

- ¹² «Russia's Latest Official Website: Kick Us, We're Stupid» // «Time» 01.02. 2012.
- ¹³ «The Abominable Snow Protests of Russia: Moscow's New Cold War» // «Time» 07.02. 2012.
- ¹⁴ The Big Taboo: Confronting Russia's Human-Rights Abuses» // «Time» 25.02. 2012.
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ Там же.
- ¹⁷ «Where Are the World's Rudest Countries?» // «Time» 03.03. 2012.
- ¹⁸ Там же.
- ¹⁹ «The Abominable Snow Protests of Russia: Moscow's New Cold War» // «Time» 07.02. 2012.
- ²⁰ Там же.
- ²¹ «Occupy the Kremlin: Russia's Election Lets Loose Public Rage» // «Time» 16.12.2011.
- ²² Там же.
- ²³ «All the Wrong Moves: Putin Plots His Strategy Against the Protesters» // «Time» 09.12.2011.

Монастырёва О.В.,

Амурский государственный университет (Благовещенск)

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ КИТАЯ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Опыт Китая и России по обращению друг к другу посредством СМИ имеет сложную историю и «географию» взаимодействия. Российским читателям информация о Китае впервые стала доступна в XVIII в. на страницах первой русской газеты «Ведомости». Однако сведения об этой стране и даже сообщения о приезде в Пекин российских послов попадали в газету в основном через Западную Европу. Что касается «обратного» процесса, то русская тема лишь эпизодически освещалась в официальной газете «Цзин бао» («Столичный вестник»), а также излагалась в шилу — хронике деятельности императоров¹.

Медиапространство и сегодня создается потоками информации с двух сторон, однако они не ограничены движением с территории одной страны на территорию другой. Контактные зоны русских и китайцев все чаще складываются внутри обеих стран, и это объясняет сложившееся многообразие информационных потоков, в которые включены китайские СМИ, обратившиеся к русскоязычной аудитории.

«СМИ Китая на русском языке — русскоязычная аудитория в России»

Полноценные зарубежные СМИ, в том числе на русском языке, появляются в Китае после образования КНР (1949 г.).

Радиовещание Китая осуществляется на русском языке с 1954 г. В системе русскоязычных «голосов» «Международное радио Китая» (China Radio International) остается наиболее динамично развивающимся СМИ. Это самый крупный и авторитетный в КНР вещательный канал, единственное государственное радио, которое осуществляет вещание на зарубежные страны.

В 2009 г. радиостанция вышла на первое место по количеству языков вещания среди аналогичных радиостанций мира. В 2011 г. на базе «Международного радио Китая» создана Китайская международная телерадиовещательная сеть (CIBN), а также Всемирная вещательная медиакорпорация «МРК-Планета», что ознаменовало новый этап в развитии инновационного Китая и всей информационной деятельности страны за рубежом.

Заметно увеличивается объем вещания на русском языке. Так, если в 2004 г. вещание «Международного радио Китая» на русском языке достигало 21 часа в сутки, то в 2009 г. этот объем возрос до 40 часов. В интервью «Российской газете» директор «Международного радио Китая» Ван Ганьянь озвучил долгосрочные планы ввести круглосуточное вещание передач на русском языке в масштабах всего мира, а в близлежащей перспективе — наладить FM-вещание на территории России². Предполагается, что, помимо традиционных передач из Китая, вещание «Международного радио Китая» на русском языке будет организовано в экономически развитых центрах с большим населением (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург) и приграничных с Китаем городах (Хабаровск, Владивосток, Благовещенск). В феврале 2011 г. делегация представителей «Международного радио Китая» приезжала в Благовещенск для обсуждения возможностей сотрудничества с местными радиостанциями, организации передач о Китае для русскоязычной аудитории.

Информационное агентство «Синьхуа», один из ведущих государственных мультимедийных источников информации для зарубежной аудитории, ежедневно готовит ленту оперативной информации на русском языке объемом до 100 сообщений в сутки.

В 2001 г. выход на русском языке наладил центральное издание — *газета «Жэньминь Жибао»* («Народная газета»), с 1946 г. являющаяся органом Центрального комитета коммунистической партии Китая и распространяющаяся более чем в 100 странах мира. На русском языке газета выходит в интернет-версии («Жэньминь жибао он-лайн»), ставшей одним из авторитетных официальных русскоязычных серверов КНР.

Журнальную периодику на русском языке представляет иллюстрированный журнал «Китай» — наиболее известное журнальное издание Китая, адресованное зарубежной аудитории. С 1951 г. журнал распространялся на русском языке в республиках бывшего СССР, а затем и России. В 2001 г. выпуск был прекращен, русскоязычная версия сохранилась только в электронном виде. В 2005 г. издание печатного варианта на территории России было возобновлено.

