
ЗАПАДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В КИТАЕ XX—XXI ВВ.

А.А. Агапов

Объединенная Редакция Новостей
Российского Агентства Международной Информации
«РИА Новости»
Зубовский бульвар, 4, Москва, Россия, 119021

В статье рассматривается процесс проникновения западных медиа-гигантов на информационный рынок Китая и избираемые ими стратегии освещения и подачи событий в стране. В центре внимания находятся две крупнейшие новостные корпорации — Time Inc. и News Corporation, в последнее столетие поочередно державшие лидерство в регионе среди западных медиа. Подчеркивается тот факт, что в вышеупомянутых концернах выросла целая плеяда журналистов-китайцев, сделавших большой вклад в международную журналистику.

В современном мировом информационном пространстве Китай занимает одно из главных мест. Бурное экономическое и промышленное развитие, а также очевидный рост политического влияния обусловили то, что мировая общественность с нарастающим интересом следит за страной, понимание которой становится ключом к прогнозированию возможных сценариев развития ситуации в рамках всей планеты. Неудивительно, что к Китаю приковано пристальное внимание западных СМИ. Многочисленные публикации, посвященные тем или иным аспектам жизни Поднебесной, регулярно появляются в крупнейших мировых изданиях. Китай манит медиа-концерны огромным массивом еще не разработанной информации и крупнейшей потенциальной аудиторией. С каждым годом растет присутствие в стране журналистов из стран Запада.

Процесс проникновения в Китай отдельных западных журналистов (главным образом британских), начавшийся в первой половине XIX в., интенсифицировался в 30—40-х гг. XX в. В это время страной вплотную занялись не единичные издания, а целые медиа-корпорации. В данной статье мы рассмотрим работу с Китаем двух крупнейших представителей рынка СМИ — американского Time Inc., основанного Генри Люсом (Henry Luce; 1898—1967), и News Corporation, принадлежащей австралийскому магнату Руперту Мёрдоку (Rupert Murdoch; род. в 1931).

Создатель американского медиа-концерна Time Inc. Генри Люс родился 3 апреля 1898 г. в китайском городе Пенлай (Penglai), где в протестантской миссии жили и работали его родители. Мальчика воспитывала китаянка-ама, поэтому до того как заговорить по-английски, Генри уже мог произносить несколько слов по-китайски (R.E. Herzstein. «Henry Luce. A political portrait of the man who created the American century». New York: Macmillan Publishing Company, 1994. P. 27). Детство, проведенное в Китае, определило дальнейший ход жизни медиа-магната. Именно тогда он унаследовал от родителей трепетное отношение к протестантской религии, трудолюбие, исключительную требовательность к себе и своим подчиненным, чувство патриотизма — качества, которые стали в основу лич-

ности Люса, оказали влияние на его взгляды и редакционную политику всех его изданий.

На рубеже XX в. Соединенные Штаты развернули активную деятельность с целью вмешаться в распределение сфер влияния в Китае и перехватить инициативу в регионе, которая в тот момент принадлежала Великобритании. Чтобы предотвратить раздел Поднебесной между европейскими государствами и Японией без учета интересов Америки, официальный Вашингтон осенью 1899 г. обратился к ведущим мировым государствам с требованием официально подтвердить приверженность «Доктрине открытых дверей», которая гарантировала территориальную целостность Китая и право равноправного использования морскими портами страны всеми мировыми державами. В то же время США вели активную работу по упрочению своего положения в регионе. В этих целях нередко использовались христианские миссии, члены которых выступали в качестве неофициальных информаторов и пропагандистов среди местного населения. Как отмечают исследователи, американские миссионеры, приезжая на родину в отпуск, как правило, вызывались в Белый дом или госдепартамент. На встречах с государственными чиновниками они рассказывали об общем положении дел в Китае и отдельных событиях, об эффективности американской политики и т.д. В ответ официальный Вашингтон, по словам Артура Смита (Arthur Henderson Smith; 1845—1932) — одного из видных миссионеров, прожившего в Поднебесной 35 лет, «открыто и сердечно поддерживал работу миссий» в Китае (А. Волохова. Иностранные миссионеры в Китае (1901—1920 гг.). — М.: Наука, 1969. — С. 82, 92).

