

Секция «Журналистика»

Основные периоды развития радиоиндустрии Китая после осуществления политики реформ и открытости

Дун Яфэн

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: dongyafeng1984@yahoo.com.cn*

На протяжении последних 30 лет в радиовещании Китая произошли огромные изменения, которые тесно связаны с политикой реформ и открытости. Можно выделить четыре периода:

1. Первый период – время начального развития, приходится на 1978-1983 гг.

В декабре 1978 года состоялся третий пленум одиннадцатого созыва КПК. Была подвергнута критике неверная политика «двух абсолютов». Дэн Сяопин предложил освободиться от идеологических пут, основываться на реальных фактах и, сплотившись воедино, устремиться вперед. И было решено сделать эти предложения общим курсом всей партийной работы. К тому же, было предложено сосредоточить основное направление партийной работы именно на построении социалистического модернизма и заострить на этом внимание людей всей страны. Так, третий пленум одиннадцатого созыва обозначил направление для развития и реформирования телерадиоиндустрии. После этого в процессе национального реформирования деятельности радиовещания наступил период начального развития.

В 1980 году на десятом национальном рабочем собрании радиовещания вторично обсуждалась политика “пути саморазвития”. После как раз и произошел целый ряд реформ в сфере радиовещания, продвигалась идея образования национальной сети радиовещания. Одна за другой стали появляться литературные и экономические передачи. 5 марта 1979 года на Шанхайской народной радиостанции было положено начало рекламной деятельности. Новости, отзывы, просвещение на радио и ТВ, а также рекламные передачи стали более развитыми, чем раньше.

2. Второй период – время исследований, приходится на 1983-1992 гг.

В 1983 году на одиннадцатом рабочем собрании по радио и телевидению сферу реформирования новостей предлагалось сделать пунктом прорыва, что должно было привести к полному реформированию теле- и радиопропаганды. Вместе с этим, выдвигалась политика создания четырехступенчатого радио, включая центральное, провинциальное, городское и уездное радио. Для китайского радио это был важный показатель прорыва вперед. После этого общий показатель охвата населения заметно увеличился. В это время в структуре деятельности радиовещания произошли большие изменения: значительное внутреннее реформирование радиопропаганды, полное обновление внешнего образа радиопередач. Появилось большое количество передач новостей на социальные темы.

Во внутригосударственном реформировании радио можно выделить для этого периода следующие моменты:

1) Центральная радиостанция начала более тщательно работать с новостными поводами. Количество местных корреспондентов увеличилось, был сформирован центр радионовостей. Это отразилось на передачах новостей, главное, что увеличился объем информации, и улучшились характеристики оперативной подачи.

2) Программы на специальные темы на каждой из радиостанций раскрыли особенности радиовещания, появились программы с ведущими.

3) Была отвергнута существующая ранее модель создания программ, системы программирования, способа планирования и стиля вещания. Центральная радиостанция предложила такую политику: усовершенствовать программы, повысить качество, полностью откорректировать концепцию реформы и стать ближе к народу, к бытовой жизни и реальности. Программирование радиоканалов стало полностью зависеть от особенностей радиовещания, психологии аудитории и привычек радиопотребления.

4) 15 декабря 1986 года в провинции Гуандун начала вещание экономическая радиостанция Чжуцзян. Это первая экономическая радиостанция в Китае. Основной задачей экономической радиостанции является эффективное служение на благо общественного развития, ускорения экономического строительства, ради повышения уровня жизни народа. Основным сегментом аудитории считаются экономические круги, но из сферы влияния не исключается также и обычный радиослушатель.

5) Реформировались также радиопередачи на языках национальных меньшинств, улучшилось качество новостей, оперативность их подачи, увеличился объем информации; сообщения стали более развернутыми.

3. Третий период – время новаторства, приходится на 1992-2000 гг.

В 1992 году в качестве направленности реформы Китай определил «создание системы социалистической рыночной экономики». Благодаря этому появилось много новых моделей программ и новых способов работы. Например, в 1992 году центральная радиостанция, в полной мере подготовившись и исследовав аргументы, за один раз выпустила 6 крупных комплексных программ: экономическую передачу «Экономическая жизнь», информационную передачу о бытовом обслуживании «Наука и техника – знания – жизнь», передачу идеологического воспитания «Студия 439» и передачу заграничной музыки «Заграничный музыкальный круг» и т.д.