Журнал «Китай» выходит ежемесячно и является единственным печатным периодическим изданием для русскоязычной аудитории, выпускаемым в КНР на государственном уровне. По мнению рецензентов³, если прежний «Китай» отличался склонностью к приукрашиванию китайской действительности, то нынешний вариант не носит столь парадно-пропагандистского характера.

Телевидение в системе многоканальной информации о Китае на русском языке с недавнего времени заняло свою огромную по возможностям нишу в полном объеме. Существующие более десятка лет телепрограммы регионального значения дополнились проектами центрального масштаба.

Русскоязычный телеканал Центрального телевидения Китая (CCTV-R) — круглосуточный телеканал Китая на русском языке. Символический запуск канала в сентябре 2009 г. был приурочен к Году русского языка в КНР и 60-летию установления российско-китайских дипломатических отношений. Вопрос автора журнала «Журналист» о том, захочет ли российский зритель китайских новостей в «канальном объеме»⁴, оказался риторическим. Русскоязычный канал в круглосуточном режиме доступен на территории России, всего постсоветского пространства и стран Балтии. В интервью российской телепрограмме «Вести» руководитель канала Дин Юн, более трех лет проработавший собкором в Москве, заявил, что хорошо изучил за это время запросы российского зрителя: «Меня спрашивают: как Китай сейчас выглядит? Чем вы занимаетесь? Почему экономика в Китае бурно растет? Вот именно это мы и хотим показать — то, что они хотят знать»⁵.

«СМИ Китая — русскоязычная аудитория в Китае»

Это направление формируют СМИ Китая на русском языке, адресованные студентам, туристам, политикам, бизнесменам — всем представителям русскоязычной аудитории, временно или постоянно проживающим в Китае. Помимо «Международного радио Китая», открывшего в 1999 г. внутреннее вещание на русском языке, традицию русскоязычного вещания

для внутренней аудитории Китая на протяжении почти двадцати лет сохраняет телепрограмма «Здравствуй, Россия». Это наиболее известный проект Русской редакции Хэйлунцзянского телевидения.

Русскоязычной аудитории в Китае адресован журнал русских эмигрантов «Берега дружбы», созданный в 2009 г. По законодательству КНР иностранные СМИ не могут самостоятельно издаваться в КНР, поэтому издателями была выбрана форма приложения к существующему китайскому журналу «Партнеры». Журнал, адресованный всем российским соотечественникам, считается первым опытом создания подобного специализированного издания. По мнению создателей журнала, его выход свидетельствует о том, что жизнь русскоязычной диаспоры признана социальным явлением китайской действительности: «...если китайские власти дают нам возможность легально издавать свой журнал на основе взаимовыгодного сотрудничества, практически на равных, значит, мы не на бумаге, а на деле можем помочь друг другу, своим государствам, народам. Значит, не только Китай открыл себя миру, но и мир становится частью Китая»⁶.

Двуязычные СМИ Китая и России

Особую группу представляют двуязычные СМИ, изначально адресованные аудитории Китая и России. Впервые попытка такого диалога была предпринята в середине XIX в.: двуязычная газета «Друг маньчжур» должна была стать полем взаимодействия коренного населения китайцев и русских, заселивших амурские земли. Первым современным двуязычным изданием считается рекламно-информационная газета «Коммерческий компас», выходившая в 1999–2000 гг. по инициативе китайской стороны. Китайским читателям газета обещала помощь в ведении бизнеса с российскими коллегами. Русским читателям адресовались материалы о национальном характере китайцев. Особая роль отводилась практическим советам: как пользоваться палочками, понимать язык жестов, без знания иероглифов ориентироваться в городе.

Ежемесячный иллюстрированный журнал «Партнеры», издающийся в Китае с 2002 г. по настоящее время на русском и китайском языках, уже выдержал проверку временем. Журнал издается под эгидой Пресс-канцелярии Народного правительства провинции Хэйлунцзян, выпускается в Харбине, распространяется по всему Китаю и Дальневосточному региону России. Журнал имеет приложения «Бизнес-мост» (на китайском языке), «Безопасность города» (70% на китайском и 30% на русском языках) и «Берега дружбы» (на русском языке).

Многообразие форм информационных потоков из Китая подтверждают **интернет-ресурсы**. Их участие в общем медиапространстве наиболее заметно с 90-х гг. XX в. Помимо электронных версий рассмотренных изданий, ежедневно на русском языке обновляются интернет-издания «Партнеры», «KumaiPy.net», «RussianChina.ru», «Cocochina.ru», «777china.com».

