**Аннотация магистерской диссертации**

**Бао Лань**

**«КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СМИ КИТАЯ»**

**«CULTURAL AND EDUCATIONAL ACTIVITIES IN THE CHINESE MEDIA»**

**Н. рук – Марьина Людмила Петровна, канд. соц. наук, доцент**

**Кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций**

**Направление подготовки – « Журналистика»,**

 **Профиль – «Журналистика и культура общества»**

**Ключевые слова:** культура, культурная социализация, СМИ Китая, культурно-просветительская деятельность, массовая культура.

**Key words:** cultural, socio-cultural, Chinese mass media, cultural and educational activities, Mass culture.

Средства массовой информации тесно связаны с жизнью людей и их личностным саморазвитием. СМИ не только транслируют информацию, но и формируют ценностный потенциал общества. **Актуальность** темы исследования предопределяется тем, что в Китае обычно считают культурно-просветительскую деятельность агентом семейной и образовательной социализации, результатом идеологии и пропаганды. При этом не исследуется комплексное воздействие СМИ на формирование ценностей современного китайского обществ как синтеза патриархального уклада и образцов массовой культуры, которая с помощью средств массовой информации формирует стиль жизни, привносит образцы западной культуры в восточные традиции.

Кроме того, в исследовании анализируется такое новое явления, как тенденция перехода традиционных СМИ в киберпространство. Появление интернет-изданий у традиционных СМИ вовсе не означает отказа от бумажного формата. Как показала практика, популярность сетевых СМИ в Китае оказалась достаточно высокой. Они характеризуются высокой рентабельностью. В связи с этим различия между традиционными СМИ и сетевыми размываются, что является результатом глобализации.

В новый век, широко используя 60-летний опыт управления государственными делами, Коммунистическая партия Китая определяет развитие страны в современных условиях, выдвигает теории глубоких изменений, гармоничного мира и совместного развития, общей ответственности и активного участия. СМИ Китая играют огромную роль в образовании, просвещении аудитории. Таким образом, китайские средства массовой информации должны взять на себя благородную и сакральную функцию социальной ответственности, способствовать становлению и благотворному распространению культуры. Китайские СМИ должны адаптироваться к современному обществу и охватывать темы, актуальные для конкретной эпохи. Особенность современных китайских средств массовой информации заключается в преобладании исключительно оперативно-новостных жанров: новость, заметка, фоторепортаж. В то время, как печатные издания стремятся к более глубокому освещению проблем современности и актуализации их в культурно-просветительском аспекте. Благодаря культурно-просветительской деятельностью в СМИ формируются ценности китайского общества.

С актуальностью исследования связана и его **научная новизна**.В диссертации предпринята попытка анализа специфики культурно-просветительской деятельности в СМИ Китая, проводится сопоставление культурно-просветительской деятельности в разных типах СМИ. Кроме того, систематизируется китайский и зарубежный опыт по изучению эффективности культурно-просветительской деятельности в СМИ. Стоит отметить, что в китайской науке отсутствует комплексный анализ такого феномена как культурно-просветительская деятельность в СМИ.

**Обоснование проблемы** зависит от современного положения культурно-просветительской деятельности СМИ Китая, её структуры и внутреннего развития, и её социокультурной эффективности.

**Научно-теоретическую базу** диссертации составили труды российских исследователей: С. Корконосенко, И. Блохина, Е. Вартановой, С. Ильченко, С. Михайлова, Л. Марьина; а также китайских учёных: Ван Чжунминь, Ляо шенцин, Ли Кэ, Ван Линцзу, Пэн Яньхун.

**Эмпирическая база** исследованиявключает в себя материалы китайских СМИ – газета «Жэньминь жибао» «Вечерний Пекин», Журнал «Китайская литература» «Бо У», Сайт «NetEase».

**Хронологические рамки:** анализ социокультурной динамики китайских СМИ с 2015 года и по сегоднящний день.

**Объект** исследования: современные СМИ Китая в контексте культурно-просветительской деятельности.

**Предмет** исследования: культурно-просветительская деятельность в СМИ Китая как фактор культурной социализации.

**Целью** диссертации является анализ роли культурно-просветительской деятельности в процессе коммуникации и определение перспектив дальнейшего развития культурно-просветительской деятельности в СМИ Китая. Наряду с коммуникативной функцией СМИ, культурно-просветительская деятельность представляет разновидность неформального образования, совокупность информационно-образовательных мероприятий по пропаганде и целенаправленному распространению научных знаний и иных социально значимых сведений, формирующих общую культуру человека, основы его мировоззрения, ценности и комплекс интеллектуальных способностей к компетентному действию.

Осуществление данной цели предполагает решение следующих **задач**:

 1. Характеристика китайских СМИ в контексте культурно-просветительской деятельности;

 2. Сравнение культурно-просветительской деятельности в разных типах китайских СМИ;

 3. Анализ эффективности культурно-просветительной деятельности в китайских СМИ.

**Методологическая основа** работысостоит изанализа и сопоставления источников, синтеза эмпирической базы, опроса китайской аудитории, классификации, обобщения и описания, а также аналитического метода.

**Структура** диссертации состоит из введения, двух частей, заключения, списка литературы, приложения.

Во введении обосновывается выбор темы, выделяется объект и предмет исследования, определяются цель, задачи, методы и материал исследования.

Первая глава «Культурно-просветительская деятельность как феномен в современном медиапространстве» делится на 3 параграфа, в которых представлена теоретико-методологическая база исследования, сравнение российских и китайских научных источников.

Вторая глава «Сравнение культурно-просветительской деятельности в разных типах СМИ Китая» также состоит из 3 параграфов, в которых представлен эмпирический материал современных китайских средств массовой информации и анализируется аудиторный фактор, эффективность воздействия на него СМИ в контексте культурно-просветительской деятельности.

 В заключении мы приходим к выводу, что в 21 тысячелетии невозможно вести культурно-просветительскую деятельность без использования новейших технологий и различных способов выхода в медиапространство. Поэтому будущему специалисту, как организатору культурно-просветительской деятельности в СМИ, необходимо иметь достаточно компетенций в области журналистской деятельности, а также обладать медиа-грамотностью, полученной в процессе медиаобразования. Для развития эффективности культурно-просветительской деятельности в СМИ необходимо использовать национальные преимущества, историческую и культурную память народа, сочетая их с ценностями современной цивилизации.