналистика в первую очередь должна подчиняться руководству КПК». Этический кодекс китайских журналистов 2019 г. подчеркивает важность партийного руководства новостными СМИ в новом поколении, обращая внимание на необходимость для журналистов придерживаться правильного политического направления, поддерживать высокую степень согласованности с Центральным комитетом партии, активно пропагандировать основные направления работы партии и правительства, а также руководящие принципы и политику, поддерживать центральную власть. Несмотря на огромные изменения, произошедшие на международной арене и в социальной среде Китая, роль журналистики в Китае с ее акцентом на социальные функции не изменится, как не изменится и принцип руководства Коммунистической партии деятельностью прессы и общественным мнением.

Китайская журналистика придает большее значение направлению общественного мнения с помощью новостей. В ст. 6 Этического кодекса китайских журналистов 2019 г. прежняя версия «строго соблюдать и правильно освещать политику государства в отношении системы региональной этнической автономии, равенства и единства всех этнических групп и религиозных убеждений» была заменена на «строго соблюдать и правильно освещать политические системы и политику государства, эффективно защищать политическую безопасность, культурную безопасность и социальную стабильность страны». Это поможет журналистам точно понимать новую ситуацию в стране и мире, хорошо ориентироваться в общественном мнении и пропаганде, распространять здоровую культуру социализма и лучше проникать в общество для осуществления журналистской деятельности. С точки зрения общей ситуации в партии и в стране подчеркивается важность того, чтобы журналисты распространяли

позитивную энергию, ориентируясь на «две столетние цели» Китая (к столетию основания Коммунистической партии Китая построить умеренно процветающее во всех отношениях общество, а к столетию основания Китайской Народной Республики построить богатую, сильную, демократическую, цивилизованную, гармоничную и красивую современную социалистическую державу) и на китайскую мечту о великом возрождении китайской нации.

Китайская журналистика должна придерживаться сочетания позитивной пропаганды и мониторинга общественного мнения. В 2019 г. в Этический кодекс китайских журналистов было добавлено: «Публикуемые критические отчеты должны быть фактическими и точными, объективно проанализированными», при этом подчеркивается, что мониторинг общественного мнения, проводимый журналистами, должен способствовать улучшению работы и решению проблем. Упор делается на выстраивание системы мышления, точность, знание, закон и эффективность. В результате мониторинга общественного мнения возможно будет учитывать общественные настроения, разрешать социальные конфликты и содействовать социальной гармонии, а также подходить к освещению событий на основе фактов, уделяя внимание своевременности, методологии и стратегии.

**Слабые места текущего Этнического кодекса китайских журналистов.** Анализируя Этический кодекс китайских журналистов за период с 1994 по 2019 г., можно констатировать, что в настоящее время у журналистики в Китае существуют определенные проблемы с ценностной ориентацией. К их числу относятся следующие проблемы.

1. **Несовершенство процедуры общих обсуждений.** Для того чтобы нормы СМИ могли стандартизировать профессиональное поведение журналистов, необходимо, чтобы большинство журналистов могло свободно участвовать в обсуждении. То, как сейчас сформулирован кодекс, показывает, что процедура

совместного его обсуждения новостными СМИ, журналистами, общественностью, правительством и представителями неправительственных организаций несовершенна. Некоторые из «приказов» исходили непосредственно от Центрального управления пропаганды и Главного управления по делам печати и публикаций, а некоторые были озвучены неправительственными организациями, но процессу в целом не хватало открытости и прозрачности.

2. Отсутствие профессиональной целенаправленности: политический дискурс в значительной степени заменил профессиональный дискурс. С развитием китайского общества и изменениями в среде журналистики Этический кодекс китайских журналистов пересматривался четыре раза: в апреле 1994 г., в январе 1997 г., в ноябре 2009 г. и в ноябре 2019 г. Статистический анализ показывает, что Кодекс содержит много слов, которые очень хорошо знакомы китайскому народу, и многие из этих слов являются политическими терминами, например: социализм, массы, партия, народ, пропаганда и другие часто встречающиеся политические термины (рис. 10). Они отражают сильные политические атрибуты журналистики в Китае, тесно связанные с изменениями в политической обстановке.



Рис. 10. Изображения облаков слов для Этического кодекса китайских журналистов в 1994, 1997, 2009 и 2019 гг. соответственно.

В условиях специфической социальной системы Китая необходимо подчеркивать важность партии, а терминология, используемая в журналистике, должна быть связана с политической лексикой. Однако когда происходит злоупотребление политическими символами и их комбинируют с терминологией из других отраслей, это приводит к тому, что первоначальный глубокий политический смысл оказывается формализованным и лозунговым, а специфический смысл журналистики теряется.

Например, в китайском языке термины «защищать» (维护), «служить» (服务), «на благо» (有利于) и «соблюдать» (遵守) часто ассоциируются с политическими терминами. В то же время существует множество слов, таких как «не следует» (不要) и «нельзя» (不得), которые передают запретительные команды работникам новостных СМИ. В настоящее время нормы

журналистики в Китае устанавливаются сверху и кодекс носит общий характер, при этом отсутствуют дискуссии и взаимные обсуждения среди журналистов, а также сотрудничество между различными новостными организациями по вопросам этических требований к журналистам. Таким образом, в журналистской профессии не хватает саморегулирования и внутренней дискуссии.

Что касается формулировок, используемых в Этическом кодексе китайских журналистов, в нем содержится много терминологии, которая лишена актуальности. Например, в нем присутствуют такие выражения, как «искреннее служение народу», «соблюдение конституции, законов и дисциплины», «продвижение духа единства и сотрудничества». Эти выражения в равной степени относятся и к таким сферам, как образование и здравоохранение. Данный пример отражает тот факт, что китайский профессиональный журналистский кодекс не учитывает специфические требования китайской журналистики, отличающиеся от требований других отраслей.

3. Невысокая практичность. Профессиональные нормы должны включать в себя связанные с профессией идеалы, отношение к делу, обязанности, требования к профессиональным навыкам, дисциплине, наградам и т. д., а содержащиеся в них положения должны быть более полными и конкретными, такими, чтобы они могли дать практическое представление о профессиональном поведении и накладываемых на него ограничениях.

4. Проблемы в управлении журналистикой и отсутствие баланса между ответственностью, властными полномочиями и интересами. С точки зрения профессиональных норм ответственность, полномочия и интересы журналистов должны быть гармонизированы. Нормы должны более точно регулировать объем полномочий и интересов журналистов. Любая профессия накладывает определенные социальные обязательства на человека, живущего

в обществе, но в то же время законные права людей должны быть защищены.

В действующем Кодексе этики китайских журналистов нет четкого разделения между ответственностью, полномочиями и интересами китайских журналистов, что приводит к дисбалансу. Слишком большой акцент делается на ответственности журналистов, особенно политической, в то время как социальной ответственности уделяется меньше внимания. Власть журналистов и защита их интересов неоднозначны, и не хватает внимания к взаимосвязи между полномочиями и интересами журналистов и интересами аудитории.

В долгосрочной перспективе журналисты слишком озабочены принятием на себя политической ответственности и столкнутся с формализацией новостного контента и отсутствием ответственности в обществе. Всё это приведет к тому, что в условиях рыночной конкуренции журналистам будет не хватать глубины внимания к новостям, а также к отсутствию четкого чувства социальной ответственности, вследствие чего они будут склонны к сосредоточению на своих личных интересах, постепенно отклоняясь от журналистской этики и теряя поддержку общественности.

5. Существующие профессиональные нормы журналистики могут легко привести к формированию большого количества «неписаных правил».

В цифровую эпоху все отрасли переживают период бурного развития, поэтому проблемы профессиональных норм китайской журналистики расширяются, а их решение в определенной степени запаздывает. Некоторые СМИ и онлайн-компании разработали собственные нормы, касающиеся содержания новостей и требований к журналистам. В условиях рыночной экономики различные нормы разных медиаорганизаций привели к тому, что они стали уделять больше внимания новостным продуктам, которые могут непосредственно приносить экономическую выгоду, и не уделяют должного внимания важным социальным новостям.

