

Ссылка для цитирования этой статьи:

Хуан Сюйшэн, Черемискин А.А. Сходства и различия в управлении развитием медиа в Китае и России // Human Progress. 2024. Том 10, Вып. 6. URL: http://progress-human.com/images/2024/Tom10_6/Huang.pdf DOI 10.46320/2073-4506-2024-6a-17.

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ МЕДИА В КИТАЕ И РОССИИ

Хуан Сюйшэн

Магистрант

Российский университет дружбы народов

Москва, Российская Федерация

Черемискин Артем Анатольевич

Преподаватель Института нефтегазового бизнеса

Уфимского государственного нефтяного технического университета г.

Уфа, Российская Федерация

Аннотация. Цель работы – выделить сходства и различия в управлении развитием медиа на основе анализа истории развития средств печати и других медиа в Китае и России с их зарождения до современных дней. Попытка определения основных сходств и в чём радикальное различие в теории и практике управления развитием медиа системы. В своей работе автор использовал такие методы как: теоретический, аналитический, обобщение и аналогия. В результате проделанной работы автор приходит к выводу о наличие значительного количества точек сходства в управлении медиа в России и Китае. Можно сделать предположение о некоторой степени влияния российской практики управления медиа на китайскую. В современных условиях существуют достаточно большие различия в управлении развитием медиа в обеих странах, однако они могут быть нивелированы в силу высокой степени отношений между Россией и Китаем.

Ключевые слова: ксилография, литерный шрифт, контент, медиа, газета, дотации.

Как известно император объединивший Китай в единое государство Цин Шихуанди произнёс замечательную фразу: «Пусть расцветает сто цветов, пусть соперничают сто школ» [1]. Отметим, что это интересный лозунг использовал не только Император, но и другой, не менее известный деятель. Некоторые отечественные исследователи обращают внимание на сходство русской истории с гипертекстом. Стержнем этого гипертекста является христианская

культура и пришедшие вместе с ней книги, пока ещё рукописные. Вместе с тем отметим, что письменная традиция совсем не отменила устную, так же распространение информации проходило во время богослужения, в ходе вечевых собраний. Считаем любопытным акцентировать внимание на таком русском феномене как берестяные грамоты, Сергей Петрович Капица сравнивал это явление с современными СМС (Short Message Service). Правда нельзя достоверно утверждать о наличии массовых рассылок в то время. Полагаем этих двух примеров достаточно для предположения о начале управлением распространения информации в России и Китае светскими и духовными властями, прямо или опосредовано. Заостряем внимание на этом факте, поскольку одной из важных функций медиа является распространение информации, в том числе и официальной. Человечество благодарно Китаю за многие эпохальные изобретения, оказавшие влияние на всемирную историю, это и компас, порох и наборный шрифт. С появлением средства есть основания говорить о становлении массовых медиа, конечно, понимая, что массовость это довольно ограничена. Происходило это в силу распространения грамотности, доступности материалов, носителей информации, мастеров способных изготовить необходимые средства. На протяжении веков в Китае использовались две основные технологии печати, ксилография, когда текст и вырезался на деревянных досках и литерный шрифт, из глины. Применение такого, не самого совершенного шрифта сделало ксилографию второстепенным методом по отношению к наборному шрифту. Самый ранний памятник китайской печати хранится в Британском музее. Будет справедливым отметить, что самые первые экземпляры газет были рукописными, как и во многих, если не во всех государствах. Содержание или контент первых печатных изданий определялся аудиторией, которой он был предназначен, а также необходимо отметить значительную роль издателя, который непосредственно производит печатное издание.

Первые газеты в Китае больше напоминали отчёты об указах императора, жизни двора, деятельности правительства, пограничных стычках. Эти издания имели общее название – отчёты из резиденции 邸報 «ди бао». Выходили они в трёх версиях печатных, по обеим технологиям и рукописных копиях, предназначались в основном чиновничеству, от высших сановников до провинциальных средней руки. Тогда же появился такой метод управление печатью, как цензура, прежде чем быть напечатанным, содержание утверждалась специальным советом при Императоре. Эти издания приобрели большое значение, можно сказать, стали модными, что нашло своё отражение в древней китайской литературе. Издания официальные вызвали появления изданий «неофициальных», которые, как правило, были рукописными. Безусловно, правительство стремилось запретить подобные издания не прошедшие процедуру цензурирования. Печать, предназначавшаяся первоначально для

