

## ОСОБЕННОСТИ, РОЛЬ И СТРАТЕГИИ МЕСТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ЕДИНСТВА (НА ПРИМЕРЕ ПРОВИНЦИИ СИНЬЦЗЯНЬ)

Хань Цзясин

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

Поступила в редакцию 26 ноября 2021 г.

**Аннотация:** этнические средства массовой информации (СМИ) в Синьцзяне отражают местную демографическую специфику, локальную ментальность, интроверсивную рефлексивность. Этнические СМИ сформировали особое информационное пространство, отражающее интересы этнических меньшинств и в то же время активно создающее и распространяющее ключевые ценности китайской духовной идентичности. Миссия этнических СМИ — укреплять культурное самосознание и национальную идентичность населения Синьцзяна, формировать коллективную память. В новую эпоху этнические СМИ в Синьцзяне должны в первую очередь формировать чувство национальной общности, продвигать межэтнические обмены, став информационным окном для межэтнического взаимодействия. Необходимо интегрировать этнические средства массовой информации и создавать единые медиахолдинги для постоянного и эффективного содействия устойчивому развитию национального единства Китая в рамках реформ.

**Ключевые слова:** этническое единство; Синьцзян; этнические СМИ; этническая идентичность.

**Abstract:** ethnic mass media (mass media) in Xinjiang reflect local demographic specifics, local mentality, introversive reflexivity. Ethnic media have formed a special information space that reflects the interests of ethnic minorities and at the same time actively creates and distributes the key values of Chinese spiritual identity. The mission of ethnic media is to strengthen the cultural identity and national identity of the Xinjiang population, to form a collective memory. In the New era, ethnic media in Xinjiang should, first of all: form a sense of national community, promote interethnic exchanges, becoming an information window for interethnic interaction. It is necessary to integrate ethnic media and create unified media holdings to continuously and effectively promote the sustainable development of China's national unity within the framework of reforms.

**Keywords:** ethnic unity; Xinjiang; ethnic media; ethnic identity.

Французский ученый Эмиль Дюркгейм — основоположник социологии как науки — провел всестороннее исследование идеологических основ, исторически х типов, регуляторных функций, мотивирующих факторов, акторов такого важного явления, как социальная солидарность. Э. Дюркгейм предложил разделить социальную солидарность на механическую солидарность и органическую солидарность. По его мнению, основой социальной солидарности являются общие национальные ценности и этика, «коллективное сознание» и «коллективная совесть»; единство общества зависит от его органического единства [1, 71–89]. Поэтому межличностные отношения между представителями различных этнических групп находятся в центре внимания социологии, конфликтологии, политологии.

Среди теорий межличностного общения востребованными в заявленном проблемном поле представляются социальные теории немецкого ученого Юргена Хабермаса. Так, в выдвинутой им теории ком-

муникативного действия одним из главных тезисов является следующий: «Все внутренние мероприятия, которые позволяют участникам совместно составлять личные планы действий на основе единомысленных мнений после взаимодействия без оговорок» [2, 410]. Теория социальной эволюции Ю. Хабермаса, как известно, играет большую роль в современной социальной и политической жизни и способствует развитию современного общества. Очевидно, что теории Ю. Хабермаса представляют огромную ценность для развития и укрепления идеи национального единства в Китае.

В свете концепции национального единства профессор Чжэн Ханьшэн из Китайского университета Жэньминь отметил: «Особенность ситуации в Китае выражается в том, что национальное единство должно консолидировать 56 различных этнических групп в стране, сделать их органично взаимосвязанными; что в процессе здорового взаимодействия формируется более крупная этническая общность — китайская нация» [3, 5–10]. Фэй Сяотун выразил свое понимание концепции национального единства с точки

зрения этнологии: «... пятьдесят шесть этнических единиц разнообразны, а китайская нация едина». Интегрированная модель китайской нации состоит из множества разрозненных этнических единиц, которые так или иначе связаны, смешаны. Можно говорить о расколоте этнических групп внутренними противоречиями и в то же время об их стремлении к единству. Последнее обнадеживает: все-таки все этнические группы объединены идеей единства китайской нации, обмена между этническими группами являются тому доказательством [4, 1–19].

