

«КОНВЕРГЕНТНЫЙ ПУТЬ» – КОНЦЕПЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ

Чжао Лян

*Белорусский государственный университет
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Latynin@tut.by*

*Научный руководитель – Н. Т. Фрольцова,
доктор филологических наук, профессор*

Рассматриваются особенности государственной информационной политики Китая, вопросы ее соответствия решению политических и экономических задач в процессе конвергенции медиасистемы страны, влияние инновационных технологий на повышение эффективности и воздействия средств массовой информации и коммуникации на общественное сознание.

Ключевые слова: государственная информационная политика; конвергенция медиа; человеческий капитал; знания; сетевой контент; общественное мнение.

«CONVERGENT WAY» – THE CONCEPT OF MODERN INFORMATION POLICY OF CHINA

Zhao Liang

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Zhao Liang (Latynin@tut.by)*

Scientific supervisor – N. T. Froltsova, Doctor of Philology, Professor

The key trends of the national information policy of China, the issues of its compliance with the solution of political and economic problems in the process of convergence of the country's media system, the influence of innovative technologies on increasing an efficiency and an impact of mass media and communication on public consciousness are considered.

Key words: national information policy; media convergence; human capital; knowledge; network content; public opinion.

Ни одно государство современного мира не может обойтись без информационной политики, под которой подразумевается системная орга-

низация, регулирование и управление таким сложным социальным институтом, как средства массовой информации и коммуникации (СМИК). Система информационной политики включает три направления. Первое представляет собой обеспечение информационного производства высококачественным материально-техническим оборудованием. По своим параметрам оно должно соответствовать достижениям технического прогресса и не уступать тому, которое производится и используется в других странах. Второе направление связано с созданием условий для того, чтобы разнообразная информационная продукция была доступной для всех слоев населения, в том числе и по ценовой стоимости. Наконец, третье – это то, что сейчас обозначается термином «человеческий капитал». Имеется в виду подготовка специалистов, которые обладают необходимыми знаниями, компетенциями и умениями, но главное – личностными креативными способностями и мотивациями [1, с. 76–79]. Все это, взятое вместе, обуславливает системность информационной политики любого государства во внутреннем и внешнем контурах.

Внутренний контур предполагает не только синхронизированное – текущее взаимодействие органов управления с населением-аудиторией своей страны, но и постоянное внимание к его запросам, которые изменяются по мере изменений всех сфер жизнедеятельности. Кроме того, играет огромную роль диахронический фактор. Он выражается в ментальности, т. е. в культуре, мировоззрении, традициях, которые в тот или иной отрезок истории объединили народ-нацию в государство и ценность которых разделяется и поддерживается всем ныне живущим населением.

Внешний контур информационной политики определяется тем, в каких содержательно-символических формах продукция СМИК способствует позиционированию государства в международных политических и экономических институтах, продвигает его интересы в мировом сообществе, содействует его положительной репутации. Системно разработанная и целенаправленная информационная политика в этом плане может сделать государство привлекательным для политического, экономического, технического, научного, культурного партнерства с другими странами.

Следует сказать, что институциональный подход к организации и содержанию государственной информационной политики стал особенно актуальным на рубеже XX–XXI вв. Одним из важнейших факторов, который вызвал необходимость в пересмотре прежних принципов, явилось формирование под влиянием достижений научно-технического прогресса такой новейшей отрасли мирового хозяйства, как глобальная оцифрованная медиаиндустрия. Несмотря на то, что электронизация, компьютеризация и медиатизация различного рода деловых, производственных, торговых и других общественных связей первыми затрону-

ли СМИК высокоразвитых западных стран, тем не менее позитивный «демонстрационный эффект» внедрения технических инноваций, по словам лауреата Нобелевской премии по экономике М.Спенса, оказался чрезвычайно полезным для остального мира [1, с. 34].

Похожего мнения придерживается и американский профессор С. Хантингтон. Он пишет, что ранее «большую часть существования человечества цивилизации контактировали друг с другом лишь время от времени или не имели контактов вовсе». Последствия этого сказались на упрощении не только общей картины мировой политики и экономики, но и на гуманитарных усилиях индустриально развитых государств Запада по установлению равноправного «информационного порядка» для третьих, так называемых развивающихся стран. Сегодня ситуация принципиально изменилась: «Политика в мире после «холодной войны» впервые в истории стала и многополюсной, и полицивилизационной» [2, с. 16–17, 30].