столичного региона, постепенно расширяла свою географию, большие провинциальные города, такие как Нанкин или Пекин, не бывший на тот момент столичным, получили право на собственные издания. Так же они наделялись правом на перепечатку столичных газет. Основным содержанием газет по-прежнему, была официальная информация, указы, распоряжения правительства, хотя уже тогда была возможность продажи газет и оформление подписки. Таким образом, это было попыткой получения прибыли, рискнём сделать предположение, что стоимость газеты или подписки - завуалированная форма управления. В силу того, что издатель, варьируя стоимость своих услуг, может оказывать влияние на формирование аудитории, что не исключает получение дотаций от правительства или «спонсоров». Проводя политику дотаций по отношению к тому или иному изданию, правительство получает возможность влияния на содержание издания и формирование целевой аудитории. Что важно не только для управления медиа и их развитием, но и является частью общегосударственной политики управления. Не случайно во многих так называемых «развитых» странах многие медиа, такие как радио, телевидение, газеты находятся либо в собственности государства, либо управляются опосредовано, через различные «наблюдательные» советы. Последовавший довольно длительный период изоляции Китая зафиксировал состояние печати на довольно длительное время. Следующий этап, связанный с трансформацией, как самих медиа, так и системой управления ими приходится на период, который относящийся к «Опиумным войнам». Пётр Михайлов, господин БомБарДир, Герр Питер и наконец, Отец Отечества, и Император Всероссийский. Всё это относится к личности Петра Первого.

С Петром Великим связано очень многое в развитии нашего Отечества, поэтому мы полагаем лучшим определением личности Петра, данное А. С. Пушкиным: «На троне вечный был работник». К трудам Петра Великого можно смело отнести появление России периодической печати. Пётр Великий принимал самое живое и непосредственное участие в издании первой газеты «Санкт-Петербургские ведомости». Разумеется, все эти издания носили довольно ограниченный характер, «Ведомости» сначала издавались только в Санкт-Петербурге, затем и в Москве. Время прорыва в деле книгоиздания и печати настало после указа Екатерины Второй от пятнадцатого января 1883 года. Указа имел пространное, характерное для того времени название: «О позволении во всех городах и столицах заводить типографии и печатать книги на российском и иностранных языках, с освидетельствованием оных в управе благочиния» [2]. В самом названии указа содержится указание на наличие органов цензуры, управой благочиния в тот период назывались полицейские участки. Тема цензуры и сопоставление её развития и управления в рассматриваемых странах заслуживает

отдельного и подробного исследования. В данной работе ограничимся упоминанием того факта, что цензорскими полномочиями обладали не только полицейские участки, но и Академия Наук, Синод, градоначальники, первый цензурный устав появился только в начале девятнадцатого века. Довольно любопытный факт, что государственный деятель, поэт, публицист, дипломат Ф. И Тютчев длительное время был цензором. Блестящую карьеру сделал цензор А. В Никитенко, который был по происхождению крепостным крестьянином, однако смог получить дворянство, стать профессором и академиком. Тема цензуры как своеобразного социального лифта ещё не рассматривалась подробно и представляет собой некоторый интерес. Указ Екатерины Второй 1883 года способствовал появлению провинциальных изданий, прежде всего официальных губернских ведомостей, но были и попытки издания частных журналов, самая первая это издание журнала «Уединённый Пошехонец» в Ярославле. Небезынтересным представляет этап в карьере знаменитого русского баснописца Ивана Андреевича Крылова, он был довольно успешным издателем журналов. В своих изданиях он позволял себе дискутировать даже с госпожой «Всякой Всячиной», под эти журнальным названием скрывалась сама Екатерина Великая. Таким образом, можно констатировать, что переход от официальной и духовной направленности к направленности светской проходил под прямым государственным управлением и участием.

Начиная с начальных средних веков, императоры Китая проводили политику закрытости страны для иностранцев, поскольку Китай обладал передовыми на тот период технологиями и был самодостаточным государством, в полной мере обеспечивающим себя всем необходимым. Первые контакты с европейцами относятся к началу шестнадцатого века, это были португальские, испанские, английские мореплаватели. Зачастую это сопровождалось религиозными миссиями, особенно отличились на этот поприще иезуиты. «Открытие» Китая чаще всего носило не вполне «дружественный» характер, сопровождалось бомбардировками, как это было в случае с портом Гуанчжоу (Кантон). Особенно яркий, отчётливый характер эта «дружественная» европейская политики приняла в середине девятнадцатого века во время «Опиумных войн». Европейская экспансия имела не только торговую и военную составляющую, но и можно сказать идеологическую. Этот тезис подтверждается тем фактом, что первые газеты современного типа были созданы в Китае иностранцами. Определённую сложность для собственно китайских изданий представлял запрет на критику иностранцев, можем отметить, о существовании такого запрета в России нам неизвестно. Всё-таки в последней трети девятнадцатого века появляются издания на китайском языке, ориентированные на китайскую аудиторию. Опиумные войны открыли китайский внутренний