Единство — одно из основополагающих правил выживания и процветания, соблюдаемых и поощряемых человеческим обществом. Именно оно может стать связующим звеном, которое объединит отдельных людей, группы и весь многонациональный народ Китая. Единство вписано в конституции большинства стран мира. Для Китая «национальное единство — это спасательный круг для представителей всех этнических групп» [5]. Национальное единство является одним из важнейших идеологических конструктов теории и политики социализма с китайскими особенностями. Для многонациональных районов Китая идея национального единства является главной при выстраивании общественно-политического дискурса в средствах массовой информации.

Как известно, информационная эпоха чревата усложнением коммуникации в глобальном масштабе. Современное общество становится все более сложным. Из-за ограниченного объема фактической деятельности, энергии и внимания люди не могут поддерживать эмпирический контакт со всей внешней средой, и многие вещи, с которыми они связаны... могут быть поняты только через различные новостные агентства [6]. Средства массовой информации становятся средством пропаганды. «Человек не в состоянии проверить достоверность информации, получаемой через массмедиа, и вынужден ей доверять. Таким образом, массмедиа обладают возможностью представлять картину мира в сознании индивида, и эта картина является не отражением реальности, происходящей в мире, а конструктом, замещающим реальность» [7, 115–127]. Поэтому нельзя недооценивать значение средств массовой информации.

Основным объектом коммуникации этнических СМИ являются этнические меньшинства, для которых СМИ — основной источник информации. Благодаря точности, глубине содержания, эффективности методов коммуникации этнические СМИ в Синьцзяне усилили свое влияние на группы этнических меньшинств. СМИ стали важным проводником в деле продвижения идеи национального единства. Поэтому проблема исследования механизмов функционирования и стратегии конструктивного реформирования этнических СМИ в контексте национальной политики Китая представляется актуальной. В статье рассматриваются особенности, роль этнических

СМИ в Синьцзяне в рамках концепции национального единства, предлагается стратегия их развития, в том числе определяются направления реформы этнических СМИ.

С момента появления «Синьцзян жибао» в 1915 г. (первоначальное название «Синьцзян гунбао») журналистика Синьцзяна прошла более чем столетний путь развития. После основания Нового Китая 11 октября 1945 г. она стала быстро развиваться в разных направлениях сообразно развитию технических средств (радио-, телевидение, интернет, сотовая связь). В настоящее время синьцзянская журналистика добилась значительных успехов не только в традиционных средствах массовой информации, но и в новых средствах массовой информации, представленных интернет-СМИ. В Синьцзяне ежегодно публикуются десятки тысяч газет, книг, аудиовизуальных продуктов и электронных изданий, а также переводятся более 5000 эпизодов телевизионных фильмов и мультфильмов на языках этнических меньшинств [8]. К концу 2019 г. с точки зрения вещательного оборудования в Синьцзяне насчитывалось 99 радиостанций, 67 передающих станций и радиостанций на средних и коротких волнах и 749 передающих станций и радиостанций FM. В Синьцзяне насчитывается 163 радиопрограммы, производящие 254 216 часов программ, а охват населения вещанием составляет 98,3%. Что касается телевизионного оборудования, то в Синьцзяне имеется 83 радио- и телевизионных станции уездного уровня. В Синьцзяне в общей сложности 216 телевизионных программ, производящих 70659 часов телевизионных программ, а охват населения телевидением составляет 98,52% [9]. В дополнение к традиционным средствам массовой информации широкое распространение получили новые онлайн-СМИ. В настоящее время в Синьцзяне существуют специальные новостные сайты, представленные «Сетью Тяньшань», и сайты СМИ, управляемые различными традиционными средствами массовой информации. Для людей всех этнических групп интернет становится новым информационным пространством, где они могут учиться и работать, а также он (интернет) превращается в новую платформу для получения государственных услуг. В 2020 г. в Синьцзяне насчитывалось 9 318 веб-сайтов, 8 839 миллионов пользователей фиксированной широкополосной связи и 23,592 миллиона пользователей мобильного интернета [10]. Постоянное увеличение разных видов средств массовой информации, а также улучшение качества распространения информации в полной мере отражают позитивные сдвиги в развитии журналистики Синьцзяна. СМИ в Синьцзяне, многонациональном пограничном регионе, постепенно оформились как социально важная институция, с уникальными чертами.