В то же время отсутствие единых норм в обществе делает возможным появление недостатков и лазеек в управлении журналистикой. Это делает этический кодекс китайских журналистов еще более неэффективным и создает порочный круг в обществе.

### **3.3. Тенденция развития методов исследования цифровой журналистики в Китае**

Примерно с 2010 г. в китайской журналистике стали проводиться постоянные исследования, посвященные кризису и проблемам, с которыми сталкивается журналистика в цифровую эпоху, а также посвященные культурной логике, лежащей в основе цифровых технологий. Современный подход к цифровой журналистике в Китае основан на позитивизме и использовании компьютерных технологий для сбора новых форм новостных текстов и соответствующих данных<sup>93</sup>.

Цифровая журналистика – это новая форма распространения информации, в которой взаимодействуют «цифра» и «журналистика».

Как новое направление исследований в журналистике цифровая журналистика за последнее десятилетие обросла множеством новых исследовательских форм, включая журналистику данных, журналистику погружения и алгоритмическую журналистику.

**Журналистика данных.** Она стала одной из первых теорий журналистики в цифровую эпоху, которая привлекла внимание исследователей-теоретиков. Журналистика данных в широком смысле относится к созданию новостных

---

<sup>93</sup> Чжан Шисюань. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы // Современный ученый. 2023 № 2(44). С. 31–36. URL: <https://sujournal.ru/wp-content/uploads/2023/04/su-2.pdf>.



материалов, в которых данные используются для улучшения их содержания и коммуникационного эффекта, в то время как журналистика данных в узком смысле относится к развивающейся цифровой журналистике, которая использует большие данные в качестве поставщика содержания и формы, с богатой визуализацией в качестве внешнего оформления. В последние годы журналистика данных является одной из центральных тем исследований цифровой журналистики в Китае. Изучается использование больших данных и компьютерных технологий в производстве, распространении и получении новостей, а также ставится под сомнение тенденция к «информатизации». Исследуя интерактивную, прозрачную и разнообразную природу журналистики данных, объясняются коммерческие и правительственные силы, стоящие за «большими данными».

После вспышки нового коронавируса в 2020 г. китайское общество использовало новости в цифровом формате, что сыграло важную роль в социальном здравоохранении и социальном управлении и помогло распространять информацию о здоровье граждан и популяризировать научные знания. С помощью данных и диаграмм в режиме реального времени обновлялись данные о распространении нового вируса. Реальные цифры не только стали основой для осуществления политики правительства по всему Китаю, но и способствовали пониманию гражданами политики предотвращения эпидемии.

Например, из подтвержденных случаев, объявленных местными органами здравоохранения до 27 января 2020 г., «The Paper» (澎湃新闻) собрал и

проанализировал миграционные данные 763 заболевших, пытаясь восстановить путь распространения вируса<sup>94</sup> (рис. 11).

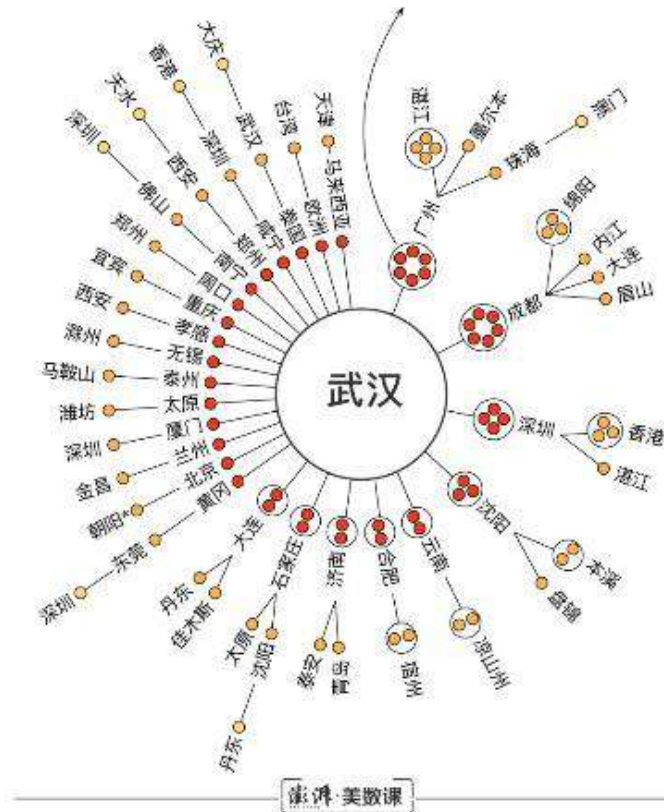


Рис. 11. Миграционные данные 763 заболевших в течение 2020 г. коронавирусом в Ухане<sup>95</sup>.

Анализ данных и изображений с помощью цифровых новостей способствует популяризации медицинских знаний по профилактике эпидемий. Кроме того, благодаря современным техническим устройствами имеется возможность отследить личную информацию каждого заболевшего. Использование некоторых мер значительно упростило систему здравоохранения и систему профилактики эпидемий в Китае. Введение данных разного характера в одну и ту же диаграмму может затруднить

<sup>94</sup> Как визуализировать китайские СМИ в связи со вспышкой пневмонии в Новой Короне. URL: [https://k.sina.com.cn/article\\_1618051664\\_60718250027001174.html?cre=tianyi&mod=pcpager\\_focus&loc=32&r=9&rfunc=100&tj=none&tr=9](https://k.sina.com.cn/article_1618051664_60718250027001174.html?cre=tianyi&mod=pcpager_focus&loc=32&r=9&rfunc=100&tj=none&tr=9). Дата обращения: 07.02.2022.

<sup>95</sup> На данном рисунке изображено передвижение заболевших коронавирусом из города Ухань (в центре) в остальные города, названия которых расположены по кругу.

понимание. В условиях получения общедоступных данных Лаборатория визуализации и визуального анализа Пекинского университета провела некоторую работу по визуализации. В соответствии с характеристиками представляемых данных были выбраны различные формы диаграмм, в том числе: эпидемический барометр, национальная эпидемическая ситуация, карта нулевого роста, эпидемическая ситуация, траектория эпидемии, волонтеры различных провинций и городов <sup>96</sup> (рис. 12).

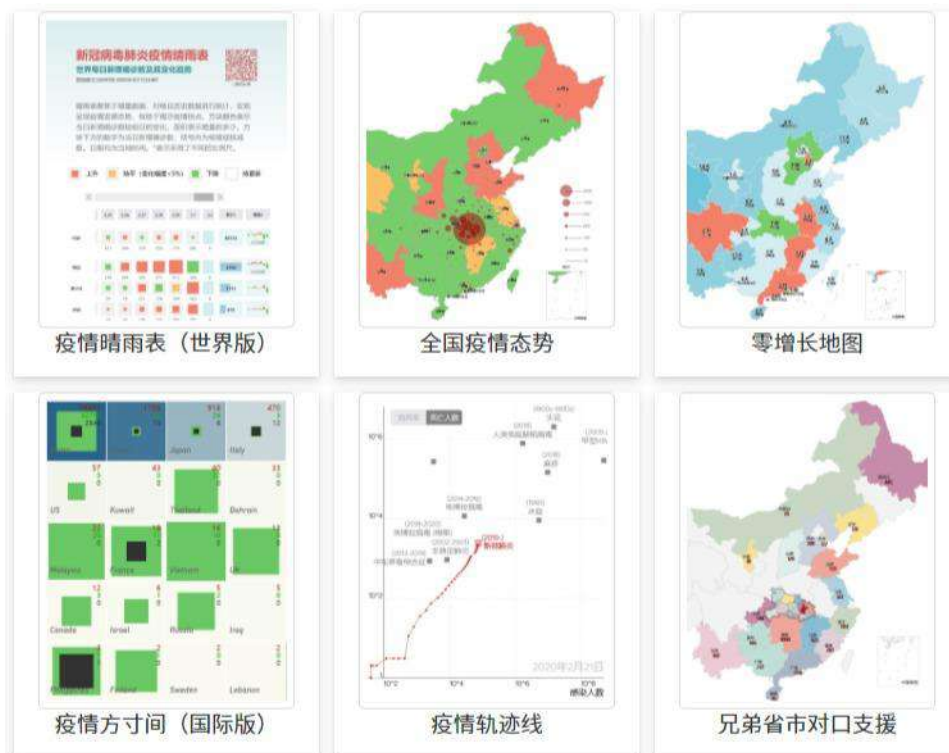


Рис. 12. Примеры визуального анализа вспышки новой коронавирусной инфекции, использующиеся в китайских СМИ.