Родители Люса, убежденные протестантские миссионеры, видели в Америке страну, которой providение уготовило особую роль — обращения в истинную веру всего человечества, его просвещения и демократизации. Под впечатлением от призыва Вильяма МакКинли (William McKinley; президент США в 1897—1901 гг.) к христианизации Азии, они посвятили этому всю свою жизнь, будучи уверенными, что несут дары веры, свободы и материального прогресса бедному и страдающему Китаю. Родители Люса ни на секунду не сомневались в правильности и необходимости того, что они делают (R.E. Herzstein. New York, 1994. P. 26). Эта уверенность в особой миссии Америки во всем мире и в частности, в Китае не только передалась их сыну, но и получила в нем свое новое идеологическое развитие. Всю свою жизнь Люс оставался экспансионистом по натуре, все его помыслы были направлены на усиление Америки и ее мирового присутствия. Самое яркое отражение эти взгляды нашли в опубликованной в 1941 году на страницах журнала «Life» статье «Американский век» («American century»). В ней Люс, к тому времени уже ставший влиятельным медиа-магнатом, призывал сограждан отказаться от политики изоляционизма и бороться за более активное участие в решении мировых проблем. В частности, он выступал за официальное вступление страны во вторую мировую войну. Сформулированная Люсом доктрина «Американского века» оказала заметное влияние на внешнюю политику США. Отметим, что современный курс Белого дома во многом базируется на проекте «Новый Американский век» («The new American century»), наследующие ее принципы.

Уехав в юности в Америку по указанию родителей, Люс не упускал из виду страну, в которой родился. В конце 1930-х гг. он в рамках своей политической деятельности развернул кампанию по помощи Китаю, подвергнутому вероломному нападению со стороны Японии. Подобно отцу-миссионеру, который в свое время собирал в США пожертвования на развитие миссии, Генри Люс бросил всю свою энергию на сбор финансовой помощи. Создав Общество помощи Китаю (United China Relief), он активно занялся координацией деятельности различных благотворительных организаций, готовых выделить средства. Люс был уверен в чрезвычайной важности победы Китая в войне с Японией для будущего Азии и американской внешней политики.

Time Inc. в 30-е гг. XX в. первым из крупных западных газетных концернов комплексно взялся за освещение событий в Китае. К тому времени это была уже влиятельнейшая американская медиа-корпорация, включавшая в себя журналы «Time» (1923), «Fortune» (1930) и «Life» (1936) и др. Люс и его издания в середине XX в. задавали тон новой американской журналистики — репортажной, аналитической. В то время как остальные издания США не уделяли Китаю практически никакого внимания, Time Inc. в начале 1940-х гг. содержал сразу несколько собственных штатных корреспондентов в стране, а также периодически командировал туда лучших сотрудников. Стратегия корпорации предусматривала наращивание количества журналистов в регионе, аналитическое освещение событий в Китае. Входящие в нее издания не просто публиковали новости, но, анализируя их, старались «открыть» для своего читателя Поднебесную, дать ему полное представление о стране, ее современном состоянии и путях развития. Люс и Time Inc. придерживались курса на поддержку режима Чан Кайши (蔣介石; 1887—1975) в Китае, стремились создать позитивный образ страны в глазах западной общественности, параллельно развивая тезис о необходимости альянса США с правым Гоминьданом и усилению американского присутствия в регионе.

Созданный Люсом в 1936 г. иллюстрированный журнал «Life» уже в первые годы своего существования посвящал большое внимание теме Китая. На страницах издания были опубликованы фотографии, запечатлевшие варварское японское вторжение в страну. Журнал опубликовал эксклюзивные снимки лидеров китайских коммунистов Мао Цзэдуна и Чжоу Эньлая, сделанные крупнейшим журналистом-китаистом того времени Эдгаром Сноу (1905—1972) (R.T. Elson. «Time Inc. The intimate history of a publishing enterprise 1923—1941». New York: Atheneum, 1968, p. 306). В 1940 году «Life» послал в Китай Карла Майданса (1907—2004) и его супругу Шелли (Carl and Shelley Mydans) — одних из лучших своих фотографов и журналистов. Первый фоторепортаж, составленный из присланных Майдансом снимков, был опубликован в 1941 году.

