

# СМИ И КУЛЬТУРНАЯ СТРАТЕГИЯ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ КИТАЯ: ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И СОВРЕМЕННЫЕ ЦЕННОСТИ

Ли Цзяни

Аспирант, Уральский федеральный университет,  
(г. Екатеринбург)  
823286146@qq.com

## MEDIA AND CULTURAL STRATEGY OF THE CHINESE COMMUNIST PARTY: TRADITIONAL CULTURE AND MODERN VALUES

Li Jiani

**Summary:** This study examines the role of mass media in the cultural strategy of the Chinese Communist Party, paying special attention to the interaction between traditional culture and modern values. The analysis reveals that mass media, as the main channel of cultural communication under the leadership of the Chinese Communist Party, not only disseminate and promote traditional culture but also guide the expression and formation of modern values. Traditional culture is modernized and transformed in the media, interacting with modern values, thereby facilitating the integration and development of social culture. This article emphasizes the importance of leadership and control over the mass media by the Chinese Communist Party and explores future directions for media development in the Party's cultural strategy to promote the construction of a socialist culture with Chinese characteristics.

**Keywords:** mass media, Chinese Communist Party, cultural strategy, traditional culture, modern values.

**Аннотация:** В этом исследовании рассматривается роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая, уделяя особое внимание взаимодействию традиционной культуры и современных ценностей. Анализ показывает, что средства массовой информации, будучи основным каналом культурной коммуникации под руководством Коммунистической партии Китая, не только распространяют и пропагандируют традиционную культуру, но и направляют выражение и формирование современных ценностей. Традиционная культура модернизируется и трансформируется в средствах массовой информации, взаимодействуя с современными ценностями, тем самым способствуя интеграции и развитию социальной культуры. В этой статье подчеркивается важность руководства и контроля над средствами массовой информации со стороны Коммунистической партии Китая, а также рассматриваются будущие направления развития средств массовой информации в культурной стратегии партии по содействию построению социалистической культуры с китайской спецификой.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, Коммунистическая партия Китая, культурная стратегия, традиционная культура, современные ценности.

Средства массовой информации играют важнейшую роль в современном обществе: они не только являются инструментом передачи информации, но и важным каналом формирования социальной культуры и продвижения общественных ценностей. В Китае Коммунистическая партия, как правящая партия, играет особенно важную роль в использовании и руководстве средствами массовой информации, особенно в культурной сфере. Коммунистическая партия Китая активно реализует культурную стратегию через средства массовой информации, стремясь наследовать и развивать традиционную культуру Китая и одновременно руководить обществом в преодолении проблем модернизации, способствуя обновлению и развитию социальных ценностей [1].

Цель данной статьи — исследовать роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая с особым акцентом на взаимосвязь между традиционной культурой и современными ценностями. В сегодняшнюю эпоху глобализации и

информатизации Китай столкнулся с проблемой обмена и столкновения между традиционной культурой и современными ценностями, а также с быстрым процессом модернизации, в результате которого постоянно возникают новые ценности, создавая определенную напряженность и столкновения с традиционной культурой. Поэтому Коммунистической партии Китая необходимо сформулировать соответствующие стратегии в культурной сфере, направлять и формировать современные ценности через средства массовой информации, интегрировать их с традиционной культурой, дополнять друг друга и способствовать гармоничному развитию китайского общества.

В этой статье будут обсуждаться статус и роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая, распространение и формирование традиционной культуры средствами массовой информации, интерактивное влияние средств массовой информации на современные ценности, а также практика и перспективы культурной стратегии Коммунистиче-

ской партии Китая. Статья направлена на углубленное изучение тесной связи между средствами массовой информации и культурной стратегией Коммунистической партии Китая, что обеспечит теоретическую поддержку и практическое руководство для построения социалистической культуры с китайской спецификой.