Распространение и использование журналистики данных стало возможным благодаря развитию цифровых технологий и продвижению концепции визуализации. Средства массовой информации воплощают принципы журналистской прозрачности, раскрывая необработанные данные

<sup>96</sup> История 763 подтвержденных пациентов, восстанавливающая путь распространения нового коронавируса по стране. URL: <https://cn.gjcn.org/2020/03/03/ncov-data/>. Дата обращения: 04.03.2020.

по поводу национально важных событий. Также в цифровую эпоху важны данные из социальных сетей, которые отражают направление дискуссий граждан и общественное мнение о каких-либо событиях. Однако в настоящее время журналистика данных также сталкивается с проблемами закулисной информации, единой формы выражения информации и ее однородности.

В будущем исследовательская направленность журналистики данных в Китае будет больше сосредоточена на исследованиях источников данных, на расширении данных и на инновациях в формах представления. Эти исследования сделают журналистику данных более эффективным вспомогательным инструментом для интерпретации более сложной информации.

### **Иммерсивная журналистика (журналистика погружения).**

Иммерсивная журналистика обычно относится к той форме журналистики, в которой используются технологии дополненной реальности. Зрители могут погрузиться в новостной сценарий, задействовав все органы чувств, что позволяет получить совершенно новый опыт. С 2015 г. некоторые всемирно известные новостные организации экспериментируют с производством иммерсивных новостей, и эта новая форма новостей также привлекла внимание китайских исследователей цифровых новостей. Современный этап развития журналистики погружения включает в себя три направления: изучение того, как технология виртуальной реальности влияет на традиционные способы повествования; анализ изменений в психологии пользователей и в журналистской этике с точки зрения психологии пользователей; анализ изменений, которые реализация новой технологии окажет на концепцию производства новостей и журналистики, а также возможных будущих эффектов в общественной культуре. По сравнению с исследованиями журналистики данных иммерсивная журналистика появилась значительно позже, и работа по теоретизированию иммерсивной

журналистики, основанная на перспективах исследований цифровой журналистики, созревает только в 2019 г., при этом все больше исследований начинают изучать иммерсивную журналистику с точки зрения культуры вокруг самой технологии виртуальной реальности<sup>97</sup>.

Хотя с началом своего развития виртуальная технология стала передовой технологией цифровой информации и ожидается, что она станет следующей универсальной вычислительной платформой после Интернета, развитие иммерсивной журналистики страдает от высоких производственных затрат и длительных производственных циклов. Например, знаменитый фильм со спецэффектами VR «HELP!», короткометражный фильм продолжительностью всего пять минут, стоил 5 млн. долларов США<sup>98</sup>; Sina.com произвел «Детский сад в горной деревне», который также стоил 1 млн. долларов США<sup>99</sup>.

Технологическое развитие иммерсивной журналистики в настоящее время имеет некоторые ограничения и пока не может заменить другие виды новостных жанров. Однако появление иммерсивной журналистики в очередной раз перевернуло представление о форме распространения информации и в определенной степени изменило способ получения и понимания информации аудиторией, а также способствовало развитию распространения информации.

**Алгоритмическая журналистика** (автоматизированная или роботизированная журналистика). Это журналистика, в которой производство

---

<sup>97</sup> Mabrook R, Singer J. B. Virtual reality, 360 video, and journalism studies: conceptual approaches to immersive technologies // Journalism Studies. 2019. Vol. 20(14). P. 2096–2112.

<sup>98</sup> Сколько стоят фильмы VR? Менее 10 миллионов долларов за 10 минут. URL: <http://vr.sina.com.cn/news/report/2016-06-24/doc-ifxtmwei9254377.shtml>. Дата обращения: 02.10.2020.

<sup>99</sup> Хотите смотреть новости VR+ в любом месте и в любое время? Вам придется подождать еще как минимум 10 лет. URL: <http://tech.sina.com.cn/roll/2017-06-25/doc-ifyhmpew3315195.shtml>. Дата обращения: 02.10.2022.

и распространение новостей осуществляется под руководством искусственного интеллекта и основывается на поиске и отборе больших данных для производства контента и распространения информации. Возникновение алгоритмической журналистики заставило исследователей уделять больше внимания применению технологий искусственного интеллекта (ИИ) в журналистике. Существующий опыт включает в себя:

1. анализ и критику влияния алгоритмов и различных аспектов производства новостей, включая вопросы точности, достоверности и прозрачности новостной информации;

2. критическое рассмотрение потенциальных ценностных и этических проблем алгоритмической журналистики, а также попытки создания новой системы ценностных ориентиров в контексте технологии ИИ;

3. размышления о направлении развития алгоритмических технологий в конкретных структурах власти;

4. анализ психологической и ценностной ориентации процесса производства алгоритмических новостей по отношению к субъектам (редакторам новостей и пользователям новостей);

5. анализ образа технологии ИИ в журналистской культуре и идеологии цифровой журналистики.

В настоящее время китайские ученые сформировали уникальный стиль и характеристики в исследовании алгоритмических новостей, такие как исследование концепции «информационного кокона» с разных точек зрения, изучение познания и ценности пользователей новостей с помощью алгоритмов, механизма рекомендации новостей и психосоциальных эффектов.

Поскольку язык является важнейшим средством коммуникации и идейно-культурным носителем для распространения информации человеком, развитие языкового интеллекта является важным признаком высокой технологичности искусственного интеллекта. Появление интеллектуальных

текстовых технологий является объективным условием появления алгоритмических новостей. К исследовательским компаниям интеллектуальных текстовых технологий в разных странах мира относятся OpenAI, ARRIA, AutomatedInsights, NarrativeScience, Google, Microsoft и др., а основными такими компаниями в Китае являются Ali, Baidu, Tencent, JD.com и др.

1 декабря 2022 г. OpenAI, исследовательское учреждение со штаб-квартирой в Сан-Франциско, США, выпустило модель генерации естественного языка GPT – искусственный интеллект, способный автоматически генерировать ответы на основе вводимого пользователем текста. Поскольку он очень близок к уровню ответов реального человека, в феврале 2023 г. обсуждение ChatGPT также стало активным в китайской Sina Weibo. Согласно опросу, опубликованному China News Network, 50% китайских пользователей Сети считают, что ChatGPT заменит их рабочие места<sup>100</sup>.

Технология искусственного интеллекта, представленная CHATGPT, несомненно, окажет огромное влияние на индустрию журналистики. Его положительная роль выражается в огромных информационных ресурсах, в более быстрой и удобной помощи и вдохновении для работников. Конечно, его функция не ограничивается формой диалога, люди могут использовать его для обновления старых рабочих моделей, например: автоматическое создание чертежей, объединение с компьютерными поисковыми системами в виде вспомогательных инструментов и т. д. Комбинируя функции компьютерного поиска, люди могут интуитивно взаимодействовать с контентом. Например, инструмент ChatGPT для Google, использующий технологию ChatGPT, при

---

<sup>100</sup> 50% опрошенных нетизенов считают, что на работе их заменит ChatGPT. URL: <https://weibo.com/1684012053/Msd8J0rDX?type=repost>. Дата обращения: 01.03.2023.

