Яньянь Чжан

Санкт-Петербургский государственный университет

Zyan970721@gmail.com

**Возникновение и развитие общественной журналистики в Китае**

В последние годы общественная журналистика стала одной из форм развития журналистики в Китае. Основная идея теории публичной журналистики заключается в том, чтобы культивировать и направлять аудиторию в процессе распространения информации и способствовать пониманию социальной реальности.

Ключевые слова: народные новости, общественные новости, общественная журналистика, общественная сфера.

В последние годы мы видим, что по мере урбанизации китайского общества постепенно проявляется сервисный и общественный характер новостных СМИ. Это привело к появлению городских СМИ, которые занимаются вопросами жизнеобеспечения людей и близки к их жизни. Также это привело к появлению городских телевизионных новостных программ, которые сосредоточены на средствах существования людей и близки к их жизни.

Однако, несмотря на рост количества новостных программ, у них был ряд недостатков. Прежде всего, они были полны вульгарного новостного контента, удовлетворяющего любопытство простых горожан. Новости предполагают «историю самих людей», но в настоящее время вульгаризация новостей становится все более серьезной, что делает новостные программы тривиальными, лишенными глубины и удовлетворяющими в основном любопытство граждан низкого уровня образования. Содержанию таких программ не хватает глубины.

Кроме того, СМИ, используя дискурсный потенциал при освещении новостей о средствах к существованию, чрезмерного сужают их тематическое разнообразие и общественную действенность. Но когда люди сталкиваются с проблемами, они всегда хотят обратиться к СМИ, пытаясь использовать их влияние для достижения эффективного решения своих проблем. Это может способствовать формированию психологического стереотипа «СМИ – судья», что приводит к тому, что СМИ берут на себя роль судьи, используя силу дискурса. Такой перекос наносит ущерб обществу и развитию самих СМИ.

Становится все более очевидным, что социальное развитие Китая нуждается в общественной журналистике. В 1960-е гг. Ю. Хабермас, крупнейший теоретик Франкфуртской школы, впервые ввел понятие «публичной сферы» в книге «Структурная трансформация публичной сферы. Исследование категории буржуазного общества».

Хабермас утверждал, что между государством и обществом может существовать публичное пространство, в котором граждане предположительно могут свободно говорить без вмешательства государства, и что это и есть «публичная сфера». По его мнению, «публичная сфера» – это одно из пространств, в котором действуют СМИ, и СМИ сами являются частью публичной сферы. Представляется важным следующее замечание: «Определяющей чертой развития публичной сферы на этапе информационного общества, считает Ю. Хабермас, является господство инструментального знания и технократического мышления в ущерб критическому знанию» [1: 100].

По утверждению С. Морли, институт публичной сферы в своей основе состоит из газет и сети коммуникации, которую СМИ впоследствии усиливают. Морли – известный британский художник, дизайнер и критик, который жил во Франции, а позже переехал в Корею. Занимаясь проблемами культурологии, он выступает за аутентичность гуманитарных творческих интенций, приоритетным считает авторское творчество индивида, отдает предпочтение результатам «ручной работы», поскольку «запись серии ручных действий… сильно отличается от гладких поверхностей, созданных механическим способом с помощью технологии цифрового экрана, которые просто генерируются электронным способом» [2: 3]. Естественное развитие имманентно и обществу.

 Другими словами, СМИ должны функционировать как платформа для общественной коммуникации, где они не контролируются государством и не управляются отдельными монополиями, а являются в высшей степени идеализированной посреднической силой. Общественная журналистика требует от журналистов видеть людей как граждан, потенциальных участников общественных дел, а не сторонних наблюдателей, или тех, на кого СМИ действует отрицательно; помогать политическим сообществам действовать в решении проблем; улучшать среду для общественных дискуссий, а не просто наблюдать за ее разрушением; помогать улучшать общественную жизнь, делая ее достойной внимания людей.

Для создания общественных новостей и их реального влияния на общество необходимо сотрудничество СМИ, правительства и аудитории. В настоящее время условия для производства общественных новостей еще предстоит улучшить.

Для новостных СМИ реализовать идеал общественной журналистики непросто. Но на оперативном уровне способность своевременно уловить мнения и потребности общества и создать публичное пространство для участия общественности требует высокой степени журналистской чувствительности, большого количества исследований общественного мнения.

Литература

1. Макаревич Э. Ф. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса как модель медиа-влияния в новой реальности // PolitBook. 2020. № 3. С. 98–119.
2. Morley S. The brain is wider than the sky // Catalogue essay for "Chaos and Awe: Painting for the 21st". 2018. June-September. Р. 1–11. URL: <https://www.academia.edu/29378645/Chaos_and_Awe_Painting_for_the_21st_Century_Catalogue_essay>.