

Литература

1. Короткометражное видео. Baidu. Baike. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E7%9F%AD%E8%A7%86%E9%A2%91/20596678?fr=aladdin>. (дата обращения: 04.02.2022).
2. Трансграничный Экспресс знаний: Юго-Восточная Азия — новая страна чудес электронной коммерции с огромным потенциалом. URL: https://www.sohu.com/a/498953750_120855371. (дата обращения: 04.02.2022).

Ван Пин

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГАЗЕТНОЙ ИНДУСТРИИ ЯПОНИИ

СМИ в Японии имеют богатую историю. Становление и развитие японской газетной индустрии можно условно разделить на несколько исторических этапов:

1. Дореволюционный период (до начала XIX в.).

В данный период появились первые печатные издания, которые значительно отличались от европейских и посвящались конкретным событиям общественной жизни японцев.

2. Период Мэйдзи.

Реставрация Мэйдзи стала важным поворотным моментом в истории Японии. В данный период японский капитализм быстро развивался. Вместе с тем японская газетная индустрия также претерпела модернизационные преобразования и достигла быстрого развития.

Инновационные технологии печати свинцовым подвижным шрифтом и приток западных идей обеспечили материальную, техническую и идеологическую гарантию развития бумажных

носителей информации в Японии. Хотя европейская газетная индустрия зародилась более чем на 200 лет раньше японской, японская газетная индустрия развивалась куда стремительнее. В период «Рестаурация Мэйдзи» правительство использовало газеты для передачи и распространения передовых демократических и либеральных идей Запада. После появления политического бюллетеня, газеты в стране поставили своей целью пропаганду идеологии конкретной партии среди народа. Газеты постепенно стали мощным оружием, помогающим политическим партиям в проведении пропагандистских деятельности, и оказали большее влияние на развитие и прогресс общества.

Правительство поощряло распространение газет, и придерживалось стратегии по улучшению качества жизни народа с ее помощью, издавая постановления, способствующие распространению газет. Правительство также само начало широко выпускать газеты.

Однако в то же время правительство подавляло жесткими мерами выступления оппозиции и запрещало публикации газетные материалы распространяющие информацию о фракции Сагуми. Только с функционированием нормативных правовых актов 1897 г. и 1898 г., провозгласившие свободу печати, была устранена правительственная цензура.

3. Период с начала XX в.

В 1930-е гг. наблюдалось появление первых предпосылок формирования газетного рынка Японии, который известен нам сейчас. Также данный этап знаменателем созданием Ассоциации издателей и редакторов газет.

4. Современный этап.

Грамотное управление газетной индустрией данной страны привело к открытию многочисленных возможностей в ходе истории развития и содействовало преодолению кризисных ситуаций. Многие газеты являются изданиями со столетней историей, а «Асахи Симбун», «Йомиури Симбун» и «Дейли Симбун» имеют более чем 130-летнюю историю.

Система доставки газет и система «перепродажи» являются двумя ключевыми факторами поддержки развития газетного бизнеса в данной стране. Сочетание этих систем делает чтение

газет удобным и дешевым для читателей, что и является основной причиной, по которой японцы продолжают читать газеты в эпоху новых медиа.

Ван Цянь

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. филол. н, ст. преп. А. Н. Марченко

ДИСКУРС КИТАЙСКОЙ ПОЛИТИКИ В ГАЗЕТЕ «ГЛОБАЛЬНЫЕ ВРЕМЕНА»

Как отмечают исследователи, в дискурсе сфокусирована социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность. Изучая совокупность продуктов речевой деятельности китайских журналистов на политическую тему, мы можем выявить широкий круг жизненных, социальных и психологических потребностей в китайском обществе, какими они видятся журналистам.

Политический дискурс ориентирован описывать политическую действительность, анализировать ее, а также воздействовать на сознание аудитории. Политические журналисты в своих текстах выстраивают коммуникацию с аудиторией и с такими субъектами, как национальное и зарубежные правительства. Концепция объективности в журналистике требует от журналистов объективно освещать события, стремиться к доминированию фактов над оценками и предоставлять точную информацию от авторитетных источников.

Правительство Китая, в частности Министерство промышленности и информационных технологий (<http://www.miit.gov.cn/>), уделяет большое внимание качеству и привлекательности политического контента в интернете. Это выражается в том числе в определении авторитетных источников достоверных политических сведений, на выбор которых оказывает влияние в том числе государственная цензура.

Основные характеристики, которые рассматриваются в политическом дискурсе КНР, — тематика, воздействие на аудиторию, социопсихолингвистическая позиция, идеологический фон и др. Именно поэтому рассмотрим данные характеристики с целью определения особенностей политического дискурса на примере китайской газеты «Глобальные времена».

Конвергенция перечисленных факторов в единый политический дискурс и его значение рассмотрены нами на примере 10 публикаций газеты «Глобальные времена». Это издание освещает главные вопросы внешней и внутренней политики в соответствии с правилами партии, однако использует индивидуализированный, субъективный подход к созданию текстов.

На основе научной литературы мы выделили шесть основных характеристик политического дискурса: 1) тема, 2) принадлежность автора и читателя к определенной социальной группе, 3) особенности воздействия или восприятия текста, 4) персональные смыслы интерпретатора и/или автора, 5) оценка достижения политических целей оратора, 6) идеологический фон.

Мы получили следующие результаты по указанным характеристикам.

1. Основными темами политического дискурса в газете «Глобальные времена» являются национальные интересы и угрозы национальной безопасности.

2. По социальной принадлежности публикации адресованы в основном обществу в целом, гораздо реже — таким группам, как спортсмены, врачи и др.

3. В аспекте воздействия главным образом происходит пропаганда достижений и силы страны. Статьи написаны таким образом, что возникает чувство гордости за Китай и негативное отношение к его антагонистам, особенно при угрозах безопасности.

4. Характеристика персональных смыслов автора показала частичное наличие отражения личной заинтересованности авторов. Политические сведения журналисты дополняют субъективным мнением и своей точкой зрения.

5. Цели политической коммуникации скорее достигаются, чем нет.