

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ КИТАЙСКИХ СМИ

Лю Яцин

Белорусский государственный университет, г. Минск;

liu.92@list.ru

науч. рук. – А. И. Басова, канд. филол. наук, доц.

В тезисах рассматривается культурно-просветительная функция китайских аудиовизуальных СМИ, которая существенно влияет на восприятие ценностей китайским народом, моральные принципы и устои этой страны. Эмпирической базой для исследования послужили телевизионные программы «Touching China» и «Китай на кончике языка». Данное исследование показало, что основой для реализации образовательной функции средств массовой информации является их содержание, поэтому для того, чтобы СМИ действительно выполняли культурно-просветительную функцию, они должны четко понимать тенденцию времени и вводить духовные коннотации в содержание медиатекстов.

Ключевые слова: культурно-просветительная функция; телевидение; содержание медиатекста; ценности общества.

Благодаря проведению политики реформы и открытости СМИ в Китае быстро развиваются. Так, Министерство финансов приняло решение о том, что «Жэньминь жибао» и другие 8 газет в Пекине должны провести менеджмент своих изданий. В 1988 году Главное государственное управление КНР по делам печати и издательств и государственное Управление промышленно-торговой администрации совместно разработали закон, согласно которому СМИ могут создавать и открывать свои компании. После 2003 года в журналистике был проведен ряд реформ: в области формулирования и подачи информации во время пресс-конференций, создания системы пресс-службы и работы пресс-секретаря. Кроме того, CCTV запустил 24-часовой полноценный и объективный новостной канал [1. с. 134–135].

Сегодня в Китае выходит 2160 газет, 7916 журналов, зарегистрировано 294 радио- и 560 телевизионных центральных и региональных станций. В информационной сфере занято 550 тысяч человек. Согласно статистическим данным на 2011 г., количество пользователей интернетом в Китае превысило 500 миллионов [1. с. 146–149]. В настоящее время Китай занимает первое место в мире по количеству людей, пользующихся интернетом. Поэтому информация в области культуры в Китае также распространяется преимущественно через СМИ. В последнее время образ жизни людей значительно изменился, а также изменился способ мышления, потребительские предпочтения, образ действий и даже система ценностей.

Как правило, СМИ не могут определять взгляды людей на те или иные события, но могут эффективно влиять путем предоставления информации и организации связанных с этим тем. В полной мере можно использовать данную функцию СМИ с помощью выбора определенного контента: привлекать внимание аудитории к содержанию медиатекстов, которые отражают основные ценности общества и имеют образовательное значение. Эмпирической базой для исследования культурно-просветительной функции аудиовизуальных СМИ послужили телевизионные программы китайского телевидения, которые, по-нашему мнению, существенно влияют на восприятие ценностей китайским народом, моральные принципы и устои нашей страны.

Надо отметить, что при поддержке спутникового телевидения проводное телевидение Китая интенсивно развивается. В 1990 году китайских телеподписчиков насчитывалось 130 миллионов, в 1997 г. эта цифра уже превысила 70 миллионов. Согласно статистике, в 2011 г. граждан, имеющих проводное телевидение, стало больше на 49,43 %, и впервые их количество превысило 200 миллионов. Среди них 100 миллионов граждан Китая пользуются цифровым телевидением [2, с. 56–61]. В последние годы среди многочисленных телепрограмм особой популярностью у китайской аудитории пользуются такие телепрограммы, как «Touching China» и «Китай на кончике языка».

С 2002 г. телепрограмма «Touching China» рассказала более 100 трогательных историй о необычных судьбах людей, пробудила отклик в сердцах огромной зрительской аудитории, завоевала народное одобрение и похвалу. Ежегодная программа «Touching China», демонстрирует всему китайскому народу упорство, храбрость и мудрость её граждан за прошедший год. Церемония награждения китайских «народных избранников» проводилась в Китае уже 15 сессий. Эта программа была названа телезрителями «моральной эпической поэмой для всей нации» и охарактеризована учеными как «ежегодный отчет о развитии социалистической системы ценностей». Например, Чжан Лили, учитель Высшей школы № 19 в городе Цзямусы, провинция Хэйлунцзян, была удостоена чести за спасение двух учеников от наезда автобуса, подставив под удар себя. В результате она получила серьезные травмы и потеряла обе ноги.

Как написал веб-пользователь в своём микроблоге, «в обществе, где высокоморальные люди бросают вызов жизненным ситуациям и сложным обстоятельствам, эта программа заставляет меня чувствовать себя тепло и побуждает заботиться о других». Телепрограмма «Touching China» изменила традиционную модель пропаганды и репортажей о передовых людях и является ярким примером образовательной функции средств массовой информации.

Отметим, что в последние годы в Китае в разы вырос спрос на деликатесы. Причиной всплеска такого интереса к национальной кухне стала новая программа центрального телевидения КНР «Китай на кончике языка». Эта гастрономическая передача впервые вышла в эфир 14 мая 2012 года. Ежедневные поиски пользователей по данной теме в интернете превышают 150 тысяч раз. Интернет-пользователи пишут: «Прекрасные воспоминания из моего детства – гармония, родство, близость людей и поколений показаны в этой программе»; «Каждый раз, когда ем курицу, вспоминаю, что в детстве вместе с бабушкой ел куриные ноги» [3].

«Китай на кончике языка» – это идиллическая поэзия о гастике Китая, о гастрономических особенностях и вкусах этой страны, в ней содержится одна из знаковых и лучших составляющих народной культуры нашей страны. Как рассказал режиссер этого фильма Чэнь Сяоцин, он как-то вместе с сыном завтракал, заказав суп. Потом им принесли из соседних магазинов блины с кунжутом, сахарный торт и оладьи без начинки. Глядя на сына, который радостно ел, он вспомнил глаза и улыбку отца, когда двадцать лет назад они вместе также завтракали. Чэнь Сяоцин сказал, что даже самый квалифицированный повар не сможет восстановить семейную атмосферу и вкус любимых блюд семьи. Углубленный вкус напоминает атмосферу семьи. В документальном фильме «Китай на кончике языка» рассказывается не о деликатесах, а о жизни китайцев на основе продуктов питания.

Таким образом, основой для реализации образовательной функции средств массовой информации (в нашем случае – аудиовизуальное СМИ) является их содержание, отражающее, в частности, традиционную народную культуру и основные ценности китайского народа. Если новостные события, репортажи, интервью не отражают дух времени, ценности и моральные устои общества, тогда они не дадут аудитории ощущения доступности и чувства сближения, а также не вызовут многочисленных положительных откликов. Поэтому для того, чтобы СМИ действительно выполняли культурно-просветительную функцию, они должны четко понимать тенденцию времени и вводить духовные коннотации в свои медиатексты.

Библиографические ссылки

1. *Михайлов С. А.* Журналистика Китая / С. А. Михайлов, Динсинь Ли [и др.]. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 134–135 с., 146–149 с.
2. *Сергеев Г. И.* От дибао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет : (История средств массовой коммуникации Китая) / Г. И. Сергеев. – М. : Изд-во Ун-та дружбы народов, 1989. – 56–61 с.
3. «О культурном значении фильма “Китай на кончике языка”» [Электронный ресурс] – URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2012-06/05/content_25568802.htm. – Дата доступа: 01.12.2013.