Показательно, что Люс не просто направлял на освещение китайской темы своих лучших журналистов, но и сам в 1941 году отправился в находившуюся в состоянии войны страну (D. Halberstam. «The power that be». New York: Laurel, 1986. P. 101—102). Вернувшись в США, он рассказал о своем путешествии в клубе «Commonwealth Club», особо подчеркнув, что американцы чрез-

вычайно мало знали о происходящем в то время в Китае, и горячо призвав соотечественников к помощи этой стране. Аналогичные тезисы легли в основу его статьи «Китай: отход в горы» («China: to the mountains»), которая была опубликована 30 июня 1941 г. в «Life».

Люс утверждал, что если прошлое Америки связано с Европой, то будущее будет зависеть от Азии. Он был убежден в важности и неизбежности союза США и Китая после окончания войны. Не только на страницах журналов, но и в создаваемой Time Inc. кинохронике «March of Time» он показывал американской аудитории смелых китайских солдат, противостоящих варварскому вторжению японцев. Это была самая блестящая пропаганда того времени в пользу Китая и правительства Чан Кайши (D. Halberstam. New York, 1986. P. 102).

Одним из самых ценных корреспондентов Люса в Китае в то время был молодой репортер Теодор Уайт (Theodore White; 1915—1986), впоследствии ставший ведущим американским политическим комментатором. Он внес огромную лепту в завоевание изданиями Люса первенства в освещении китайской тематики в середине XX в.

Уайт закончил Гарвард с отличием по специальности «История и культура Китая». Его научным руководителем был Джон Кинг Фэйрбэнк (John King Fairbank; 1907—1991) — крупнейший американский китаист XX в. После окончания колледжа юноша уехал в Китай. Там он в первое время работал в министерстве информации правительства Чан Кайши. Теодор Уайт обладал отличным набором репортерских качеств: бесконечной энергией, ясным умом, феноменальной памятью и способностью анализа. В свои 24 года он считался одним из самых осведомленных специалистов по Китаю, нередко за советом к нему обращались коллеги вдвое его старше.

В 1939 г. Уайт познакомился с Джоном Херши (John Hersey; 1914—1993) — известным журналистом, а впоследствии писателем. В то время именно Херши был ведущим корреспондентом «Time» в Китае и считался одним из главных экспертов по этому региону в американской журналистике. Херши предложил Уайту работу стрингера для «Time», тот согласился и сразу же сделал для журнала рискованный репортаж, прорвавшись вместе с китайской кавалерией в японский тыл.

Во время приезда Люса в Китай тот впервые встретился с Уайтом и, несмотря на уже тогда имевшиеся разногласия во взглядах на положение дел в стране, проявил к нему большой интерес. На протяжении следующих нескольких лет он рассматривал Уайта как «китайского джокера» своей медиа-корпорации, и тот полностью оправдывал такое отношение своей работой. Однако постепенно между магнатом и его корреспондентом возникали расхождения, которые впоследствии привели к их полному разрыву. Причиной стало различное отношение к ситуации в Китае: Уайт своими глазами видел, как Чан Кайши с каждым годом терял реальную силу и уважение, а деятельность правительства вместо руководства страной все больше сводилась к простому удержанию власти. Он понимал, что будущее Китая за возглавляемой Мао Цзэдуном Коммунистической партией, ко-

торая к этому моменту уже завоевала громадный авторитет среди простых людей. Обо всем этом он писал в своих корреспонденциях, однако Люс — консерватор до мозга костей и ярый приверженец Чан Кайши — не мог принять подобные аргументы. Редакционная политика «Time», как и прежде, сводилась к безоговорочной поддержке режима диктатора. Статьи Уайта, открывавшего миру ужасы китайской действительности того времени, когда целые провинции вымирали от голода при полном бездействии правительства, подвергались цензуре и выходили в «Time» отредактированными лично Люсом в доброжелательном тоне по отношению к лидеру Гоминьдана. Вместе с тем кредит доверия Уайту со стороны магната падал: за статьями, обличающими китайских националистов, он видел предательство интересов США и прокоммунистическую пропаганду.

Состоявшийся в 1945 г. разрыв с Уайтом стал переломным моментом в работе Time Inc. по освещению событий в Китае. Концерн укрепился в своем курсе на поддержку китайских националистов. Даже после поражения Гоминьдана в ходе китайской гражданской войны и бегства Чан Кайши на Тайвань (1949) издания Люса отказывались признавать сам факт образования КНР. Глубокие аналитические комментарии и репортажи сменились пропагандисткой тенденциозностью, однобоким и вследствие этого недальновидным освещением китайской проблематики, отличительными чертами которой стали чисто идейный интерес к событиям в Китае, бескомпромиссный антикоммунизм и упорная поддержка гоминьдановского правительства. Подобную позицию издания Time Inc. сохраняли на протяжении долгих лет, даже после того, как Генри Люс в 1964 г. отошел от дел и передал все свои редакционные полномочия в руки Хедли Донована (Hedley Donovan).