Каждая радиостанция в процессе реформы углубления пропаганды всеми силами старалась урегулировать структуру и расстановку передач, сформировала систему передач, свойства которых определяются количественным богатством, высоким качеством, объективностью. Например, Шэньси – по большей части аграрная провинция, и 80% населения живут в деревнях. И чтобы удовлетворить потребности сельской аудитории в информации, в знаниях о том, как разбогатеть, а также потребности культурно-развлекательной сферы жизни, в 1988 году Шэньсийская радиостанция особо выделила 105-минутный интервал времени с 8 вечера для выпуска таких программ как «Природа деревни», «Мир драмы», «Известия сельской экономики» и другие. Они как раз подходят для сельского слушателя.

28 октября 1992 года появилась на свет Шанхайская Восточная радиостанция, которая стала конкурентом для Шанхайской Народной радиостанции. Они инициативно придерживались концепции открытой реформы, которая была обозначена повышением объема информации в передачах, предлагали углубление содержания целых пластов передач прямого вещания, реализовали внутреннее и внешнее взаимодействие в радио-

передачах и общественных мероприятиях, а также утвердили символику медийных мероприятий и имидж известных ведущих. Особенно важным было вступить в механизм конкуренции, коснуться некоторых вопросов структурной сферы, сделать так, чтобы реформа радиовещания расширялась как вширь, так и вглубь. В связи с этим появилось название «модель восточного радио». Эта «модель» принесла с собой разделение рынка аудитории на классы, рекламные вложения стали более целенаправленными, радиовещание нашло свое место и определило преимущества в сфере местных СМИ.

В 1998 году Главным управлением телерадиовещания Китая был запущен проект «радио в каждое село». Это разрешило проблему просмотра телевизора и прослушивания радио для многочисленной аудитории в деревне.

4. Четвертый период – время развития интеграции, приходится на 2000-2012 гг.

На входе в 21 век, который был ознаменован в основном инновационными реформами в структурном механизме радио и его оцифровкой, китайское радио осуществило новый прорыв. Развитие китайского радиовещания вошло в стадию постановки на индустриальную основу, реклама стала основным источником доходов радиоиндустрии.

Эта стадия развития радио в основном характеризуется усилиями интегрировать рассредоточенные объекты, избежать внутреннего истощения при неупорядоченной конкуренции, сформировать телерадиогруппы. Постепенно строилась новая структура радио- и телевидения, в основе которой находятся системы социальных обслуживаний, рыночных операций, государственного контроля и управления, социального обслуживания.

Социальное обслуживание означает, что в условиях рыночной экономики правительство страны строит систему, в рамках которой осуществления легкий доступ широкой аудитории к основным социальным услугам теле- радиовещания. Путем продвижения всеобщих услуг теле- радиовещания предпринимались и предпринимаются усилия к тому, чтобы в любом месте и для любого человека цена была доступной, и чтобы основные социальные услуги теле- радиовещания стали широко распространенными. Социальное обслуживание подразумевает, что теле- радиовещание может предоставлять аудитории прямые и косвенные информационные услуги. Из этих сведений аудитория может получать массу доступной информации, тем самым делая свою жизнь более комфортной.

Под рыночными операциями подразумевается, что рынок является продуктом товарного хозяйства, местом или сферой обмена. Такая экономика требует, чтобы вся экономическая деятельность в обществе включала рыночные отношения, которые реализуются только при осуществлении рыночных операций. Так как производственная деятельность индустрии теле-радиовещания является важной отраслью информационной индустрии, в ней должны присутствовать рыночные отношения, а действие рыночного механизма должно полностью реализовываться.

Основные причины, по которым правительство осуществляет контроль и управление индустрией телерадиовещания, заключены в следующем. Естественный монополизм индустрии теле- радиовещания приводит к дисфункции «рыночного регулирования», и это серьезное основание для государственных установлений. Внешнее воздействие, вызванное особенностями общественных благ, созданных теле- радиовещанием, ясно показывает еще большую необходимость в государственных законах. На основании правовых принципов, которые предоставляют защиту несовершеннолетним и другим категориям слушателей, требуется, чтобы правительство улучшало законы о содержании передач

теле- радиовещания.

За 30 лет после принятия Политики реформ и открытости радиоиндустрия Китая хорошо развивалась, постоянно совершенствовалась, что способствовало удовлетворению потребностей аудитории. И хотя в процессе развития пришлось столкнуться с различного рода проблемами, последние 30 лет все же можно назвать самым быстрым и лучшим периодом в истории развития китайской радиоиндустрии.

Литература

1. История китайской журналистики (1978-2008). У Тинцзюнь. Издательство Фуданьского университета. Июль 2011г.
2. Курс истории телерадиовещания Китая. Чжао ЮМин, Ай Хунхун. Издательство Китайского телерадиовещания. Январь 2009г.
3. Всеобщая история китайского телерадиовещания. Чжао ЮМин. Издательство Китайского университета коммуникации. Март 2006г.