поиске товарного слова будет отображать сводку и объяснение содержания поиска, что облегчит людям поиск информации.

В то же время в новостной работе новой интеллектуальной текстовой технологии, представленной ChatGPT, все еще есть определенные проблемы.

1. Недостаточная точность ответов, а вопросы, ответы на которые ИИ не знает, создаются «по собственному усмотрению» и не являются достоверными. Репортер Daily Economic News рассказал в интервью: «Два дня назад мы спросили ChatGPT, из какой страны поэт Бэй Дао (Китадзима), и ИИ дал ответ, что это Япония, но благодаря обратной связи за последние два дня он изменил ответ на Китай».<sup>101</sup>. Таким образом, даже при наличии самого совершенного ИИ ответы, которые он дает, все равно не могут быть приняты для использования человеком напрямую. И новостной контент, который полностью полагается на сгенерированный интеллектом контент, тоже вряд ли будет достоверным. Его по-прежнему должен проверять человек. Таким образом, сердцем алгоритмической журналистики на данный момент остается человек, а новая технология все еще является лишь инструментом, помогающим человеку в его работе.

2. Неконтролируемость сгенерированного ИИ контента. Когда контент, генерируемый вычислением, затрагивает человеческую мораль, этику и другие вопросы, результат будет неконтролируемым и будет вызывать ненависть, слухи и дискриминацию. Хотя ChatGPT разработан для ограничения этических вопросов, это ограничение может быть легко обойдено людьми.

3. Недостаточная современность контента. Искусственному интеллекту не хватает своевременности и богатства языка. Потому что для создания ChatGPT

---

<sup>101</sup> ChatGPT, самый мощный чатбот, пришел, чтобы снова украсть рабочие места? URL: [https://china.zjol.com.cn/202302/t20230207\\_25392220.shtml](https://china.zjol.com.cn/202302/t20230207_25392220.shtml). Дата обращения: 01.03.2023.



требуется очень большая языковая модель, что требует огромных денег и времени. Человеческая культура и язык постоянно генерируют новый контент и популярную лексику, и современным технологиям искусственного интеллекта сложно синхронизировать их во времени. Таким образом, когда современный ИИ используется в качестве простого помощника человеку, ответы могут быть использованы по усмотрению пользователя, не оказывая большого влияния на журналистику. Однако если ИИ используется в коммерческих целях, необходимо повысить его точность и управляемость.

Несмотря на то что на данный момент это самая передовая технология, представленная ChatGPT, в исследовании и использовании алгоритмических новостей все еще остается много проблем. ИИ может заменить лишь содержание с простой логикой и далеко не в состоянии заменить более творческое содержание. Но ИИ может оказаться очень ценным подспорьем, он поможет журналистам работать более эффективно.

Однако с социальной точки зрения повышение эффективности новостной работы благодаря появлению новых технологий неизбежно повлечет за собой проблемы с социальной занятостью. Относительное снижение спроса на журналистов заставит многих столкнуться с трудностями при трудоустройстве из-за ограниченного количества должностей. Таким образом, искусственный интеллект сам по себе все еще нуждается в человеческом управлении, но он неизбежно повлечет сокращение сотрудников, работающих с простыми текстами, что увеличит эффективность работы старших журналистов.

Китайские исследователи в области журналистики придерживаются критического взгляда на противоположности и единство в своем мышлении, в ходе чего возник ряд критических исследований о появлении новых технологий. Они включают в себя критику западной цифровой (электронной) демократии, размышления о цифровом труде и критику цифровой утопии.

**Критика электронной демократии.** Цифровая журналистика раскрывает ложную «свободу выражения», создавая иллюзию «демократии». Например, McChesney указывает, что, хотя цифровая журналистика якобы создает связи между людьми и достигает формальной демократии, в действительности капиталистическая система, контролирующая интернет-компании, усиливает сегрегацию классов и групп людей в цифровом пространстве с помощью стратегий, позволяющих более эффективно сегментировать рынок, чем когда-либо прежде, что затрудняет формирование подлинной общественной воли и сопротивления. Это, по сути, движется к антитезе демократии<sup>102</sup>. Китайский ученый Лу Гуолян также рассматривает цифровую журналистику как неотъемлемую часть глобальной «колонизации данных»<sup>103</sup>. Этот процесс позволяет постепенно «капитализировать» саму человеческую жизнь новыми способами, с гораздо большей детализацией, степенью и точностью, чем мы ранее ожидали от капитализации повседневной жизни<sup>104</sup>. Это направление мысли утверждает необходимость анализа цифровой журналистики, завязанной на изучении новых политических и экономических основ глобальной капиталистической культуры в контексте цифровых технологий.

**Исследования цифрового рынка труда.** Цифровой труд – это основа яркой и богатой продуктивной современной критической теории, которая в Китае рассматривается как применение марксистской теории труда и доктрины прибавочной стоимости к пространству информационного

---

<sup>102</sup> McChesney R. W. Digital disconnect: How capitalism is turning the Internet against democracy. New Press, 2013

<sup>103</sup> Лу Гуолян. Материальные следы колонизации данных: диалог между теорией колониализма данных и исследованием инфраструктуры медиа // Журналистика. 2022. № 6. С. 86–96. DOI: 10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20220620.011.

<sup>104</sup> Чан Цзян, Тянь Хао, Ник Кудри: Колониализм данных – последняя стадия колониализма – марксизм и критика цифровой культуры // Журналистика. 2020. № 2. С. 2.

производства в Интернете. Она объясняет природу «работы» и «потребления» в цифровой медиасреде посредством исследования цифровых коммуникаций и средств связи, а также поведения пользователей на онлайн-платформах. В последние годы теория цифрового труда стала важной основой для изучения выживания и идентичности журналистов и пользователей новостей в индустрии цифровой журналистики. Например, «внештатные журналисты» в цифровую эпоху во имя «свободы» подверглись глубокому влиянию высокотехнологичных новостных компаний и стали «цифровыми рабами».

В 2019 г. китайские ученые Wu и Wal<sup>105</sup> провели исследования производства и распространения гражданской журналистики на платформе WeChat, они предложили новую концепцию анализа цифровой прибавочной стоимости и анализа условий труда, которые открывают новые перспективы для изучения цифровой журналистики в Китае.

**Критика цифрового утопизма.** Цифровая утопия иначе называется - технологической утопией и киберутопией. Ученые верят в технологический детерминизм и сохраняют крайний оптимизм по отношению к науке. Также они полагают, что с помощью цифровых утопий возможно достичь прогресс в области технологий, особенно цифровых, что может решить большинство проблем человеческого общества и привести к созданию идеального утопического общества.

Развитие цифрового утопизма возникло почти одновременно с развитием цифровой культуры и представляет собой в той или иной степени фанатичное отношение многих ученых и широкой общественности к цифровым технологиям. Критики считают, что это ложное представление, созданное СМИ и высокотехнологичными компаниями, а «сетевая культура» на самом деле служит для поддержания стабильности сложившейся системы.

---

<sup>105</sup> Wu Y., Wall M. Prosumers in a digital multiverse: An investigation of how WeChat is affecting Chinese citizen journalism // Global Media and China. 2019. Vol. 4 (1). P. 36–51.

Социальные условия, необходимые для реализации цифровой утопии, трудновыполнимы в реальных социальных структурах, и исследователям следует помнить об ее иллюзорном характере, здраво воспринимая ситуацию.

Критика цифровой утопии пытается представить теоретические идеи о ценностях для понимания политической природы и исторической роли культуры в цифровую эпоху. Ее основное теоретическое требование — выступить против всех форм детерминизма, сохранить диалектическое понимание новых технологий в контексте исторического и социального прогресса и оставаться в осознании иллюзорной природы цифровых технологий.