Особенно бурное развитие СМИ этнических меньшинств началось после создания Нового Китая, по-

сле начала проведения политики реформ и открытости. Была сформирована более систематическая, многоязычная, многоуровневая и многоканальная система журналистики и коммуникации [11, 13–31]. С точки зрения вертикального развития средства массовой информации Синьцзяна претерпели переход от традиционных средств массовой информации к новым информационным формациям. В последнее время формы СМИ Синьцзяна стали более разнообразными. Они включают не только газеты, радио и телевидение, но и новые средства массовой информации, такие как мобильные средства массовой информации, социальные сети (WeChat, микроблоги), аудио- и видеоматериалы (короткие видео, VR, прямые трансляции); интеллектуальная платформа распространения контента (Тоутяо), встроенная во все средства массовой информации, которые представлены приложением «Гранатовые облака». С точки зрения горизонтального развития синьцзянские СМИ всегда находились в национальном поле, занимая разные позиции и играя разные роли в разные временные этапы. Идеология СМИ Синьцзяна соответствует курсу правительства, идеям национального единства, обладая при этом своими уникальными особенностями.

Одна из черт, присущих синьцзянским СМИ, — это четкая направленность на определенные группы населения. Каждое средство массовой информации имеет свою целевую аудиторию — конкретную этническую группу, свой собственный объект обслуживания. СМИ Синьцзяна свойственно разделять читателей и зрителей на «своих» и «чужих», что позволяет им достигать коммуникационной цели, актуализируя востребованное аудиторией содержание. СМИ Синьцзяна стали настоящим окном познания мира для групп этнических меньшинств, объединяющим и формирующим их коллективное сознание. С другой стороны, такая целевая направленность исключает использование этих СМИ другими этническими группами. Это, в свою очередь, не способствует увеличению экономической и символической капитализации этнических СМИ, а также дальнейшему обмену этнической культурой; а, напротив, мешает продвижению идеи национального единства. Согласно теории кодирования/декодирования Балтера, кодировщики и декодировщики принадлежат к одной и той же культурной группе, и общий культурный фон обеспечивает им общность сознания [12, 17]. Этнические меньшинства и основные этнические группы принадлежат к разным культурным группам, поэтому в процессе декодирования и расшифровки могут появиться культурные барьеры и даже возникнуть культурные столкновения и конфликты.

Другая отличительная черта синьцзянских СМИ — локальность. Локальность, с одной стороны, связана с распространением СМИ на определенных территориях; с другой стороны, — с актуализацией локально

значимых реалий при передаче информации. В настоящее время СМИ Синьцзяна часто имеют строгие региональные подразделения, такие как телевизионные станции провинциального, муниципального и уездного уровня и т.д. Контент, который они передают, в основном представляет собой информацию в рамках конкретных регионов. В эпоху новых медиа — персонализированных медиаплатформ, таких как «ТикТок» и «Куайшоу», которые устанавливаются в соответствии с региональными подразделениями, — появляются новые возможности для создания широкомасштабных информационных контентов, однако содержание коммуникации по-прежнему отражает местные особенности. Использование местных новостей, как правило, характерно для каждого средства массовой информации, но зачастую информация, передаваемая местными СМИ, основана на субъективном восприятии отдельных людей, имеет тенденциозный местный оттенок. Герц считает, что, с одной стороны, любой вид местных новостей обладает уникальной ценностью и значением, имеет информационное преимущество. Возможно, трудно понять и принять какую-либо культуру представителям других культур [13, 273].

Надлежащее использование местной специфики в средствах массовой информации отражает уважение по отношению к культуре меньшинств в Китае, ее защиту, что способствует реализации культурного разнообразия. С другой стороны, доминирование местной специфики заставляет этнические СМИ неосознанно затруднять участие иных групп в культурной коммуникации, не предусматривающей универсальную, интересную для всех, информацию. Когда читатели знакомятся с той или иной информацией, они воспринимают ее с точки зрения своей культурной специфики, и иногда бывает трудно найти отклик из-за отсутствия элементов универсального — общечеловеческого — содержания.