Очевидно, что ведущая роль корпорации Time Inc. в освещении китайской проблематики в середине XX века является заслугой ее основателя Генри Люса. Именно он, обладая геополитическим чутьем и пониманием Китая, сделал все, чтобы обратить внимание западного мира (и в первую очередь Вашингтона) на этот регион. Он не жалел ни времени, ни средств, чтобы находить высококлассных корреспондентов, создавал им лучшие условия для работы. В то же время и ошибки Time Inc., допущенные в освещении событий в регионе, были порождены личностью Люса. Его уверенность в собственной миссии по принесению демократии и западного образа жизни в Китай, а также убежденность в том, что помочь Соединенным Штатам сделать это может только Чан Кайши, привели к тому, что со временем Time Inc. потеряло плеяду блестящих журналистов-китаистов.

Как видим, Генри Люс и его издания задавали тон для западной журналистики в Китае середины XX в. Однако на рубеже третьего тысячелетия роль лидера в этом контексте взяла на себя другая крупная медиа-корпорация — News Corporation Руперта Мёрдока. Различия Люса и Мёрдока в подходах к Китаю огромны, но во многом они определяются кардинальной сменой политической, экономической и информационной ситуации в мире, произошедшей за последние

полвека. В середине XX в. западные медиа-корпорации боролись за западного читателя, стараясь увеличить охват и качество своей корреспондентской сети. В последние десятилетия акценты сместились на борьбу за политическое влияние, а также рынки сбыта и аудиторию. Идеологический интерес к Китаю сменился интересом политическим, прагматическим и коммерческим. Все это связано с процессами глобализации и интенсивным развитием электронных СМИ. Важно отметить, что во времена Люся Китай представлял собой полуколониальную страну, находившуюся под гнетом Японии, с одной стороны, и в зависимости от Запада, с другой. Однако за прошедшие с тех пор полвека страна не только обрела полную независимость (1949), но и фактически превратилась в одну из крупнейших мировых держав.

Тем не менее, несмотря на разные обстоятельства и цели, у двух медиа-магнатов есть много общего в отношении к Китаю. Для обоих Поднебесная представляла и представляет не просто профессиональный, но и личный интерес. Руперт Мёрдок хоть и не родился в Китае, как Люс, однако также имеет «фамильную» связь со страной. Во-первых, его отец Кейт (Sir Keith Arthur Murdoch; 1886—1952) в 1930-е гг. работал военным корреспондентом в Китае и являлся страстным коллекционером фарфора династии Мин (J. Kahn, «Murdoch's Dealings in China: It's Business, and It's Personal». The New York Times. 26.06.2007). Во-вторых, третьей женой Мёрдока в 1999 г. стала китайка Венди Ден (邓文迪; Wendi Deng). Но главное — как в свое время для Люся, Китай для него стал одним из важнейших направлений в работе, делом принципа, на которое было потрачено и до сих пор тратятся огромные силы и внимание магната.

Руперт Мёрдок пришел на китайский медиа-рынок в июле 1993 года, через четыре года после известных событий на площади Тяньаньмэнь. Именно тогда News Corp, заплатив порядка 1 млрд. долларов, приобрело спутниковую сеть Satellite Television Asia Region (Star TV) со штаб-квартирой в Гонконге, способную вещать и на материковый Китай. В то время Мёрдок позиционировал себя как защитника либеральных ценностей и демократии. Три месяца спустя, выступая с речью в Лондоне, он заявил, что распространение спутникового телевидения в ближайшем будущем поспособствует свержению всех мировых тоталитарных режимов. Заявление вызвало бурю негодования со стороны официального Пекина. Правительство Китая запретило частное владение спутниковыми антеннами, в результате чего Star TV столкнулось с угрозой полной потери аудитории.