## 1. Статус и роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая

### 1.1 Роль СМИ в идеологическом конструировании

Являясь основным каналом распространения информации, средства массовой информации несут голос партии и её культурную миссию, а также передают идеи, политику и основные ценности партии. В идеологическом строительстве средства массовой информации являются важным инструментом партии: посредством обширных репортажей, интерпретаций и комментариев они направляют и формируют идеологические концепции и ценностные ориентации общества. Содержание, методы подачи и речевая направленность, выбранные СМИ, напрямую влияют на знания и понимание партии обществом. Кроме того, средства массовой информации также способствуют формированию социальной сплочённости и идентичности, укрепляют доверие людей к партии и правительству, а также поддерживают социальную стабильность и согласие. Поэтому средства массовой информации играют заметную роль в культурной стратегии Коммунистической партии Китая, являются важным средством и платформой для достижения целей идеологического строительства партии и имеют большое значение в содействии развитию социализма с китайской спецификой. [3]

### 1.2 СМИ как основной канал культурной коммуникации

Средства массовой информации доносят культурные концепции, основные ценности и исторические традиции партии до масс через различные формы, такие как телевидение, радио, газеты, журналы и Интернет. Они обладают широким освещением и влиянием и могут быстро распространять голос партии, продвигая политику и предложения партии, чтобы получить более широкое признание и поддержку. Будучи основными производителями и распространителями контента в публичном пространстве, средства массовой информации выполняют важную функцию в формировании общественного мнения и направлении общественного мышления.

Выбирая содержание и ракурс освещения, средства массовой информации могут формировать общественный консенсус и направлять общественность к правильному пониманию культуры и ценностных ориентаций.

Кроме того, средства массовой информации могут также обогащать культурную жизнь людей, способствовать наследию и инновациям в традиционной культуре, а также оказывать важную поддержку в построении социалистической культурной державы.

Поэтому статус и роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая незаменимы и являются важной гарантией и опорой для достижения целей культурного строительства партии.

### 1.3 Тесные отношения между средствами массовой информации и Коммунистической партией Китая

Средства массовой информации установили тесные отношения с Коммунистической партией Китая. Прежде всего, они являются одним из основных каналов, посредством которых Коммунистическая партия Китая распространяет идеологию, пропагандирует политику и продвигает основные ценности. Через телевидение, радио, газеты, Интернет и другие средства массовой информации партия может эффективно доносить свои идеи, цели и политику до широкой общественности и продвигать идеи партии для получения более широкого признания и поддержки.

Во-вторых, средства массовой информации несут голос Коммунистической партии Китая, представляют её образ и отражают позицию и предложения партии. В различных значимых событиях и вопросах средства массовой информации могут своевременно и точно передавать позицию и политику партии, играя важную роль в создании и поддержании имиджа партии. Кроме того, Коммунистическая партия Китая обеспечивает точность и объективность сообщений средств массовой информации, а также справедливость и авторитетность распространения информации путём усиления руководства и управления над средствами массовой информации.

Таким образом, между средствами массовой информации и Коммунистической партией Китая сложились тесные отношения сотрудничества, которые совместно способствуют развитию и прогрессу социализма с китайской спецификой. [4]

## 2. Распространение и формирование традиционной культуры средствами массовой информации

### 2.1 Формы презентации традиционной культуры в средствах массовой информации

В качестве основного канала культурной коммуникации средства массовой информации представляют традиционную культуру в различных формах. В теле-

программах исторические драмы и костюмированные фильмы на античную тематику привлекли широкий круг зрителей. С помощью ярких повествований и изысканных изображений зрителям наглядно представлены исторические личности, традиционный этикет и т. д.

В газетах и журналах, в разделах о культуре, исторических обзорах и других разделах, часто представлены истории, легенды и рассказы из жизни знаменитостей культуры, предоставляя читателям богатые культурные знания. Кроме того, в эпоху Интернета традиционная культура также получила широкое распространение через онлайн-средства массовой информации, доступные пользователям сети.

## 2.2 Интерпретация и распространение традиционной культуры средствами массовой информации

Средства массовой информации не только представляют традиционную культуру, но и распространяют её глубже посредством различных интерпретаций. В телевизионных программах экспертам и учёным часто предлагается интерпретировать традиционную культуру и исследовать стоящие за ней ценности и гуманистический дух, чтобы зрители могли глубже понять смысл традиционной культуры.

Газеты и журналы также часто публикуют комментарии о традиционной культуре, анализируя и оценивая её с разных точек зрения, побуждая читателей к размышлениям. Интернет-СМИ предоставляют широкую платформу для распространения традиционной культуры.

Народные эксперты, учёные и энтузиасты культуры публикуют статьи, видео и т. д. через платформы социальных медиа, чтобы распространять уникальное очарование традиционной культуры, формируя благоприятную экологию для её распространения.