рынок для иностранцев, сопровождалось это развитием торговли и собственной, китайской промышленности. Неудивительно поэтому, что многие китайские газеты имели коммерческий характер и коммерческий же успех. До конца девятнадцатого века издавалось более двадцати коммерческих газет на китайском языке. Период расцвета для коммерческой печати в Китае наступил во время и по завершению Первой Мировой Войны. Европейские державы были заняты внутренними проблемами и резко возросшим влиянием США на мировую политику. Издания носили деловой, коммерческий характер, освещая, как правило, торговлю, технологические вопросы, управление бизнесом. Тираж некоторых газет доходил до пятидесяти тысяч экземпляров, что для того времени не малое число. Отметим негативное влияние на печать в некоторых китайских регионах, связанное с диктатурой Юаня Шикая. Тогда же произошло событие, которое оказывает влияние на развитие и управление китайскими медиа по сию пору, в тысяча девятьсот девятнадцатом году в Китае появилась коммунистическая печать. Произошло это благодаря Чэнь Дусю известному в Китае журналисту, преподавателю, впоследствии одному из организаторов и Генеральному секретарю КПК.

Начало двадцатого века ознаменовалось ещё одним важным событием, оказавшим влияние на всю мировую историю, мы говорим о смене общественно-политической формации в России. Одним из первых декретов новой власти, довольно быстро превратившейся в однопартийную диктатуру, стал «Декрет о печати от 27 октября (9 ноября) 1917 года» [3]. С момента начала действия этого декрета к середине лета 1918 г. было закрыто четыреста семьдесят газет, не разделявших взгляды, пришедших к власти коммунистов. В дальнейшем основным издателем газет и журналов стали партийные комитеты, начиная от ЦК КПСС и до районных комитетов, также идеологический контроль осуществлялся не только по линии идеологических, партийных отделов, но и благодаря такому органу как Главлит. Главное управление по делам литературы и издательств (Главлит) было создано опять же по декрету Совета Комиссаров в 1922 году. Это управление обладало чрезвычайно широкими полномочиями от собственно цензурирования всей (sic!) печатной продукции, контроля над деятельностью радио, телевидения, регулирование информации для иностранных корреспондентов, но и утверждало концертные, эстрадные программы. На самом раннем этапе становления Коммунистической партии Китая произошло знакомство с системой управления информацией РКП(б)-ВКП(б). Для передачи опыта практической реализации создания системы информации, организационных партийных структур в Китай была направлена специальная миссия Коминтерна. После расцвета частной, коммерческой прессы, пришедшегося на тридцатые годы двадцатого века. Настала очередь периода трансформации китайских медиа,

обусловленная приходом к власти, в тысяча девятьсот сорок девятом году, Коммунистической партии Китая. Уроки, полученные через миссию Коминтерна, не прошли даром, в начале пятидесятых годов частные, коммерческие медиа практически исчезли. Новая политическая парадигма, победившая в Китае, требовала поголовного участия любых медиа в политических компаниях проводимы Коммунистической партией. К печатным медиа добавились радио, Центральное Народное радио было основано уже в тысяча девятьсот сорок девятом году. Телевидение начало своё вещание в конце пятидесятых годов двадцатого века, отметим, что был период приостановки вещания, связанный с «культурной революцией». Отметим, что на том этапе предусматривалось не только цитирование Мао Цзедуна, но и запрет на критику солдат, рабочих, колхозников, решительно запрещалось распространение «тлетворной буржуазной культуры» и ««ревизионистских идей». С таким опытом по управлению созданием и развитием медиа Россия и Китай вошли в последнюю треть двадцатого века.

В 1978 г. новый китайский лидер Дэн Сяопин начал проводить «Политику реформ и открытости». В первую очередь это касалось, конечно, экономики, реформы предусматривали большие возможности для частной инициативы, переход на рыночную экономику. Переход к рыночной экономике сопровождался разрешением медиа средствам на коммерческую деятельность, что в свою очередь сопровождалось увеличением числа различных медиа, городских, провинциальных и общенациональных. Заметим, что сходные процессы, вызванные так называемой «перестройкой и новым мышлением» проходили на российском медиа пространстве. Пунктирно обозначим эти этапы, на начальном этапе, вследствие зарождения и развития рекламного рынка, происходит почти взрывной рост числа различных медиа, но следующем начинается процесс слияний и поглощений, формирование медиа-холдингов, на завершающем происходит возврат полного государственного контроля над деятельностью медиа. Мы понимаем, что предложенное нами определение этапов весьма условно. Суммируя изложенное, возьмём на себя смелость сделать предположение, несмотря на различие в историческом развитии, разность культур и менталитетов основное сходство в управлении развитием медиа в России и Китае в современную эпоху происходит из предыдущей практики коммунистического строительства. Отметим решающую роль Коммунистической партии Китая в управлении страной, в том числе и медиа, по сию пору. Ключевое различие на наш взгляд заключается в максимальном участии КПК в управлении медиа. Упомянем, что официальная газета КПК «Жэньминь жибао» (人民日報) не только самая влиятельная в самом Китае, но одно из самых влиятельных на мировой арене. Газета издаётся на полутора десятке языков, имеет корреспондентские пункты в семидесяти странах мира. Констатируем, что кроме прямого контроля китайское руководство осуществляет