Приведенный обзор СМИ, безусловно, не претендует на полноту и обнаруживает условность классификации, однако позволяет отметить существенную тенденцию — с начала 2000-х годов Китай демонстрирует активность межкультурного взаимодействия в медиапространстве. Русскоязычную информацию по различным каналам (печать, радио, телевидение, Интернет) предоставляют ведущие общегосударственные и крупные региональные китайские СМИ. Все они преследуют общую цель — знакомить россиян с жизнью современного китайского общества, с культурой, историей, традициями страны.

Аналогичные информационные потоки из России, адресованные китайскоязычной аудитории, не демонстрируют столь объемной и целостной структуры. В наибольшей степени диалог с аудиторией Китая организует государственная радиостанция «Голос России». Свою деятельность в этом направлении с 2006 г. осуществляет также первый и единственный среди российских электронных СМИ сайт на китайском языке «РИА Новости». Открытый в Год России в Китае, он оказался одним из немногих иностранных СМИ, которым разрешено работать в Китае на китайском языке. Что касается российских СМИ, обратившихся к китайской аудитории внутри России, то хотя на медиарынке осознается актуальность подобных проектов, говорить о систематическом диалоге с китайскоязычной аудиторией не приходится.

О сложившейся ситуации рассуждает доцент МГИМО МИД России, исследователь Института европейских, российских и евразийских исследований Университета имени Джорджа Вашингтона А.В. Лукин: «Приветствуя подобную активность китайского правительства, следует отметить, что, если Россия не сможет столь же активно заниматься улучшением своего имиджа и популяризацией собственной культуры в Китае, вскоре в представлениях общества возникнет определенный необъективный перекося в пользу Китая, ситуация доминирования официальной китайской информации и пропаганды»⁷.

Вслед за экспертом стоит признать, что журналы о Китае даже на русском языке, которые попытались издавать на частные средства, успеха не имели. Наиболее успешный журнал «Россия — Китай. XXI век», издававшийся более двух лет на средства ОАО «Российско-китайский центр торгово-экономического сотрудничества» и завоевавший большой авторитет в России и Китае, прекратил свое существование из-за утери интереса к нему учредителя. То же произошло и с широко разрекламированным частным телеканалом «Китай»⁸.

Активная позиция Китая в медиапространстве становится «лакмусовой бумажкой» российских проблем. Характерно на этот счет мнение И.Н. Панарины, профессора, доктора политических наук, декана факультета «Международные отношения» Дипломатической академии МИД России: «России необходимо восстановить свой потенциал механизма внешнеполитической пропаганды, который был основательно разрушен

в 90-е годы. В этой сфере, как и в сфере ядерных вооружений, к сожалению, произошло одностороннее информационное разоружение. <...> Сегодня эту “информационную нишу”, которую мы покинули после распада СССР, активно заполняет Китай»⁹.

Для выравнивания информационных потоков А.В. Лукин предлагает следующую программу ответной коммуникации: необходимо создать российский государственный телеканал на китайском языке, который мог бы вещать в том числе и на Китай; активизировать деятельность российского радио на китайском языке, которое имеет большой опыт работы и неплохие кадры; создать иллюстрированный журнал о Китае на русском языке, причем поставить вопрос о его распространении на территории КНР. Другим направлением могла бы стать поддержка создания российских интернет-сайтов на китайском языке, в том числе сайтов государственных информационных агентств и газет (например, «Российской газеты»), а также некоторых министерств и ведомств (например, ФМС, МВД, Министерства экономики и торговли и т.д.). Целесообразно поставить вопрос о законном распространении (в том числе через подписку и киоски) на территории КНР российского журнала на китайском языке, в настоящее время издаваемого посольством России в КНР. По замечанию автора, одна из проблем взаимодействия стран в медиапространстве связана с тем, что активно распространяя свои издания в России, китайская сторона блокирует распространение зарубежных изданий на своей территории.

С большой долей уверенности можно предположить, что обозначенные тенденции усилятся, в частности, количество СМИ в общем медиапространстве будет возрастать, и их инициатором будет Китай. С китайской стороны все чаще звучат утверждения о том, что новая волна увлечения китайской культурой и изучения китайского языка в России должна дать импульс к развитию новых совместных СМИ. Высказывается мысль о том, что Китай должен иметь влиятельную газету на русском языке, такую, как всекитайская газета на английском языке «Чайна дейли». В планах, озвученных китайскими чиновниками¹⁰, значит, реализация проекта телевидения русскоязычных программ Хэйлунцзяна в Москве и Санкт-Петербурге, а также расширение русскоязычного вещания главного новостного органа КНР — «Международного радио Китая».

Таким образом, стоит признать, что в медиапространстве как особой сфере взаимоотношений двух стран и народов китайская сторона сегодня играет роль ведущего, наиболее инициативного участника межкультурного диалога с аудиторией соседней страны. Перед российскими СМИ встает задача поиска адекватных форм ответа на китайский информационный вызов.