## Заключение

Для изучения ценностной ориентации китайской журналистики в цифровую эпоху имеются объективные условия. С одной стороны, китайская журналистика имеет культурные атрибуты и основана на служении общественным интересам политических партий и общества; с другой стороны, развитие журналистики в цифровую эпоху опирается на огромный коммерческий рынок.

Ценностная ориентация журналистики – это этический анализ китайской журналистики и анализ реалий китайского общества с точки зрения коммуникации. Суть цифровой журналистики не изменилась с изменением технологии производства новостей, и многие из этих основных принципов играют роль и сегодня.

СМИ и информация имеют симбиотические отношения. СМИ могут влиять на реальное общество и даже перестраивать весь мир посредством распространения информации. Технологическое развитие иногда не совсем ведет к более цивилизованному обществу, но его противоположность также проявляется в технологических монополиях и слепом культе технологий. С момента создания новой технологии подразумевается новая культура. Применение и распространение этой технологии неизбежно приведет к рождению нового образа мышления, нового образа жизни и новой идеологии, которые будут влиять на направление развития общества.

Новые характеристики журналистики в цифровую эпоху и уникальная социальная культура Китая – оба эти фактора способствовали трансформации журналистики. Они также породили ряд новых проблем, таких как изменение общественного мнения о журналистике, противоречие между общественными и товарными атрибутами журналистики, предвзятость в доступе аудитории к информации и т. д. И этот контекст столкнулся с определенными

психологическими изменениями для журналистов и многими новыми социальными явлениями в плане воздействия на аудиторию.

Под ценностной ориентацией понимаются ценности, отраженные в выборе новостного контента субъектом новостной коммуникации в процессе новостной коммуникации. Поэтому характеристики цифровой журналистики также реконструировали традиционные ценности китайской социальной журналистики.

С одной стороны, цифровые технологии способствуют большему разнообразию новостного контента. В течение долгого времени новости в Китае, как правило, представляли собой пропаганду одной политической цели. Однако в новом поколении журналистика уже не является единственным инструментом политической пропаганды, но в то же время предлагает более широкий спектр функций. В частности, с появлением Интернета как нового средства массовой информации значение журналистики становится более разнообразным с точки зрения общественной информации и культурных знаний, а ее функции – более разнообразными по мере того, как она является все более связанной со своей аудиторией.

С другой стороны, происходит большая демократизация журналистики. В новую эпоху журналистика становится всё теснее связанной с народом и не является односторонней пропагандой. С древних времен китайские тексты были, скорее, пересказом истории с точки зрения императора, героя повествования, семьи или государства. Такой подход привел к тому, что в китайских новостях больше внимания уделяется информации об обществе на макроуровне, а внимания к жизни отдельных людей не хватает.

В цифровую эпоху сближение с аудиторией привело к тому, что новостной контент стал больше фокусироваться на судьбе отдельного человека. Более жизненный новостной контент и большая доступность к новостному контенту привели к более демократичному и плюралистическому подходу в

журналистике не только отношений между коммуникатором и аудиторией, но и потому, что аудитория стала решающей силой в формировании судьбы СМИ.

Цифровая журналистика, как новый путь исследования журналистики, критикует, переосмысливает и наследует ценностные ориентации журналистики.

Хотя цифровые новости уходят своими корнями в основы традиционной журналистики, они бросают вызов теории журналистики и методам журналистских исследований.

Появление новых явлений неизбежно окажет влияние на старое мышление. Цифровая журналистика Китая в новую эпоху уделяет больше внимания аспектам размышлений и критики, а ее теоретическая исследовательская работа должна рассматривать дискурс технологического оптимизма. Таким образом, необходимой предпосылкой цифровой журналистики является то, что журналистика придает большое значение новым технологиям.

Различные формы цифровых новостей имеют сходные психологические и эмоциональные состояния в процессе общения в разных социальных и культурных средах по всему миру, что обогащает мышление людей о гуманизме. Это означает, что можно выявить общие концепции из различных типов цифровых новостей и проанализировать их структуру.

Общности теоретического исследования форм цифровых новостей между Китаем и Западом больше, чем различий. Благодаря развитию цифровых технологий Китая китайские ученые также имеют богатый исследовательский опыт в исследовании многих вопросов журналистики в эпоху цифровых технологий (таких как анализ «информационных коконов», исследование вопросов ценностных ориентаций, алгоритмических новостей и т. д.). И эти исследования, и опыт имеют большое значение для изучения цифровых технологий и производства во всем мире.

## Приложение

### Список таблиц и рисунков

#### Таблицы

Таблица 1. Данные о добавленной стоимости в третичном секторе в десяти городах Китая с наибольшим ВВП в 2020 г.

Таблица 2. Сравнение ключевых слов в Кодексах профессиональной этики китайских журналистов 1997 и 2009 гг.

#### Рисунки

Рис. 1. Доля сферы услуг в крупных городах Китая.

Рис. 2. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1994).

Рис. 3. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (1997).

Рис. 4. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (2009).

Рис. 5. Частота использования слов в Этическом кодексе китайских журналистов (2019).

Рис. 6. Количество людей в КНР, работающих в полиграфической отрасли (2017–2020 гг.).

Рис. 7. Распределение по рабочим сферам граждан КНР в 2020 г.

Рис. 8. Распределение граждан КНР по уровню образования в 2020 г.



Рис. 9. Распределение граждан КНР по возрасту в 2020 г.

Рис. 10. Изображения облаков слов для Этического кодекса китайских журналистов в 1994, 1997, 2009 и 2019 гг. соответственно.

Рис. 11. Миграционные данные 763 заболевших в течение 2020 г. коронавирусом в Ухане.

Рис. 12. Примеры визуального анализа вспышки новой коронавирусной инфекции, использующиеся в китайских СМИ.

## Список литературы

### Учебная литература и монографии

1. Авраамов Д С. Профессиональная этика журналиста. Учебное пособие[Л]. 2003.
2. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М., 2000.
3. Авраамов Д.С. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ЖУРНАЛИСТА. УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ// Издательство: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. 2003. ISBN: 5-211-04706-0. С 12
4. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Моральный выбор журналиста. Тюмень, 2002.
5. Большой энциклопедический словарь. М.; СПб., 2001.
6. Горохов В.М. Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. 2012. № 1. С. 39–40
7. Жирков Г. В., Корконосенко С. Г., Бодрунова С. С. и др.; ред. В. А. Сидоров. Журналистика. Общество. Ценности - СПб. - Библиогр. в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-9676-460-7, 2012.
8. Канапацкий А. Я. Онтологическая истинность духовности: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Канапацкий А. Я. Уфа, 2004. С 30.
9. Лебон Г. Психология народов и масс. М.: Издательская группа «АСТ», 2021.
10. Прохоров Е. П., Пшеничный Г. М., Хруль В. М. Правовые и этические нормы в журналистике. М., 2004.

11. Ростовская Т.К., Калиев Т.Б. Мир ценностей молодого поколения россиян и казахстанцев. Ценности и смыслы 2018, № 1 (53), С. 78-90.
12. Собрание сочинений Маркса и Энгельса, том X, Народное издательство, издание 2009 года, стр. 591.
13. Хруль В.М. Религиозный этос как фактор регулирования журналистской деятельности теоретические предпосылки практические препятствия // Вестник МГУ.

### Периодические издания

14. Абилюкенова В.А. ЦИФРОВАЯ ЭПОХА И НОВАЯ СИТУАЦИЯ ВЫБОРА СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА // Ведомости прикладной этики. 2020. №56. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-epochai-novaya-situatsiya-vybora-sovremennogo-zhurnalista>.
15. Бутырин Д.А., Аргылов Н.А. Иновещание как инструмент публичной дипломатии КНР в эпоху Covid-19 (на примере деятельности информационного агентства «СИНЬХУА») // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inoveschanie-kak-instrument-publichnoy-diplomatii-knr-v-epohu-covid-19-na-primere-deyatelnosti-informatsionnogo-agentstva-sinhua>.
16. Вартанова Е.Л. Медиа-система в национальном контексте: в продолжение академической дискуссии (на примере медиасистем стран БРИКС) / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.4.2020.815. — EDN KLQLGB // Меди@льманах. — 2020. — № 4 (99).
17. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. / Е.Л. Вартанова. — Москва: МедиаМир, 2013. — 277 с. — EDN TGHKTD.