Следующая черта СМИ Синьцзяна — толерантность. Толерантность в основном отражается в содержании коммуникации. СМИ проявляют толерантное отношение к этническим проблемам, а также к табуированным элементам национальных культур. Китай является единой многонациональной страной, состоящей из 56 этнических групп. Между этническими группами иногда возникают конфликты и противоречия. В то же время возникают противоречия между нацией и государством, инициируемые западными силами. Кстати, синьцзянские СМИ всегда сохраняли высокую степень толерантности в решении этнических проблем. Что касается табу национальной культуры, то они носят оборонительный характер и являются своего рода способом самозащиты и сохранения этноса [14, 95–105]. Когда средства массовой информации освещают культуру этнических меньшинств, то всегда проявляют чуткость по отношению к ним, уважают и защищают



их культурное наследие, избегают возникновения и обострения этнических противоречий.

Синьцзянским СМИ свойственна интроверсивность. Интроверсию можно трактовать как признак силы. Том Айзенке в работе «Личность» описывает интроверсию как стремление к тишине, некоторую замкнутость, одиночество, консервативность, определенное расстояние от людей (за исключением друзей и родных) [15, 114–117].

С точки зрения влияния структуры государственной власти на средства массовой информации в Синьцзяне необходимо отметить, что приоритетными в информационном поле являются государственные СМИ. Заметно желание СМИ Синьцзяна держаться на определенной дистанции. Часто они находятся в состоянии неуверенности или на грани, полагая, что их собственная культурная система имеет свои особенности, которые трудно интегрируются в другие культурные системы. В силу этого СМИ Синьцзяна часто не хватает пересечения, интеграции, взаимодействия с другими типами СМИ, самоанализа. В целом синьцзянские СМИ придерживаются линии партии и государства, всегда поддерживают соответствие основным ценностям; передают научную, культурную, экономическую, политическую и религиозную информацию группам этнических меньшинств; активно откликаются на призыв государства к национальному единству. Однако укоренившаяся интроверсия приводит к определенной степени однонаправленного вещания средств массовой информации в Синьцзяне.

**Роль этнических СМИ в продвижении дела национального единства в Синьцзяне.** Этнические СМИ Синьцзяна сформировали для групп этнических меньшинств особое информационное пространство, где они создают свой этнический имидж и укрепляют этническую идентичность. Этнические СМИ — это эффективное средство для продвижения дела национального единства, их основные функции заключаются в следующем.

**Распространение основных ценностей и участие в создании духовной общности китайской нации.** Ключевая функция средств массовой информации — распространение информации. Средства массовой информации являются рупором партии и правительства. Средства массовой информации несут ответственность за распространение и передачу основных духовно-нравственных ценностей общественности. Как утверждал Т. А. Ван Дейк в «Новостях как дискурсе», средства массовой информации, по сути, не являются нейтральным, здравомыслящим или рациональным координатором социальных событий, но помогают реконструировать заранее сформулированные идеологии [16]. Распространение основных ценностей этническими средствами массовой информации находит свое отражение в продвижении системы национального единства, основанной на ба-

зовых социалистических ценностях, измеряется «пятью идентичностями», а также «двумя общностями», которые образуют структуру «трех неделимости» и осуществляют достижение «пяти сохранений». Национальное единство достигается посредством утверждения основных фундаментальных ценностей, формирования духовной идентичности для представителей всех этнических групп. Без должного управления и мониторинга этнических СМИ невозможно распространение основных ценностей, невозможно обеспечение национального единства.