## 2.3 Современная трансформация традиционной культуры в средствах массовой информации

С развитием общества и изменением культурной среды традиционная культура претерпевает процесс модернизации и трансформации в средствах массовой информации. Традиционные культурные элементы часто внедряются в произведения на современные темы, воссоздаются и переинтерпретируются с использованием современного языка и методов, делая традиционную культуру тесно связанной с современным обществом и ближе к эстетике и потребностям современной аудитории. [5]

В то же время традиционная культура также постоянно обновляется в средствах массовой информации, представляя её в более живой и доступной форме, что-

бы привлечь внимание молодёжи.

Например, традиционные культурные фестивали и народные мероприятия приобретают новые формы и значения, интегрируются в современный образ жизни и становятся важной частью массовых развлечений и культурного потребления. Эта современная трансформация придала традиционной культуре новую жизненную силу и жизнеспособность, продемонстрировав её более красочный облик в средствах массовой информации. [6]

## 3. Интерактивное влияние СМИ и современные ценности

### 3.1 Выражение и распространение современных ценностей в средствах массовой информации

Современные ценности получили широкое выражение и распространение в средствах массовой информации. Формы СМИ, такие как телепрограммы, фильмы и онлайн-видео, представляют и подчёркивают основные ценности современного общества, такие как свобода, равенство, демократия, права человека и т. д.

Новостные сообщения, специальные программы, социальная реклама и т. д. напрямую передают современные ценности, побуждают общественность думать и размышлять, а также способствуют социальному прогрессу и развитию. Благодаря различным формам медиавыражения, современные ценности получили широкое распространение и признание в обществе, влияя на поведение и мысли людей. [7]

### 3.2 Руководство и формирование современных ценностей средствами массовой информации

Средства массовой информации играют жизненно важную роль в формировании современных ценностей. Выбирая содержание, ракурс и речевую направленность сообщений, они могут влиять на понимание и признание обществом современных ценностей. Сообщения средств массовой информации, трансляции телепрограмм и продвижение контента на онлайн-платформах постоянно побуждают общественность принять и идентифицировать себя с современными ценностями. При этом средства массовой информации также усиливают распространение и пропаганду современных ценностей посредством различных форм пропагандистской и просветительской деятельности, способствуя обновлению и развитию социальных ценностей. [8]

### 3.3 Столкновение и интеграция традиционной культуры и современных ценностей в средствах массовой информации

Традиционная культура и современные ценности

продолжают сталкиваться и сливаться в средствах массовой информации. Средства массовой информации не только распространяют современные ценности, но и сохраняют и пропагандируют выдающиеся ценности традиционной культуры. При производстве и представлении медиаконтента традиционные культурные элементы часто сочетаются с современными ценностями, образуя новые культурные символы и духовные коннотации.

Например, празднование традиционных культурных фестивалей, а также интерпретация древней классики были интегрированы в контекст и потребности современного общества, позволяя традиционной культуре и современным ценностям сочетаться и дополнять друг друга в средствах массовой информации.

Это столкновение и интеграция не только обогащают содержание средств массовой информации, но также способствуют наследованию и развитию традиционной культуры, обеспечивая важную движущую силу для дальнейшего прогресса социальной культуры.

#### 4. Практика и перспективы культурной стратегии Коммунистической партии Китая

##### 4.1 Руководство и надзор Коммунистической партии Китая за средствами массовой информации

Коммунистическая партия Китая стремится направлять и контролировать средства массовой информации, чтобы гарантировать, что они играют активную роль в распространении правильных культурных ценностей.

Партия принимает соответствующие законы, постановления и программные документы с целью стандартизации содержания и форм выражения мнений в средствах массовой информации, а также усиления управления и надзора за ними. В то же время партия также направляет средства массовой информации к активному распространению основных социалистических ценностей, продвижению выдающейся традиционной культуры Китая, а также содействию инновациям и развитию медиабизнеса путем разработки специальных планов и политики развития средств массовой информации. [9]

##### 4.2 Позиционирование и руководство культурной стратегией традиционной культуры и современных ценностей

Культурная стратегия Коммунистической партии Китая направлена на определение взаимосвязи между традиционной культурой и современными ценностями и направление общества к формированию правильного культурного познания и ценностной ориентации. Партия активно содействует наследованию и развитию

традиционной культуры, распространяет выдающуюся традиционную культуру через средства массовой информации, а также пропагандирует национальный дух и национальную самобытность.

