

Влияние китайских СМИ на молодежи: ценностный аспект

Научный руководитель – Сидорова Светлана Юрьевна

Юй Пэйянь

Выпускник (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра новых медиа и теории коммуникации, Москва, Россия

E-mail: yureiyan44@gmail.com

Средства массовой информации Китая системно подвергаются жесткому идеологическому контролю и поэтому являются важным инструментом формирования ценностей молодежи. В такой уникальной медиасреде традиционные телеканалы и газеты сосуществуют с новыми медиа, такими как Tik Tok и Weibo. Осознавая, что молодое поколение крайне восприимчиво к глобальным информационным потокам, государство активно использует эти два канала для воспитания у них патриотизма, коллективизма и преданности Коммунистической партии Китая. В этой статье рассматривается, как традиционные и новые медиа взаимодействуют с молодежными ценностями, уделяя особое внимание двум конкретным примерам: пропагандистской программе CCTV «Молодежные разговоры» и алгоритмическому маркетингу TikTok.

Операционная система китайских СМИ заключается в том, что свобода слова подчинена цели «поддержания социальной стабильности». В соответствии с Законом о кибербезопасности (2017 г.) платформы должны удалять контент, который «подрывает национальное единство», создавая среду, в которой формы развлечений также становятся носителями идеологии. Основной целевой группой TikTok и Weibo являются молодые люди, на долю которых приходится 68% аудитории TikTok и Weibo (Tencent, 2023). Китайское поколение Z (родившееся после 2000 года) растет в противоречивой среде: с одной стороны, они могут получить доступ к глобальному контенту через VPN, а с другой стороны, они каждый день погружаются в повествование о «великом возрождении китайской нации». Ниже это будет проиллюстрировано на примерах как из традиционных, так и из новых медиа.

Традиционные СМИ: Молодежные разговоры

Несмотря на конкуренцию со стороны цифровых платформ, государственное CCTV остается «официальным голосом» Коммунистической партии Китая. Программа «Молодежные разговоры», запущенная в 2020 году, показывает, как традиционные СМИ могут адаптироваться к потребностям молодежи, сохраняя при этом свою идеологию неизменной. Каждый выпуск посвящен историям достижений молодых людей, следующих линии партии. Например, в выпуске от апреля 2023 года Ли Сяоюй, 24-летний инженер, участвовавший в разработке ракеты «Великий поход», сказал: «Моя мечта — служить стране, а не себе».

План трансляции шоу использует несколько методов влияния:

1. Вызвать эмоции: воспроизведение кадров пусков ракет под музыку в стиле военного марша связывает технический прогресс с национальной гордостью.

2. Историческое значение: Сравнение достижений современной молодежи с подвигами революционеров 1949 года синхронизирует чувство исторической идентификации молодых людей.

3. Иллюзия взаимодействия: зрители голосуют за «Лучшего героя эпизода», хотя все кандидаты предварительно отобраны редакторами.

Новые медиа: алгоритм Tik Tok и продвижение традиционной культуры

Если CCTV представляет «официальный» патриотизм, то Douyin, китайская версия TikTok, насаждает идеологию посредством развлечения. В 2021 году Douyin обновил свой алгоритм, чтобы увеличить охват контента с такими тегами, как # Китайские культурные реликвии и # Китайские культурные реликвии. Например, видеоролики о каллиграфии или чайной церемонии стали набирать в три раза больше просмотров, чем видеоролики о западной моде.

Несколько неполитические аккаунты с небольшим количеством фанатов, нарезав несколько классических фильмов и онлайн-видео и снабдив их величественной и волнующей фоновой музыкой, чтобы некоторые классические сцены, классические персонажи, классические слова и классические мелодии перенесли зрителей на историческую сцену, дали им возможность проникнуться происходящим и вызвали сильный эмоциональный резонанс.

Ярким примером является блогер Лао Цзян (5 миллионов подписчиков), который объясняет спорные исторические темы с точки зрения официальной позиции КПК. В своих видеороликах о Тибете он использует интерактивный формат: зритель «выбирает» правильную карту Китая, а алгоритм отображает только те комментарии, которые совпадают с позицией Пекина. Видео было просмотрено 12 миллионов раз, причем 89% лайков пришлось на комментарий: «Тибет всегда был частью Китая!» Таким образом, можно увидеть, что интерактивные опросы и «викторины» превращают идеологию в игру. Короткие видеоролики больше сосредоточены на эмоциях, чем на фактах. Например, фраза «Наши предки проливали кровь за эту землю!» повторяется в видео как мантра. Согласно алгоритму TikTok, даже если пользователь ранее интересовался неполитическими темами, ему автоматически будет рекомендован контент с патриотическими тегами.

Поэтому китайские СМИ, как традиционные, так и цифровые, выстроили жесткий идеологический барьер для молодежи. Но их влияние не абсолютно. С одной стороны, традиционные телешоу вроде «Youth Talk» и алгоритмы TikTok формируют поколение, которое публично демонстрирует свою лояльность. С другой стороны, использование VPN и рост «цифрового лицемерия» (например, сарказма в частных чатах) указывают на наличие скрытого сопротивления. Государство осознает эту двойственность и отреагировало усилением контроля: в 2023 году TikTok начал маркировать аккаунты, использующие VPN, как «потенциально опасные». Этот баланс между пропагандой и скептицизмом определяет будущее китайской молодежи. Как отмечает социолог Ли Вэнь, «поколение Z учится жить в системе, где патриотизм — это валюта, а инакомыслие — это риск». В этих условиях СМИ перестают быть просто источником информации, а становятся инструментом выживания в реальности, пропитанной идеологией. Влияние китайских СМИ на ценности молодежи, несомненно, положительно.

Источники и литература

- 1) Гамсон В.А. Медиаизображения и социальное конструирование реальности // Ежегодник социологии. 1992. Т. 18. С. 373-393.
- 2) Чжан Ян. Социалистические ценности в Распространение видеоклипов на платформе Douyin // Медиа. 2024. №3. С.51-54.
- 3) Архив программы «Молодежь говорит». URL: <https://www.cctv.com>
- 4) Отчет о социальной ответственности Douyin. URL: <https://www.bytedance.com>