**Формирование имиджа национальных средств массовой информации и укрепление культурного сознания.** Этнические СМИ в основном распространяются среди этнических меньшинств. В качестве содержания материалов СМИ используется информация об этнических меньшинствах. Большинство созданных этнических образов являются позитивными образами, которые, как правило, несколько приукрашивают реальные факты. Воспроизведение фактов посредством медиа апеллирует к субъективной категории «символической реальности». Коммуникатор использует медиасимволы в качестве инструментов для того, чтобы охарактеризовать реальность на основе своей собственной позиции. Аудитория строит так называемую реальную картину на основе медийной картины и социальных сценариев [17, 74–76]. Поэтому, формируя медийный образ этнических меньшинств, этнические СМИ стимулируют группы этнических меньшинств правильно и всесторонне понимать свою собственную культуру, постепенно преодолевать привычные оковы стереотипов и стигматизации. Благодаря «зеркальному отражению» медийного образа люди сознательно корректируют аспекты, которые не соответствуют образу медийного «зеркала». В процессе позитивного восприятия собственного имиджа и постоянного самосовершенствования люди обретают культурную уверенность, активно интегрируются в большую семью китайской нации и добиваются успешного взаимодействия с основными культурными группами.

**Формирование коллективной памяти и укрепление национальной идентичности.** Ван Минке отметил, что люди интерпретируют сущность группы и поддерживают ее сплоченность с помощью структурной амнезии и коллективной памяти [18]. Люди формируют национальную идентичность через коллективную память. До того, как в Синьцзяне появились этнические СМИ, отношения национальных меньшинств и государства оставляли желать лучшего. В то время идентичность в основном базировалась на географической этнической идентичности, а понятие государственной идентичности было более расплывчатым. Этнические СМИ постепенно вошли в повседневную жизнь этнических меньшинств, создавая единство национального сообщества, формируя национальную картину мира и пробуждая

национальную идентичность. На практике этнические СМИ, во-первых, сформировали китайскую нацию посредством интеграции 56 этнических групп; во-вторых, посредством метафор, символов и метонимий сгенерировали коллективную память; в-третьих, создали единый большой контекст — новости о государственных и правительственных мероприятиях, церемониях, торжествах и важных событиях; постепенно ввели национальные меньшинства в орбиту общенациональных дел. Этнические СМИ визуализируют государство из абстрактной концепции посредством создания коллективной памяти, побуждая людей к дальнейшему укреплению национальной идентичности.

**Стратегии этнических СМИ в Синьцзяне в новую эпоху для продвижения национального единства.** В новую эпоху этнические СМИ в Синьцзяне претерпели большие изменения. Необходимо в полной мере использовать функции этнических СМИ, избегать всевозможных проблем в коммуникации, активно продвигать идею национального единства, содействовать реформе этнических СМИ и, наконец, построить социалистические этнические СМИ с китайской спецификой.

**Чувство общности китайской нации.** Формирование, становление и укрепление чувства китайской национальной общности является основной целью идеи национального единства. С целью формирования чувства китайской этнической общности этнические СМИ должны придерживаться линии партии и продвигать дело национального единения в Новую эпоху.

1. На протяжении тысячелетней истории развития китайской нации предки всех этнических групп совместно осваивали обширную территорию Китая и играли важную роль в управлении регионом Центральных равнин и в развитии приграничного региона. Этнические СМИ в Синьцзяне должны глубоко изучить историю совместного освоения обширных территорий различными этническими группами, вклад различных этнических групп в управление древними территориями и поддержание современного суверенитета.

2. История 5000-летней цивилизации китайской нации — это история формирования плюралистической и интегрированной модели, а также история обменов между различными этническими группами. Этнические СМИ в Синьцзяне должны активно содействовать совместному формированию национальной истории всеми этническими группами, содействуя признанию всеми этническими группами плюралистической и интегрированной модели китайской нации.

3. Китайская нация исторически проживала на побережье Восточной Азии, основывалась на сельском хозяйстве. Культуры различных этнических групп влияли друг на друга, совместно формируя древ-

нюю и разнообразную китайскую культуру. Этнические СМИ должны активно освещать эти культуры, изучать исторический и культурный опыт, а также укреплять национальную уверенность народа.

4. Земледельческая и скотоводческая цивилизация, особая природа, в которой сочетаются горы и моря, совместно способствовали формированию и развитию китайского национального духа, обладающего патриотизмом, единством и сплоченностью, миролюбием, трудолюбием и храбростью, а также стремлением к самосовершенствованию. Этнические СМИ должны продолжать распространять дух воспитания нации среди всех этнических групп и способствовать великому возрождению китайской нации.