Не последнюю роль в этом сыграли информационные технологии, повсеместное распространение интернета, доступность мобильной телефонии, что открыло широкие возможности использовать быстродействующие каналы оцифрованных коммуникаций в целях ускоренного обновления общественной жизнедеятельности. Не случайно, рассматривая перспективы развития мирового хозяйства в XXI веке, ученые все больше связывают их с ростом новых рыночных экономик в регионах планеты, которые еще недавно считались дотационной периферией и постоянно нуждалась во внешней помощи. В частности, известный социолог Э. Валлерстайн отмечает, что в последние десятилетия здесь ощущается подъем относительно установления благоприятного внутреннего порядка в сфере товарного производства и информационных обменов, который становится для населения существенной мотивационной силой на путях дальнейших преобразований [3, с. 64–65].

Таким образом, применительно к информационной политике в целом можно говорить о том, что ее понимание в настоящее время выходит за узкие горизонты, которые ранее определялись исключительно государственными границами и, в свою очередь, сужали отношение к таким тонким субстанциям, как информация и процессы социального информирования. В этом плане заслуживает особого внимания работа упоминавшегося выше М. Спенса, которая позволяет сделать вывод о том, что в рамках современной экономики, основанной на оцифрованных телекоммуникациях и глобальных масштабах их использования, информационные процессы рассматриваются специалистами на качественно ином логическом уровне. Информация с этой точки зрения выступает одним из важнейших нематериальных активов, которые, по

мнению Спенса, включают «знания, образование и человеческий капитал, являющийся овеществленным результатом обучения». При этом «происходит накопление знаний, укоренившихся не просто в народе, но и в институтах, процессах и в способах их взаимодействия» [1, с. 99].

В качестве успешного примера использования нематериальных активов Спенс приводит трансформацию экономики Китая. Но фактически им характеризуется роль государственной информационной политики в процессах социального информирования и делается вывод о том, что именно это обусловило быстрые темпы экономического роста в Китае, начало которому было положено Дэн Сяопином в 1978 г. Он пишет: «Дэн Сяопин понимал, что главной задачей развития и роста было обучение на всех уровнях, в частном секторе и правительстве». И далее: «Китай был и остается прежде всего обществом учащихся» [1, с. 84]. Скорее всего, он имеет в виду, что в китайском обществе не утратили смысла возрожденные Дэном 6 идей-добродетелей Конфуция. Философ завещал, что любовь к доброте, к знаниям, к честности, прямоте, бесстрашию, к силе невозможна без любви к учебе [4, с. 30]. Вместе с тем, Спенс отмечает, что, преодолев порог, после которого влияние Китая на мир стало системно значимым, ему необходимо найти и установить равновесие между приоритетами внутренней и международной политики, способного дать стране новые ориентиры [1, с. 240].

Это касается и непосредственно информационной политики в том классическом виде, как она понимается в журналистике. Здесь следует напомнить, что после 3-го пленума ЦК КПК 11-го созыва 1978 г. экономические реформы в нашей стране начались прежде всего в сфере СМИ. Газетам и журналам, кроме печатных органов КПК, впервые после 1953 г. было разрешено публиковать рекламу. Помимо этого, было принято решение о выдаче редакциям кредитов на срок до 3-х лет с целью укрепления экономического базиса за счет расширения не только рекламного сектора, но и контактов с подписчиками через свои службы по доставке, а также налаживания выгодных партнерских отношений с типографскими и издательскими организациями.

Поэтапное внедрение механизмов рыночной экономики в печатные СМИ, радио и телевидение, развитие связей с рекламодателями вызвало существенное возрастание количества и тиражей газетно-журнальной периодики, увеличение эфирного времени радио- и телевидения, способствовало значительному расширению производства развлекательного радио- и телеконтента, включая жанры концерта, игры, сериалов. К концу 1990-х гг. доход национальных СМИК от рекламы составил более 48 % их общей стоимости. После принятия страны в ВТО в 2001 г. Лаборатория мировых брендов совместно с форумом мировых эконо-

мик опубликовала в 2004 г. результаты исследования «500 самых ценных брендов Китая». Из них 41 позиция была представлена индустрией СМИК, включая печатную периодику, радио- и телевидение, а также появившиеся сетевые электронные медиа [4, с. 82].