Мёрдок понял, что изначально недооценил важность укрепления связей с руководством КПК. Он сразу же изменил свою позицию и начал предпринимать активные попытки по исправлению ситуации. Запрет на спутниковое телевидение для частных лиц сохранялся в стране на протяжении четырех лет, в течение которых магнат не оставлял попыток добиться доверия официального Пекина. Сначала телесеть Star TV пересмотрела свою программную политику с учетом пожеланий руководства КНР: в 1994 году из пакета вещания был исключен канал BBC News, нередко критиковавший чиновников в своих репортажах из материкового Китая. Позже была достигнута договоренность о сотрудничестве «Жэнминь Жибао» с принадлежавшей Мёрдоку лондонской «The Times».

Однако, несмотря на многочисленные шаги навстречу, предпринятые Мёрдоком, продвижение на китайском рынке было для него затруднено. В этой ситуации News Corp крайне необходим был партнер-посредник, и он вскоре был найден. В 1996 году Мёрдок объединил свои усилия в Китае с Лиу Чанглом (劉長樂; Liu Changle) — журналистом и медиа-менеджером родом из Шанхая.

Лиу Чангл долгое время работал на Центральном радио Китая, освещая военную тематику. В 1988 г. он на время ушел из журналистики и занимался бизнесом, пока не создал коммерческую базу, достаточную для того, чтобы вернуться в медийную сферу с проектом создания телевизионной компании, вещание которой осуществлялось бы на китайском языке. В середине 1990-х Лиу готовился к запуску своей телесети. В это время News Corp контролировала доступ к крупнейшему в Азии спутнику, однако материковый Китай уже запретил использование домашних спутниковых тарелок и китайский канал Мёрдока не мог найти свою аудиторию. Магнат нуждался в региональном партнере с хорошими связями, в свою очередь Лиу был необходим доступ к спутнику. В 1995 г. они оформили сотрудничество, в рамках которого китайский канал News Corporation переходил в их совместное владение и был перезапущен под именем Phoenix (凤凰卫视). Партнеры также передали 10% акций нового канала Центральному телевидению Китая. «Это был символический жест, которым мы хотели показать, что не планируем вставить в оппозицию Коммунистической партии Китая», — сказал Лиу (P. Pan. «Making Waves, Carefully, on the Air in China». The Washington Post, 19.09.2005).

В начале своего существования вещание сети Phoenix ограничивалось лишь одним каналом, передачи которого могли принимать только жители Гонконга и Тайваня, а также незначительная аудитория в материковом Китае. В 1997 году канал представил свою первую новостную программу, позиционируя ее максимально нейтрально, дабы избежать трений с официальным Пекином. Постепенно объем новостного вещания увеличился, появились аналитические комментарии — жанр, практически отсутствующий на государственном телевидении Китая.

В 1999 г., когда вещание Phoenix'a на территорию материкового Китая оказалось на грани запрета (власти КНР начали проводить меры по пресечению незаконного приема иностранных вещательных сигналов), телесеть постаралась привлечь симпатии руководства страны за счет подчеркнуто лояльного освещения основных событий. Так, репортажи о ситуации с бомбардировкой китайского посольства в Белграде (1999), произведенной авиацией НАТО, отличались столь высокой патриотической риторикой, какую сложно было встретить даже на государственных телеканалах.

Своим существованием Phoenix продемонстрировал, что современные средства массовой информации в Китае могут, несмотря на динамичное развитие и использование западных методов организации и менеджмента, служить государству. Кроме того, он доказал властям КНР, что Мёрдок является надежным партнером и с ним можно иметь дело.

Вскоре Дин Гуангэнь (丁关根; Ding Guangen) — в то время руководитель отдела пропаганды КНР — имел беседу с Мёрдоком. Вслед за ним с магнатом встретился и Чжу Жунцзи (朱镕基; Zhu Rongji), исполнявший тогда должность премьер-министра КНР. В декабре 1998 г. Руперта Мёрдока принял генеральный секретарь ЦК КПК Цзян Цзэминь. Он выразил «признательность за усилия, предпринятые медиа-империей господина Мёрдока, для объективного представления Китая в мировых СМИ и сотрудничество с китайской прессой». Магнат, в свою очередь отметил «огромные достижения, достигнутые Китаем по всем направлениям за последние два десятилетия» (Yn Ding. «The dragon and the Phoenix». *New Internationalist*. № 331, апрель 2001).

В начале XXI в. News Corporation и аффилированные с ней компании контролировали 9 из 31 доступных в Китае зарубежных каналов, в том числе новостные. По этому показателю они опережали все зарубежные медиа-корпорации. В это время маркетинговые исследования показали, что Phoenix быстро наращивает аудиторию — в первые годы количество зрителей канала в Китае превысило 140 миллионов. Опираясь на это, руководство телесети, несмотря на огромный риск, решилось на запуск первого китайского круглосуточного новостного канала.