**Содействие межэтническим обменам и взаимодействию.** Межэтнические обмены и взаимодействие являются важным способом и содержанием продвижения национального единства. Жители одного региона пользуются общими природными ресурсами, ведут общий производственный образ жизни и обладают общим гуманистическим характером. Люди одной этнической группы имеют одинаковое этническое происхождение, имеют схожие обычаи и привычки, имеют общие национальные праздники, а этнические группы, которые выходят за пределы региональных границ, совместно формируют национальную культуру.

В ходе развития и прогресса различные регионы делятся друг с другом ресурсами и инновациями, а разные народы делятся культурой. Этнические СМИ должны сосредоточить свое внимание на многовекторности содержания: передавать не только информацию о местном регионе и своем народе массам этнических меньшинств, но и информацию о разных регионах и разных этнических группах, а также о национальной и региональной политике. Кроме того, следует планировать и проводить просветительские мероприятия, привлекать людей к участию в построении общества национального единства. Этнические СМИ должны, во-первых, поощрять обмены с различными этническими группами в одном регионе для содействия внутриэтническому единству; во-вторых, следует поощрять обмены с различными этническими группами в рамках одного региона для содействия региональному единству; следует поощрять обмены с одной и той же этнической группой в разных регионах для содействия внутриэтническому единству в более широком смысле; и, наконец, следует поощрять обмены с различными этническими группами в разных регионах для содействия единству китайской нации на национальном уровне.

**Интеграция средств массовой информации и создание средств массовой информации на уровне округа.** Развитие интернета открыло новые возможности в области информации, привело к изменению структуры государственной власти, структуры этнических СМИ. Генеральный секретарь Си Цзинь-

пин на двенадцатом коллективном совещании Политбюро ЦК КПК отметил следующее: «Содействие интеграции и развитию средств массовой информации является неотложным вопросом, стоящим перед нами». Поэтому этнические СМИ должны интегрировать средства массовой информации и создавать средства массовой информации на уровне округов, чтобы идеи национального единства могли быть доступны по нескольким каналам и в разных формах.

Необходимо в первую очередь усилить интеграцию медиатехнологий, чтобы распространяемая информация имела различные формы, такие как графика, видео и AR. Во-вторых, для разных групп пользователей приложений типы мультимедиа органично интегрированы различные типы мультимедиа (WeChat, «Вэйбо», «ТикТок», «Куайшоу», новости Tencent и «Тоутяо»). Необходимо содействовать интеграции различных типов и уровней средств массовой информации и укреплять интеграцию центральных и местных средств массовой информации, вышестоящих и подчиненных средств массовой информации.

Усиление темпов строительства центров слияния средств массовой информации на уровне округов является важной задачей реформы, проводимой Центральным комитетом партии и возглавляемой Си Цзиньпином. Этот стратегический проект — по укреплению и улучшению массовой рекламы и идеологической работы, по содействию преобразованию и модернизации средств массовой информации на уровне округов — осуществляется с учетом новых реалий, новых требований к политической рекламе и идеологии. Если рассмотреть нынешнюю ситуацию с развитием средств массовой информации на уровне округов, то обнаруживаются такие проблемы, как единообразие форм, низкое качество новостей, низкая медиаграмотность, которые необходимо в кратчайшие сроки устранить. В настоящее время необходимо активизировать создание средств массовой информации на уровне округа. Важнейшими задачами являются: повышение грамотности работников средств массовой информации, предотвращение фейковых новостей, акцент на разнообразии форм контента, своевременность новостей, распространение новостей в режиме реального времени, а также воспитание группы работников средств массовой информации с этнологической грамотностью.

**Заключение.** Этнические СМИ Синьцзяна отличаются от других видов СМИ и обладают такими характеристиками, как эксклюзивность, локальность, толерантность и интроверсия. Они занимают особое положение и играют особую роль в системе китайских СМИ. Этнические СМИ строят общую духовную родину китайской нации, распространяя основные ценности, укрепляя культурную уверенность этнических меньшинств, формируя позитивный имидж национальных средств массовой информации.