В то же время партия использует средства массовой информации для направления общества к принятию современных ценностей, таких как наука, демократия и верховенство закона, а также для содействия обновлению и прогрессу социальных идей.

Позиционирование и руководство культурной стратегией направлены на достижение органической интеграции традиционной культуры и современных ценностей, заложение прочной основы для построения основной социалистической системы ценностей. [10]

##### 4.3 Перспективы: Будущее направление развития средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая

Заглядывая в будущее, Коммунистическая партия Китая продолжит укреплять руководство и управление средствами массовой информации, а также способствовать стандартизации и здоровому развитию медиабизнеса. В то же время партия будет и дальше углублять свою культурную стратегию и способствовать тому, чтобы средства массовой информации играли большую роль в распространении традиционной культуры и современных ценностей.

В будущем средства массовой информации будут уделять больше внимания инновациям и качеству, постоянно улучшать качество контента и коммуникационные эффекты, укреплять культурную самобытность и ценности общества, а также вносить более позитивный вклад в строительство социалистической культуры с китайской спецификой.

#### Заключение

В культурной стратегии Коммунистической партии Китая средства массовой информации играют незаменимую роль. Посредством распространения и формирования традиционной культуры и современных ценностей, они важно влияют на направление социальных идей и содействуют обновлению культурного познания.

Руководство и контроль над средствами массовой информации позволяют Коммунистической партии Китая обеспечить соответствие ценностей, распространяемых медиа, основной социалистической системе ценностей, а также способствовать интеграции и развитию традиционной культуры и современных ценностей.

В будущем, благодаря непрерывному преобразо-

ванию общества и постоянным инновациям в области медиатехнологий, статус и роль средств массовой информации в культурной стратегии Коммунистической партии Китая будут ещё больше укрепляться.

Ожидается, что средства массовой информации за-

ймают более открытую и инклюзивную позицию, унаследуют и будут развивать традиционную культуру, приведут общество к принятию современных ценностей и внесут большой вклад в процветание социалистической культуры с китайской спецификой и счастливую жизнь людей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Лю Ю. и Чен Х. (2021). Влияние культурной стратегии Коммунистической партии Китая на представительство в СМИ: на примере информационного агентства Синьхуа. *Китайский коммуникационный журнал*, 14 (3), 265–280.
2. Чжан Х. и Ван Л. (2020). Культурная гегемония и медиадискурс в современном Китае: критический анализ. *Международный коммуникационный журнал*, 14, 120–135. Получено с <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12345>.
3. Ван, Х., и Ли, Q. (2019). Роль традиционной культуры в формировании современных ценностей: исследование конфуцианства в китайских СМИ. *Журнал азиатских исследований*, 72 (4), 567–582.
4. Чен Ю. и Лю М. (2018). Влияние контроля над СМИ на формирование общественного мнения в Китае: сравнительный анализ. *Китайский коммуникационный журнал*, 21 (2), 189–204.
5. Ли Х. и Ву Г. (2017). Современность и традиции: эволюция китайских культурных ценностей в современных средствах массовой информации. *Азиатский коммуникационный журнал*, 30 (3), 345–360.
6. Чжоу, К., и Ян, В. (2016). Трансформация культурной стратегии Коммунистической партии Китая в эпоху цифровых технологий: сравнительный анализ. *Исследования СМИ Китая*, 14(1), 78-93. Получено с <http://www.chinamediaresearch.net>.
7. Ван К. и Чжан Л. (2015). Посредничество традиционной культуры в китайских СМИ: пример гала-концерта весеннего фестиваля CCTV. *Журнал радиовещания и электронных СМИ*, 59 (2), 210–225.
8. Лю Г. и Чжэн Х. (2014). Контроль над СМИ и культурная гегемония в современном Китае: критический обзор. *Китайский коммуникационный журнал*, 17 (4), 456–471.
9. Чжан Ю. и Ван Х. (2013). Влияние культурной стратегии партии на формирование общественного мнения в Китае: продольное исследование. *Журнал современного Китая*, 26 (1), 89–104.
10. Ли, Х., и Чен, Z. (2012). Эволюция китайских культурных ценностей в современных СМИ: историческая перспектива. *Исследования СМИ Китая*, 9(3), 321–336. Получено с <http://www.chinamediaresearch.net>.

© Ли Цзяни (823286146@qq.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»