Новостной канал Phoenix вышел в эфир в 2001 г. и сразу же оказался под угрозой закрытия — правительство КНР повсеместно запретило его показ. Без зрителей и рекламных показов владельцы каждый день терпели убытки на сумму более 10 тыс. долларов. С ростом потерь Лиу подвергался все более жесткой критике акционеров компании, которые требовали от него закрытия канала, но вещание продолжалось. Спустя два года, потеряв миллионы долларов, он все-таки добился от правительства Китая отмены запрета.

В подаче новостей новый канал имитировал стиль оперативных репортажей с места событий, снижавший популярность на Западе. За счет чего этого он сразу выделился на фоне сдержанных государственных китайских каналов, где новостные передачи до сих пор базируются на дикторской подаче и официальных сообщениях о запланированных встречах высших государственных руководителей. В то же время, дабы избежать напряженности в отношениях с властями, Phoenix воздерживается от освещения острых тем и временами выступает с патриотической риторикой. «Мы крайне осторожно относимся к передачам, которые транслируются на материковый Китай, — говорит Лиу Чангл. — Если вопрос очень чувствительный, можно вообще ничего не сообщать. Так мы, по крайней мере, никому не будем лгать» (Yn Ding. «The dragon and the Phoenix». *New Internationalist*. № 331, апрель 2001).

Позиционируя свой новостной канал, руководство телесети старалось избежать термина *xinwen* (新闻; по-китайски — новости), заменяя его другим термином — *zixun* (资讯), обычно используемым для обозначения деловой информации. Менеджмент Phoenix'a делает акцент на экономической составляющей канала, стараясь таким образом избежать освещения «скользких» с политической точки зрения тем.

В 2004 г. власти Китая разрешили создание совместных проектов зарубежных и китайских медийных компаний для локального вещания, пообещав не рас-

пространять на них ограничения, наложенные на передачи зарубежных вещателей. Мёрдок трактовал это решение в либеральном ключе. News Corporation заключила договор о сотрудничестве с телевидением провинции Чинхай (青海省), который подразумевал совместное производство и распространение передач. Однако проект не состоялся. Мёрдок использовал чинхайское телевидение для трансляции своих собственных передач (а не совместных, как это анонсировалось), на что конкуренты без промедления пожаловались властям. Вскоре отдел пропаганды вынудил News Corporation свернуть сотрудничество с телевидением провинции Чинхай. Потери корпорации, согласно источникам внутри компании, составили сумму от 30 до 60 млн долларов.

Несмотря на то, что проект завершился неудачей, Лиу Чангл утверждает, что Мёрдок не лишился расположения руководства страны («Они не забыли его усилий») и уверен в отличных перспективах его бизнеса в Китае: «Он не должен отчаиваться <...> он должен продолжать гнуть свою линию, ведь Китай — это крупнейшая развивающаяся экономика в мире» (Н. McDonald. «Running risks with Rupert: China's latest media magnate». The Sydney Morning Herald, 31.10.2005).

Мёрдок следует совету партнера: в последние годы пресс-служба News Corporation обнародовала информацию о новых широкомасштабных проектах в Китае, в число которых входит создание китайской версии знаменитого интернет-сервиса MySpace. Накануне летних Олимпийских игр в Пекине можно смело прогнозировать особый рост интереса западных медиа-корпораций к региону. В этих условиях положение западного «первопроходца», приобретенный опыт и знакомства в высших эшелонах власти, уже позволившие магнату многого добиться в Поднебесной, наверняка, позволят ему дополнительно укрепить положение News Corp в восточной Азии.

На протяжении всего XX в. Китай привлекал к себе внимание мировой общественности, однако в целом для западных медиа Поднебесная до сих пор остается полузакрытой страной, белым пятном на мировой информационной карте. В данный момент работа в Китае является одним из перспективнейших направлений для мировых СМИ. Однако опыт крупнейших новостных концернов показывает, что для того, чтобы достичь успеха в этой стране и удержать его, современным медиа необходимо прилагать большие усилия. Журналисты должны понимать, что работа в Азии требует глубокой и фундаментальной подготовки, больших связей. Китай отвергает непрофессионализм, предубежденность, тенденциозность, отсутствие уважения и лояльности к своим партнерам. Свидетельством этому является вся история западной журналистики на Востоке.