18. Истомина В.С., Симонова Н.Б. Формирование и кодификация профессиональных этических норм журналистики в современной КНР // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-kodifikatsiya-professionalnyh-eticheskikh-norm-zhurnalistiki-v-sovremennoy-knr>.
19. Корконосенко С.Г. Новые возможности для теории журналистики в свете девестернизации исследований массмедиа / С.Г. Корконосенко // Культура/Culture. — 2015. — Vol. 5, no. 12.
20. Корнев М.С. Понимание журналистики: что такое «Журналистика» в современной цифровой среде? // Вестник челгу. 2015. №5 (360). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponimanie-zhurnalistiki-cto-takoe-zhurnalistika-v-sovremennoy-tsifrovoy-srede>.
21. Любцова Алена В. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ // Российский психологический журнал. 2020. №4.
22. Мамонтова О.И. Развитие основных институтов саморегулирования СМИ в мире // Вестник МГУ. Серия 10.01.10. Журналистика. 2010. № 5.
23. Международные стандарты профессиональной этики журналистики: учеб.-метод. пособие / сост. А.В. Байчик, Ю. И. Курьшева, С. Б. Никонов. — Санкт-Петербург, 2012.— 102 с.
24. Назаретян К.А. Журналистская этика: тенденции развития // Этическая мысль. 2010. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistiskaya-etika-tendentsii-razvitiya>.
25. Россошанский Андрей Владимирович "новостные ценности" российских Сми // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2013. №4.

- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novostnye-tsennosti-rossiyskih-smi> (дата обращения: 06.05.2024).
26. Савинова О. Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ // Вестник ННГУ. 2013. №4-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-v-zerkale-sovremennyh-smi>
27. Свитич Л.Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы / Л.Г. Свитич. — EDN VVMUGJ // Век информации. — 2016. — № 2.
28. Свитич Л.Г. Ценностная парадигма как фактор развития журналистики / Л.Г. Свитич // Современная журналистика: теория и практика в условиях цифровизации / подред Т.И.Фроловой. — Москва, 2021.
29. Смирнова О.В. Ценностные ориентации журналистов КНР в контексте идей конфуцианства / О.В. Смирнова, В. Фан. — DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2022.1625. — EDN VHHWKD // Меди@льманах. — 2022. — № 2.
30. Смирнова О.В., Стебловская С.Б, Фан В. Ценностные ориентации журналистов России и Китая: сравнительный анализ профессионально-этических кодексов // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-zhurnalistov-rossii-i-kitaya-sravnitelnyy-analiz-professionalno-eticheskikh-kodeksov>.
31. Ткачева Н.В. национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-media-kak-instrumenty-prodvizheniya-myagkoy-sily-kitaya>.

32. Фотиева И.В., Кирилин К.А. Журналистская этика: проблемы преподавания // МНКО. 2019. №3 (76). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistskaya-etika-problemy-prepodavaniya>.
33. Хруль В.М. Религиозный этос как фактор регулирования журналистской деятельности теоретические предпосылки практические препятствия // Вестник МГУ.
34. Чеботарев О.Ю. Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа // Социально-гуманитарные знания. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistskaya-etika-v-tsifrovoy-srede-adaptatsiya-zhurnalistskih-kodeksov-k-novym-media>.
35. Чернавский А.С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2015. №5 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-razvitie-zhurnalistiki-tsifrovoy-ery>.
36. Чжан Шисюань. Анализ эволюции ценностной ориентации китайской журналистики в контексте цифровой реформы // Современный ученый. 2023 № 2(44). С. 31–36. URL: <https://sujournal.ru/wp-content/uploads/2023/04/su-2.pdf>.
37. Чжан Шисюань. Проблемы современных профессиональных стандартов в журналистике Китая // МНКО. 2022. № 3(94). С. 316–318. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovremennyh-professionalnyh-standartov-vzhurnalistike-kitaya> .
38. Чжан Шисюань. Создание системы ценностей в китайской журналистике // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Гуманитарные науки. 2023. № 7(183). С. 168–174. URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e1c841a3-b6fb-4587-8b3c-5960b90e1268>.

39. Чжан Шисюань. Характеристики китайской журналистики в эпоху цифровых технологий // МНКО. 2021. № 4(89). С. 427–429. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristiki-kitayskoj-zhurnalistiki-v-epohu-tsifrovyyhtehnologiy>.

40. Шестерина А.М., Интерпретация базовых человеческих ценностей в системе современного видеоблогинга. В сборнике Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. Науч. Ст. По материалам VII Всерос. Науч.-практ. Конф. С междунар. Участием (г. Пенза, 8–10 октября 2020 г.) / под ред. Д-ра филол. Наук, доц. Е. К. Рева, место издания Изд-во ПГУ Пенза, тезисы, с. 135-140.

### **Иностранная литература**

41. A Creed for My Profession: Walter Williams, Journalist to the World by Ronald T. Farrar University of Missouri Press, 1998.

42. Chen, Y., Conroy, N. J., & Rubin, V. L., "News in an Online World: The Need for an 'Automatic Crap Detector'," In The Proceedings of the Association for Information Science and Technology Annual Meeting (ASIST2015) (St. Louis. Nov. 6-10, 2015).

43. Li, G. С. Разбор китайских иероглифов и распространение информации [М]. Издательство «Культура и искусство». 2001.

44. Mabrook R, Singer J B, 2019. Virtual reality, 360 video, and journalism studies: conceptual approaches to immersive technologies [J] . Journalism Studies, 20(14) : 2096 – 2112.

45. McChesney R. W, 2013. Digital disconnect: How capitalism is turning the Internet against democracy [М]. New Press.

46. McManus J. H. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* April 1994. SAGE Publications, Inc.
47. Slavoj Ž. *The Sublime Object of Ideology*. London, 1989.
48. Stuart A.; Dencik S., Garcia-Blanco L. I naki; Harris, Janet; Sambrook, Richard; Wahl-Jorgensen, Karin; Williams, Andy. *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities*. Routledge, 2020. ISBN 978-0-429-86846-7.
49. Sue Robinson, Seth C. Lewis & Matt Carlson (2019) Locating the “Digital” in Digital Journalism Studies: Transformations in Research, *Digital Journalism*, 7:3, 368-377, DOI: 10.1080/21670811.2018.1557537.
50. *The Ethics of Journalism*: Nelson Antrim Crawford. Johnson Reprint. 1924.
51. Vine, J.; Batty, Craig; Muir, Rilke. A question of ethics: the challenges for journalism practice as a mode of research // *Journal of Media Practice*. July 2016. 17 (2/3). P. 232–249. doi:10.1080/14682753.2016.1248193.
52. Ward, S. J. A. Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics // *Journal of Mass Media Ethics*. March 2005. 20 (1). P. 3–21. doi:10.1207/s15327728jmme2001\_2.
53. Wu Y, Wall M, 2019. Prosumers in a digital multiverse: An investigation of how WeChat is affecting Chinese citizen journalism [J] . *Global Media and China*, 4(1): 36 – 51.
54. Xin Xin (2010) The impact of “Citizen journalism” on chinses media and society, *Journalism Practice*, 4:3, 333-344, doi: 10.1080/17512781003642931.
55. Zhuo Guangjun. *News Communication and the Legal System*. Chongqing University Press. 1st edition. March 2013. P. 197.
56. Баоцзюнь Я, Минь В. О типичных характеристиках китайских марксистских журналистских ценностей [J] // *Journal of Shanxi University*



(Philosophy and Social Science Edition). 2018. № 41 (06). С. 63–71.  
DOI:10.13451/j.cnki.shanxi.univ(phil.soc.).2018.06.009.