управление развитием медиа, опосредовано, через управление рынком рекламы. В России подобный контроль осуществляется, в том числе за счёт бюджетных средств, особенно это характерно для региональных СМИ. Кроме прямого владения средствами медиа в первую очередь двумя основными телеканалами страны, российское правительство управляет медиа через различные холдинги с государственным участием [4], [5]. В качестве примера упомянем такие холдинги как «Газпом Медиа» и Сбер, который владеет собственной интернет платформой и имеет значительные доли в других медиа проектах. Уровень отношений установившихся между Россией и Китаем в двадцать первом веке, позволяет предположить новый уровень сотрудничества и в медиа сфере.

Список литературы

1. Пусть расцветают сто цветов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пусть_расцветают_сто_цветов.
2. Константинов К. Б. Деятельность частных типографий в России во второй половине XVIII века: историко-правовой аспект. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-chastnyh-tipografiy-v-rossii-vo-vtoroy-polovine-xviii-veka-istoriko-pravovoy-aspekt#:~:text=Наконец%2C%2015%20января%201783%20г.,лицам%20и%20в%20любой%20местности>.
3. Жирков Г.В. Советская цензура периода комиссародержавия: 1917-1919 гг. // История цензуры. М., 2001. Книгоиздание в России в первые годы Советской власти // Тараканова О.Л. История книги. Гл. 19. П. 19.1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/HB/19-1.htm>.
4. Левин Д.А. вовлечение молодежи в занятость в области информационно-телекоммуникационных технологий // Human Progress. 2023. Т. 9. № 3. С. 8. DOI 10.34709/IM.193.8. EDN RYJSVK.
5. Хань Ц., Кулижская Ж.С. Факторы реализации инновационного и технологического потенциала // Дискуссия. 2024. № 1 (122). С. 23-28.

SIMILARITIES AND DIFFERENCES IN MEDIA DEVELOPMENT MANAGEMENT IN CHINA AND RUSSIA

Huang Xusheng

Master's degree

Peoples' Friendship University of Russia
Moscow, Russian Federation

Cheremiskin Artem Anatolyevich

Lecturer at the Institute of Oil and Gas Business
Ufa State Petroleum Technical University
Ufa, Russian Federation

Abstract. The purpose of the work is to identify similarities and differences in the management of media development based on the analysis of the history of the development of print media and other media in China and Russia from their inception to the present day. An attempt to identify the main similarities and what is the radical difference in the theory and practice of managing the development of the media system. In his work, the author used such methods as: theoretical, analytical, generalization and analogy. As a result of the work done, the author comes to the conclusion that there are a significant number of points of similarity in media management in Russia and China. One can make an assumption about some degree of influence of Russian media management practices on Chinese ones. In modern conditions, there are quite large differences in the management of media development in both countries, but they can be offset due to the high degree of relations between Russia and China.

Key words: woodcut, lettering, content, media, newspaper, subsidies.

References

1. Let a hundred flowers bloom. [electronic resource]. Access mode: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Let the flowers bloom](https://ru.wikipedia.org/wiki/Let_the_flowers_bloom).
2. Konstantinov K. B. The activity of private printing houses in Russia in the second half of the XVII century: historical and legal aspect. [electronic resource]. Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-chastnyh-tipografiy-v-rossii-vo-vtoroy-polovine-xvtii-veka-istoriko-pravovoy-aspekt#:~:text=Finally%2C%2015%20year%201783%20year,to%20year%20year%20year%20year>.
3. Zhirkov G.V. Soviet censorship of the period of the Commissar-autocracy: 1917-1919. // History of censorship. M., 2001. Book publishing in Russia in the early years of Soviet power // Tarakanova O.L. The history of the book. Chapter 19. Item 19.1. [Electronic resource]. Access mode: <http://www.hi-edu.ru/e-books/HB/19-1.htm>
4. Levin D.A. involving youth in employment in the field of information and telecommunication technologies // Human Progress. 2023. Vol. 9. № 3. P. 8. DOI 10.34709/IM.193.8. EDN RYJSVK.
5. Han Ts., Kulizhskaya Zh.S. Factors of realization of innovative and technological potential // Discussion. 2024. № 1 (122). P. 23-28.