¹ Калинина Н.С. Межцивилизационные взаимоотношения России и Китая: особенности и история развития // Восток (ORIENS). 2004. № 5. С. 119.

- ² Соловьев Е. Поймали свою волну. Международное радио Китая намерено расширить вещание в России // Российская газета (Спецвыпуск). 2010. 24 ноября. № 5344. URL: <http://www.rg.ru/2010/11/24/radio.html>
- ³ Давыдов А. Журнал «Китай»: первый год на российском рынке СМИ // Проблемы Дальнего Востока. 2007. №1. С. 181–183.
- ⁴ Владимирова М. Новости из-за китайской стены // Журналист. 2008. № 2. С. 37.
- ⁵ Китайское телевидение заговорит по-русски. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=250706>
- ⁶ Эксперт МГИМО: Александр Лукин. Российско-китайские отношения: не ослаблять усилий // «Международная жизнь». 2009. № 11. URL: <http://www.mgimo.ru/news/experts/document130656.phtml>
- ⁷ Там же.
- ⁸ Телеканал «Китай» российской компании «РКЦ-Медиа» был создан в 2008 г. Озвучивая планы развития ТК «Китай», его создатели утверждали, что после 2010 г. выйдут на 80 % рынка кабельного ТВ России. Однако время показало несостоятельность прогнозов российских вещателей, в то время как созданный в 2009 г. канал китайского центрального телевидения CCTV-R продолжает вещание.
- ⁹ Панарин И.Н. Механизм внешнеполитической пропаганды требует восстановления. URL: <http://newsland.ru/News/Detail/id/380538/>
- ¹⁰ Круглый стол «Преподавание русского языка в Китае». URL: http://www.gramota.ru/lenta/news/8_2139

Мэтякубов А. Д.,

Международный университет мировых языков (Узбекистан)

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ НА ПРЕОБРАЗОВАНИЕ СМИ УЗБЕКИСТАНА

Каждое государство ищет свои пути вхождения в информационное общество, развивая необходимую инфраструктуру и информационные технологии, при этом процесс имеет в каждой стране свою специфику и возможности. Потенциал Интернета оказывается безграничен и сегодня заметно превышает возможности обычных СМИ.

На сегодняшний день ученые фиксируют признаки реструктуризации медийно-информационного пространства в планетарных масштабах, связанной с глобальной конкуренцией между СМИ традиционными и интернетовскими. Соперничество привело к ряду epochальных изменений в деятельности международных и отечественных газет и журналов, радио и телевидения, информационных агентств и пресс-центров.

Во-первых, виртуальная сеть Интернет превратилась в главный источник и силу общественного прогресса и развития мировой цивилизации, поэтому Узбекистан не мог оставаться в стороне от новых веяний.

Во-вторых, новые цифровые технологии коренным образом изменили существующие традиционные СМИ. Фактически появился новый мир журналистики, который во многих отношениях оказался более разносторонним, чем его традиционный аналог. Технологические изменения имеют глобальный характер и активно влияют на все страны, несмотря на их географическое расположение. В-третьих, в развитии журналистики наступил исторический этап планетарной, глобальной конкуренции между СМИ традиционными и интернетовскими. Данное соперничество привело к ряду коренных изменений в деятельности между-

народных и отечественных газет, журналов, радио и телевидения, организации работы информационных агентств и пресс-центров.

В-четвертых, потенциал Интернета безграничен и заметно превышает возможности обычных СМИ. Стремясь выжить, печатные издания, радио- и телевизионные программы стали активно совершенствоваться, осваивать интернет-технологии, создавать собственные виртуальные выпуски. Отвечая на вызовы эпохи, традиционная журналистика неизбежно стала действовать и развиваться в русле ее новых требований.

В-пятых, информационное воздействие на Узбекистан нарастает быстро. Это ощущается в повседневной жизни каждого жителя республики: из теле- и кино-сериалов, материалов зарубежной печати, радио- и теле-трансляций, публикаций Интернета. В вузах Узбекистана введен предмет «Информационно-психологическая безопасность в открытых информационных системах». Конструктивным вариантом обеспечения такой безопасности является заполнение информационного пространства качественным контентом. Журналисты Узбекистана видят в этом свою профессиональную задачу, сознавая, что в конкурентной информационной среде их инициатива может перейти к специалистам других государств, преследующих свои интересы.

В-шестых, значительная часть людей умственного труда может сегодня выполнять производственные задания на дому, отправляя результаты своей работы в офис по Интернету. Одним из первых данный путь применил для правительства своей страны Президент Италии К. Чампи. Журналистика как профессия вполне может ис-