Следует также сказать, что значимой частью информационной политики нашей страны стал курс на импортозамещение в области оснащения сферы СМИК производственно-техническим оборудованием. Это потребовало не только реформирования имевшихся в Китае печатно-полиграфических комплексов, но и строительства новых предприятий по производству электронно-технического оборудования, бытовой радиотелетехники, прокладки наземных радиотелерелейных коммуникаций, использования орбитальных спутников связи. К началу 2000-х гг. мощности электронно-технической промышленности Китая позволили приступить к производству цифровой электронной аппаратуры, что обеспечило ускоренное освоение интернет-ресурсов не только для удовлетворения нужд государственно-хозяйственных органов управления и обороноспособности страны, но и населения. Кроме того, стало возможным экспортировать мобильные средства связи, доступные по ценовой стоимости для массовых продаж на внешних рынках.

В контексте успешной информационной политики страны показательным событием мирового значения стало в 2008 г. проведение летних Олимпийских игр в Пекине. Это мероприятие видный политический деятель Г. Киссинджер назвал «символической кульминацией возрождения Китая», особенно запомнившейся на фоне экономического кризиса, который в этот период охватил страны Запада. По его словам, на церемонии открытия Игр ровно в 20.00 пекинского времени, в восьмой день восьмого месяца года, когда 2000 барабанов 10 минут исполняли торжественный марш на затихшем стадионе, как бы прозвучало сообщение: «Мы пришли. Мы существуем в этой жизни, нас нельзя больше игнорировать, нами не стоит пренебрегать, мы готовы внести вклад своей цивилизацией в этот мир» [5, с. 535].

В настоящее время можно утверждать, что информационная политика нашей страны и формы управления средствами массовой информации и коммуникации на разных исторических этапах развития характеризуются не только устойчивостью, но и изменчивостью в зависимости от тех реальных политических и экономических задач, которые решаются государственными органами управления. В то же самое время необходимо отметить, что изменения не затрагивают принципа преемственности и не затушевывают тех положительных результатов, которые были достигнуты на предыдущих этапах.

Так, период Мао Цзэдуна характеризуется решением задач по строительству нового Китая как страны, в которой СМИ должны были быть

борцами, проводниками революционной идеологии. В период Дэн Сяопина подчеркивалось, что средства массовой информации должны быть центром национальной стабильности и единства. В период руководства страной Цзян Цзэминем делался акцент на том, что СМИ должны формировать общественное мнение, стараться намечать ориентиры, которое направляют людей. В период Ху Цзиньтао подчеркивалось значение использования научных достижений и развития образования. А период Си Цзиньпина отличается направленностью на интеграцию всех средств массовой информации и коммуникации в условиях стремительного развития электронно-цифровых средств социальной связи и стратегии государства на цифровую медиатизацию различных видов деловой и производственной деятельности.

Поэтому с 2013 года по настоящее время отмечается интенсивная конвергенция информационной политики на основе развития современных цифровых технологий. С этого года было начато поэтапное реформирование перехода СМИК на цифровые платформы производства и распространения информации. Однако учитываются и особенности восприятия информационного контента аудиторией. Если для журналистов расширяются возможности использования инновационных технологий при сборе и обработке новостной информации и управлении редакционной деятельностью, то для отдельной части потребителей значение пока еще имеет контент на бумажных носителях, но это не отменяет ориентира на конвергенцию индустрии СМИК в целом. Убедительным примером этого стало слияние Главного управления прессы и публикаций с Государственной администрацией прессы, публикаций, радио, кино и телевидения в 2013 году, единым руководящим органом которого является Госсовет страны. Новый курс управления медиаиндустрией получил название «конвергентный путь».

Политбюро ЦК КПК 25 января 2019 года провело совещание, посвященное эпохе мультимедиа и дальнейшему комплексному развитию СМИК. Были вынесены на обсуждение вопросы оптимизация и повышения эффективности профессиональной деятельности не только журналистов, но и других творческих и технических специалистов, занятых в медиаиндустрии. Председательствующий на совещании Си Цзиньпин подчеркнул следующее: «Традиционные СМИ и развивающиеся <новые> СМИ – это субъекты не замещения, а интерактивных отношений. Дело не в том, кто главный, а кто на втором месте, кто силен, а кто слаб. Преимущества одной стороны должны усиливать другую сторону» [6, с. 535]. Исходя из новых условий, планируется выполнить ряд задач, которые позволят обеспечить сохранение опыта традиционных СМИ по взаимодействию с аудиторией, дополнив его возможностями, которые предоставляются инновационными технологиями.