Следует активно формировать чувства китайской

этнической общности, содействовать межэтническим обменам и взаимодействию, а также интегрировать средства массовой информации, создавать средства массовой информации на уровне округов в качестве канала продвижения идеи национального единства, содействовать устойчивому развитию политики национального единства.

В новую эпоху этнические СМИ претерпели большие изменения. Реформы этнических СМИ способствуют продвижению дела национального единства. Ключевой задачей является обучение и воспитание группы высококвалифицированных и профессиональных медиарботников, обладающих широким культурным кругозором, способных создавать точки роста этнического самосознания и национального единства в информационном пространстве.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Эмиль Д. О разделении общественного труда / Д. Эмиль. — Шанхай: Изд-во Книжный магазин Санлиан, 2000.
2. Юрген Х. Теория коммуникативного действия / Х. Юрген. — Чунцин: Изд-во Чунцина, 1994.
3. Чжэн Ханшэн. Национальное единство и построение гармоничного общества. Социологическая интерпретация / Ханшэн Чжэн // Инновация. — 2009. — № 12. — С. 5–10.
4. Фэй Сяотун. Диверсифицированная и интегрированная структура китайской нации / Сяотун Фэй // Вестник Пекинского университета. Серия: Философия и социальные науки. — 1989. — № 4. — С. 1–19.
5. Си Цзиньпин: Китайская нация — это семья, и мы будем работать вместе, чтобы построить китайскую мечту // Информационное агентство «Синьхуа». — Режим доступа: <http://www.neac.gov.cn/seac/c100561/201510/1085082.shtml> (дата обращения: 10.01.21).
6. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. — М.: Ин-т Фонда «Обществ. мнение», 2004.
7. Киреев П. С. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве / П. С. Киреев // Научно-теоретический журнал. — 2010. — № 2. — С. 115–127.
8. Гарантия равных прав всех этнических групп в Синьцзяне // Информационное бюро Государственного совета. — Режим доступа: <http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/44691/Document/1708591/1708591.htm> (дата обращения: 14.07.2021).
9. Статистический ежегодник Синьцзяна за 2020 год // Национальное статистическое бюро Следственный корпус Синьцзяна. — Пекин: Изд-во Статистика Китая, 2020.
10. Гарантия равных прав всех этнических групп в Синьцзяне // Информационное бюро Государственного совета. — Режим доступа: <http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/44691/Document/1708591/1708591.htm> (дата обращения: 14.07.2021)
11. Бай Жуньшень. Несколько вопросов об исследовании новостей меньшинств / Жуньшень Бай // Сборник новостей учебных и научно-исследовательских работ. — 2010. — С. 13–31.

12. Ли Янь. Позиция, сфера охвата, предложение и метод критики средств массовой информации / Янь Ли.— Ханчжоу: Изд-во университета Чжэцзян, 2005.
13. Клиффорд Г. Местные знания: Дальнейшие очерки интерпретативной антропологии / Г. Клиффорд.— Пекин: Изд-во Центральная компиляция, 2000.
14. Чен Иру. Об атрибутах массовой коммуникации национальной культуры / Иру Чен, Инь Фу // Журнал педагогического университета Шэньси.— 2013.— № 4.— С. 95–105.
15. Ян Десен. Различия в личности и поведении / Десен Ян // Китайская поведенческая медицинская наука.— 2004.— № 1.— С. 114–117.
16. Чэнь Лидань. Познакомлю вас с классикой журналистики и коммуникации / Лидань Чэнь.— Пекин: Изд-во Китайского университета Жэньминь, 2016.
17. Инь Янь. Воспроизведение образа этнических меньшинств в кино и телевизионных средствах массовой информации и культурная идентичность / Янь Инь // Современное телевидение.— 2017.— № 2.— С. 74–76.
18. Ван Минке. Историческая память и этническая идентичность на окраине Китая / Минке Ван.— Пекин: Изд-во литературы по общественным наукам, 2006.

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

*Хань Цзясин, аспирант кафедры зарубежной журналистики и литературы*

*E-mail: jiaxing\_han@mail.ru*

*Lomonosov Moscow State University  
Han Jiaxing, Postgraduate Student of the Foreign Journalism  
and Literature Department  
E-mail: jiaxing\_han@mail.ru*