ЛИТЕРАТУРА

На русском языке:

[1] Алексеев В.М. Наука о востоке. — М.: Наука, 1982.

[2] Волохова А.А. Иностранцы миссионеры в Китае (1901—1920 гг.). — М.: Наука, 1969.

- [3] *Воронцов В.Б.* Судьба китайского Бонапарта. — М.: Издательство политической литературы, 1989.
- [4] *Делюсин Л.Н.* Китай в поисках путей развития. — М.: Муравей, 2004.
- [5] *Дэн Сяопин.* Строительство социализма с китайской спецификой: статьи и выступления. — М.: Палей, 1997.
- [6] *Ефимов Г.В.* Очерки по новой и новейшей истории Китая. — М.: Государственное издательство политической литературы, 1951.
- [7] *Кобзев А.И.* Философия китайского неоконфуцианства. — М.: Восточная литература, 2002.
- [8] *Михеев В.В.* Глобализация экономики Китая. — М.: Памятники исторической мысли, 2003.
- [9] *Непомнин О.Е.* История Китая. — М.: Восточная литература, 2005.
- [10] *Севостьянов П.П.* Экспансионистская политика США на Дальнем Востоке. — М.: Государственное издательство политической литературы, 1958.
- [11] *Симоновская Л.В., Юрьев М.Ф.* История Китая с древнейших времен до наших дней. — М.: Наука, 1974.

На английском языке:

- [1] *Elson R.T.* Time Inc. The intimate history of a publishing enterprise 1923—1941. — New York: Atheneum, 1968.
- [2] *Halberstam D.* The power that be. — New York: Laurel, 1986.
- [3] *Herzstein R.E.* Henry Luce. A political portret of the man who created the American century. — New York: Macmillan Publishing Company, 1994.
- [4] *Jacoby A., White T.H.* Thunder out of China. — New York: Da Capo Press, 1980.
- [5] *Seagrave S.* The Soong Dynasty. — New York: Harper & Row Publishers, 1986.
- [6] *Swanberg W.A.* Luce and his empire. — New York: Charles Scribner's Sons, 1972.
- [7] *White T.H.* In search of history. — New York: Warner Books, 1979.

На китайском языке:

- [1] Report on Development of China's Media Industry (2007) (2007年: 中国传媒产业发展报告). — Beijing: Shehui Kexue Wenxian Chubanshe (社会科学文献出版社), 2007.
- [2] *Shi Yonggang* (师永刚). Decode Phoenix TV (解密凤凰: 凤凰卫视时事开讲影响力). — Beijing: Zuojia Chubanshe (作家出版社), 2004.

Периодическая печать:

- [1] *Ding Yn.* The dragon and the Phoenix // New Internationalist № 331, апрель 2001.
- [2] *Kahn J.* Murdoch's Dealings in China. It's Business, and It's Personal // The New York Times, 26.06.2007.
- [3] *Kharif O.* Murdoch's Mission to China // Businessweek, 21.09.2006.
- [4] *Landler M.* Entrepreneur Walking Fine Line at a News Channel for China // The New York Times, 8.01.2001.
- [5] *McDonald H.* Running risks with Rupert: China's latest media magnate // The Sydney Morning Herald, 31.10.2005.
- [6] *Page B.* Murdoch and China // The Observer, 24.08.2003.
- [7] *Pan P.* Making Waves, Carefully, on the Air in China // The Washington Post, 19.09.2005.
- [8] *Robinson J.* Murdoch builds up China links // The Observer, 12.11.2006.
- [9] Murdoch wins China state TV deal // BBC News World Edition, 20.12.2002 (news.bbc.co.uk/1/hi/business/2593645.stm).

WESTERN JOURNALISM IN CHINA (XX—XXI CENTURIES)

A.A. Agapov

Integrated News Department
Russian News & Information Agency «RIA Novosti»
Zubovsky Boulevard, 4, Moscow, Russia, 119021

The article is devoted to the western news corporations' activity in China during the last century (XX century) and analyses their strategies and methods of covering Chinese reality. The paper is focused on two prominent leaders among western media in the country — Time Inc. and the News Corporation. Special attention is given to a number of talented «china hands» who started their careers in these news corporations and made a great impact on the international journalism.