При этом редакциям, агентствам и другим медиакомпаниям рекомендовалось пошагово рассмотреть операции, которые касаются последовательных действий по обеспечению полноценной работы с информацией. Так, имеется в виду, что, по сравнению с «бумажными», новые СМИ характеризуются динамичностью поиска информации, быстротой реагирования на новость и сиюминутностью выпуска продукта. Априори менее динамичные традиционные СМИ могут использовать технологии новых медиа для повышения полноты своего содержания. Плюсом «бумаги», компенсирующим не сиюминутную скорость выпуска, был и останется интерпретационный потенциал. Низкая стоимость цифрового продукта не должна препятствовать равному сосуществованию с ним продукта бумажного. В свою очередь, государство берет на себя обязательство компенсировать бесплатное распространение или снизить до минимума ценовую стоимость газеты для аудитории.

Также было рассмотрено влияние на профессиональные СМИК социальных сетей, которые пользуются все большей популярностью особенно среди молодежи. Интерес к виртуальному контенту должен уравновешиваться наработанными ресурсами профессиональной журналистики. Газеты и другие бумажные СМИ должны в полной мере использовать свои собственные, аутентичные, преимущества, оптимизируя выбор новостного содержания и его углубленную интерпретацию. Кроме того, они способны использовать свои многолетние бренды для создания «горячих точек» обсуждения в интернете и, как следствие, — для дальнейшего укрепления своего авторитета, присутствуя уже на обеих площадках — реальной и виртуальной.

Наконец, нельзя обойти вниманием еще одно направление, которое получило название «эволюция дизайна». Эта стратегия учитывает тот факт, что с наступлением эры новых медиа привычки чтения газетной аудитории тоже претерпели и претерпевают изменения. Сформированные под влиянием цифровых медиа, такие изменения в бумажной прессе не должны игнорировать особенности фрагментированного чтения, уметь приспосабливать тексты к скорочтению, учитывать роль изображения и других инструментов визуализации слова, в том числе и краткость и выразительную ценность заголовков. Все это представляет собой новые идеи, которые необходимо разрабатывать в процессе редактирования современных газет и журналов.

Однако неотъемлемой частью стратегии укрепления авторитета СМИК, является высокий и многоплановый профессионализм редакционной команды. Имеется в виду «универсализм» журналистской деятельности, вызванный к жизни отнюдь не конвергентными медиа.

Главным образом, речь идет о сочетании журналистских компетенций с другими знаниями, навыками и умениями. В этой связи ставится вопрос о повышении уровня правовой подготовки журналистов и уделяется особенное внимание юридической компетенции сотрудников медиа. Опыт газет и других периодических изданий страны свидетельствует, что большинство журналистов и редакторов имеют юридическое образование. Для тех из них, кто изначально его не имеет, получение соответствующих знаний обеспечивается после зачисления в штат.

Кроме того, каждая газета преследует цель обучать своих журналистов в различных специализированных областях юриспруденции, готовя судебных репортеров, репортеров общественной безопасности, репортеров прокуратуры, административных репортеров и др.» [6]. Согласно опыту, наработанному и актуальному в юридической сфере, специальная компетентность журналистской деятельности может быть востребована и в освещении других сегментов общественной жизни. Представляется особенно важным, чтобы такая практика прочно вошла в обиход журналистской деятельности, осуществлялась целенаправленно, последовательно и разносторонне. Компетентный журнализм не заменит академическую науку, но на уровне адаптации индивида к различным сферам жизнедеятельности вполне способен играть продуктивную роль.

Таким образом, современный этап в развитии государственной информационной политики в нашей стране преследует цели совершенствования деятельности профессиональной журналистики, создания для ее дальнейшего развития благоприятной атмосферы с учетом повышения конкурентоспособности журналистской продукции на фоне коммерческих социальных сетей и противостояния неverified сетевому контенту.

Библиографические ссылки

1. *Спенс М.* Следующая конвергенция: будущее экономического роста в мире, живущем на разных скоростях / пер. с англ. М., 2013. 336 с.
2. *Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций / пер. с англ. М., 2003. 603 с.
3. *Валлерстайн И.* Конец знакомого мира: Социология XXI века / пер. с англ. М., 2003. 368 с.
4. *Ян Чжи.* Столетняя вечерняя пресса Китая. Минск, 2012. 120 с.
5. *Киссинджер Г.* О Китае: пер. с англ. М., 2014. 635 с.
6. *Си Цзиньпин.* Ускорение развития интеграции средств массовой информации и создание модели коммуникации, охватывающей все средства массовой информации // В поисках истины [Электронный ресурс]. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2019-03/15/content_5374027.htm/ (дата обращения: 15.03.2019).