57. Баоцзюнь Я. Ценности новостей и создание ценности новостей [J] // Международная журналистика. 2003. № 03. С. 45–50.

58. Вэйвэй Ч. Журналистская практика призывает к журналистской этике и образованию в области профессиональной этики[J]. Contemporary Communication. 2007. № 135 (04). Р. 10–12.

59. Гань Шифэнь, Цянь Синьбо, Чэн И, Хун Илун. Словарь журналистики [М]. Хэнаньское народное издательство.1993

60. Гирц К., Интерпретация культуры (перевод Хань Ли), Шанхай: Издательство «Илин», 1999, стр. 5.

61. Гуолян Л. Материальные следы колонизации данных: диалог между теорией колониализма данных и исследованием инфраструктуры медиа[J]. Журналистика, 2022(06): 86-96. doi: 10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.20220620.011.

62. Декай Х., 2015 г. Концепция и путь подготовки журналистских коммуникационных талантов в эпоху конвергенции СМИ [J]. Университет журналистики (5): 119 - 125.

63. Ежегодник китайской журналистики и коммуникации [М]. Институт журналистики и коммуникации, Китайская академия общественных наук. Издательство социальных наук Китая. 2015.

64. Жуньцзе В., 2020 г. Вызовы журналистике и изменения в журналистском образовании [J]. China Publishing (14): 10 - 14.

65. Ицин Х., Цзычао Л. Переосмысление ценности новостей: размышления на основе философии технологии [J]. *Young Journalists*. 2017. No. 552 (04). С. 11–13. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2017.04.008.
66. Лань Хунвэнь. Журналистская этика: краткий курс. Издательство Ренминского университета Китая. 2001.
67. Лия В. Предварительное исследование текущей ситуации с китайскими культурными символами в зарубежной коммуникации [J]. *Международная журналистика*, 2013, 35(05): 74-83. DOI:10.13495/j.cnki.cjjs. 2013.05.001.
68. Лэй Юэцзе, Мяо Чжуан. Обзор-контраст-инновация: 30-я годовщина Этического кодекса китайских журналистов [J]. *Media*, 2021, (15):17-19.
69. Люн К., Ван Н, Наука или человечность: исследование ценностей журналистики данных [J]. *China Publishing*, 2022(14):50-54.
70. Минчжао Ц. Рассказывать китайские истории и распространять китайские голоса — Изучение важной речи товарища Си Цзиньпина на Национальной конференции по пропаганде и работе мысли [J]. *Foreign Communication*. 2013. № 206 (11). Р. 4–6.
71. Минь Ч., Прощание с «золотым веком» — анализ содержания заявлений об отставке 52 сотрудников традиционных СМИ [J], *News Reporter*, 2016 (2): 16.
72. Мяомяо Ц., Сюнь Л. Исследование трансмутации групповой коммуникации механизма слухов в социальных медиа и контрмеры управления общественным мнением [J]. *Publishing Guangjiao*. 2.
73. Нань Г., Цянь Х. Деконструкция и реконструкция ценностей новостей в Китае в перспективе алгоритмической рекомендации [J] // *Journal of Southwest University for Nationalities (Humanities and Social Sciences Edition)*. 2020. № 41(06). С. 150–156.

74. Пейрин Ш. Журналистика и коммуникация в Китае 20-го века - пропаганда и общественное мнение [М]. Издательство Фуданьского университета. 2002.
75. Сигуан Л.: «Журналистика в переходный период», Nanfang Daily Press, издание 2005 г.
76. Синьли Ч. Вдохновение японского образования в области журналистики и коммуникации — и обзор отмены в Университете Цинхуа набора на бакалавриат по журналистике и коммуникации [J]. Young Journalists. 2020. № 16. P. 68–69. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2020.16.025.
77. Синьпин С. Новая теория журналистской этики [М]. Издательство Хунаньского нормального университета, 2001.
78. Суйюнь Ч. «Ши» и искусство общения в период Воюющих государств[J]. Журнал Чжуннаньского колледжа национальностей (издание гуманитарных и социальных наук), 2001(01):87-91.
79. Сюйли Ч. Этические дилеммы китайских журналистов в переходный период [D]. Фуданьский университет, 2014.
80. Тиньян Ч. Краткое изложение системы Тянься[J]. Мировая экономика и политика, 2008, №338(10):57-65+5.
81. Хайсун Ч., Фрагментированная коммуникация микроблогов [М]. Гуандунское экономическое издательство. 2013.
82. Ханьцин Д, Ян Я, Юй Го-мин. Десять характеристик и тенденции развития китайского рынка интернет-рекламы 2020 года - на основе анализа отчета о данных интернет-рекламы Китая (2020) [J]. Journalism, 2021(02): 34-39. DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2021.02.005.

83. Хао Ю. Конструирование и практика новостных ценностей в системе китайского дискурса [J] // Young Journalists. 2022. № 09. P. 9–12. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2022.09.033.
84. Хао Ю. Марксистские журналистские ценности: структура, значение и практическая осуществимость [J] // China Publishing. 2022. № 12. P. 17–
85. Хао Ю. Марксистские журналистские ценности: структура, значение и практическая осуществимость[J]. China Publishing,2022(12):17-21.
86. Ху Х., Журналистская этика [М]. Издательство Синьхуа, 2000.
87. Хуан Фуфэн. Исследование этики средств массовой информации. Пекин. China Social Science Press.2009.149
88. Хуан Ху. Журналистская этика. Издательство Синьхуа. 2000.
89. Хунвэнь Л. Учебник журналистской этики [М]. Издательство Народного университета, 2001.
90. Хуэй Ш. Исследование этической несостоятельности онлайн-журналистики в период перехода СМИ[D]. Восточно-Китайский нормальный университет, 2018.
91. Хэ Чэнь. Исследование этической ответственности новостных коммуникаторов [D]. Чжуннаньский университет, 2013.
92. Цзигуан Т. Построение теоретической системы в современных исследованиях коммуникации в Китае [D]. Сычуаньский университет, 2004.
93. Цзин Н. Истоки и пути: формулирование этических норм распространения информации пользователями самомедиа [J]. Young Journalists. 2019. № 644 (24). 23–24. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.24.006.

94. Цзиньпин С., Поднимая великое знамя социализма с китайской спецификой, объединяя борьбу за всестороннее строительство современной социалистической страны, Пекин: Народное издательство, 2022, с. 45-46.
95. Цзинюнь Я., Пэйрэн Ш. Экспериментальное исследование построения китайской теории коммуникации: от «передаточного взгляда на коммуникацию» к «приемному взгляду на коммуникацию» [J] // Zhejiang Social Science. 2018. № 264 (08). С. 120–128+159. DOI:10.14167/j.zjss.2018.08.014.
96. Цэнцзюнь П., Искупление журналистики (Решение дилеммы и выход из традиционных медиа в цифровую эпоху), Renmin University Press. 2018.
97. Цзюнь Л. Исследование цифровых изменений и инноваций в теории редактирования новостей [J]. China Media Technology, 2014 (12): 93.
98. Цзюнь Ч. Журналистские проступки [М] // People's Daily Press. 2013.
99. Цзюньфэй Д. Журналистика — это человек, журналистика — это антропология [J] // International Journalism. 2018. 40 (02). С. 22–29. DOI:10.13495/j.cnki.cjjs.2018.02.004.
100. Цзя-инь Я. Исследование этической неудачи короткой видеожурналистики с точки зрения нарратологии новостей [J]. New Media Research. 2019. № 5 (17). С. 70–71+78. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.17.026.
101. Цзян Ч., Хао Т., 2020. Ник Кудри: Колониализм данных - последняя стадия колониализма - марксизм и критика цифровой культуры [J]. Журналистика (2): 2.
102. Цзяньхуа Л., «От новостных рабочих-мигрантов» к «журналистам» [J]. Journalists, 2007 (12):38-41.

103. Чан, Чао-Нам. Цветные весы - новое исследование этики СМИ. Hubei Education Press. 2001.
104. Чанфэн Ч., Шивэнь С., Интеллектуальная технология проверки новостей: алгоритмы, логика и ограничения[J], Университет журналистики, 2018, №152(06).
105. Чжан Сяофэн. Журналистский профессионализм [D]. Фуданьский университет, 2009.
106. Чжигуан Ч., Психология [M], Пекин: Издательство Народного Образования, 2002: 137.
107. Чжоу Хуншу. Чжоу Хуншу. наброски журналистской этики. Издательство Синьхуа. 1995
108. Чжу Чуньян, Цянь Вэйчэн. К какому консенсусу должна прийти журналистика в эпоху конвергенции СМИ? — Анализ на основе Этического кодекса китайских журналистов (2019) [J]. Journalism, 2021 (07): 43–46.
109. Чжуа Х. Четыре проблемы журналистского образования и контрмеры. Китайский журналист. 2005. № 6.
110. Чэнь Гуйлань. Журналистская этика, Издательство Фуданьского университета. 1997.
111. Чэнь Лидань. Либеральная теория и социальная ответственность[J]. Contemporary Communication, 2003, (03):4-5.
112. Шао Пэйпин. Очерки Шао Пэйпина о журналистике [M]. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2008.
113. Шиши С. О трансформации новостной коммуникации и ее ценностной ориентации в новую эпоху[J]. Journalism Research Guide, 2016, 7(07):104.

114. Шуин Б., Бенли С., Эмоциональная мобилизация пользователей сети в Sina Weibo [J], Журнал Ланьчжоуского университета (издание социальных наук), 2011, 39 (05): 60-68. DOI: 10.13885/j.issn.1000-2804.2011. 05.021.
115. Юй Цзяхун, Нин Шуфань, Сюй Пэйтун, Тань Цитай, ред: Краткий словарь журналистики, Ханчжоу: Чжэцзянское народное издательство, 1984.
116. Ян Баоцзюнь. Журналистская этика [М]. Renmin University of China Press:202401.454.
117. Яньцю Х., Чэнь Я. Краткое обсуждение распространения китайской цивилизации вдоль древнего «Шелкового пути» [J]. Международная журналистика, 2001(05):11-16.

### Электронные ресурсы

118. «Отчет о развитии Интернета в Китае (2022)», internet society of China. URL: <https://www.isc.org.cn/article/13848794657714176.html>.
119. 50% опрошенных нетизенов считают, что на работе их заменит ChatGPT. <https://weibo.com/1684012053/Msd8J0rDX?type=repost>.
120. ChatGPT, самый мощный чатбот, пришел, чтобы снова украсть рабочие места? URL: [https://china.zjol.com.cn/202302/t20230207\\_25392220.shtml](https://china.zjol.com.cn/202302/t20230207_25392220.shtml) .
121. Tencent, Tik-tok вступают в жесткую конкуренцию на рынке инвентаризации видеоматериалов. URL: <http://tech.china.com.cn/internet/20210607/377908.shtml>.
122. The 45th China statistical report on internet development, URL: [http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c\\_1589535470378587.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm).
123. Бюллетень по борьбе с нарушениями Новости Синьцзин (выпуск 59). URL: <https://m.bjnews.com.cn/detail/156514375014221.html> .

124. В 2016 году Государственное управление интернет-информации провело серию специальных операций под названием "Qinglang", направленных на решение постоянных проблем в Интернете и создание постоянного сдерживающего фактора. URL: [http://www.cac.gov.cn/2016-11/25/c\\_1119991081.htm?agt=269%5Cх26amp;qq-pf-to](http://www.cac.gov.cn/2016-11/25/c_1119991081.htm?agt=269%5Cх26amp;qq-pf-to).
125. Выпуск «синей книги» отчета о развитии интернета в Китае 2022 и отчета о развитии интернета в мире 2022 URL: [http://www.cac.gov.cn/2022-11/09/c\\_1669622017232374.htm](http://www.cac.gov.cn/2022-11/09/c_1669622017232374.htm).
126. Дальнейшая борьба с хаосом «Фань Цюань». URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2021/0828/c1001-32210934.html>.
127. Данные основаны на информации, опубликованной статистическими бюро различных городов Китая. И новости Tencent: Влияние сферы услуг на первую десятку городов Китая в 2020 году URL: <https://new.qq.com/rain/a/20210217A074GU00>.
128. Десять лучших случаев международной коммуникации китайской культуры 2020-2021 гг. URL: <https://cn.chinadaily.com.cn/a/202205/31/WS62958e8ca3101c3ee7ad8156.html> .
129. Журналистика в условиях цифровой осады. URL: [https://en.unesco.org/sites/default/files/wpfd\\_2022\\_concept\\_note\\_chinese.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/wpfd_2022_concept_note_chinese.pdf) .
130. История 763 подтвержденных пациентов, восстанавливающая путь распространения нового коронавируса по стране. URL: <https://cn.gijn.org/2020/03/03/ncov-data/> .
131. Как визуализировать китайские СМИ в связи со вспышкой пневмонии в Новой Короне. URL: [https://k.sina.com.cn/article\\_1618051664\\_60718250027001174.html?cre=tianyi&mod=pcpager\\_focus&loc=32&r=9&rfunc=100&tj=none&tr=9](https://k.sina.com.cn/article_1618051664_60718250027001174.html?cre=tianyi&mod=pcpager_focus&loc=32&r=9&rfunc=100&tj=none&tr=9).



132. Как понять и освоить силу коммуникации, руководства, влияния и авторитета новостей и общественного мнения? URL: [http://www.zgjx.cn/2020-04/08/c\\_138957162.htm](http://www.zgjx.cn/2020-04/08/c_138957162.htm).
133. Лаборатория инноваций в журналистике Нанкинского университета, «Отчет об исследовании этики СМИ за 2021 г. — отчет об исследовании ложных новостей за 2021 г.», 2022 г. URL: <https://jil.nju.edu.cn/xgyj/2021/20220125/i218151.html>.
134. Промышленный интернет придает новый импульс экономическому развитию Китая. URL: <http://xinhuanet.com/techpro/20220316/39559b8158b2422d94d64ab004c56e72/c.html>.
135. Синьхуа. Кодекс профессиональной этики китайских журналистов. URL: [http://www.xinhuanet.com/politics/2019-12/15/c\\_1125348618.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2019-12/15/c_1125348618.htm);
136. Синьхуа: «Масштаб цифровой экономики Китая достиг 35,8 трлн юаней». URL: [http://www.xinhuanet.com/fortune/2020-11/23/c\\_1126776832.htm](http://www.xinhuanet.com/fortune/2020-11/23/c_1126776832.htm).
137. Сколько стоят фильмы VR? Менее 10 миллионов долларов за 10 минут. URL: <http://vr.sina.com.cn/news/report/2016-06-24/doc-ifxtmwei9254377.shtml>.
138. Содействие инновационному развитию социалистической журналистики с китайскими особенностями. URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2021/1116/c40531-32283186.html> .
139. Хотите смотреть новости VR+ в любом месте и в любое время? Вам придется подождать еще как минимум 10 лет. URL: <http://tech.sina.com.cn/roll/2017-06-25/doc-ifyhmpew3315195.shtml>.
140. Шанхай iResearch Market Information Co., Ltd., тематическое исследование по развитию новых основных СМИ в Китае 2020, 2021 URL:

<http://blog.kurokoz.com/wp-content/uploads/2021/01/1610974812-092-case-study-report-on-the-development-of-new-mainstream-media-in-china-in-2020.pdf>.