

Секция «Медиакоммуникации органов государственного и муниципального управления»

**Применение новых медиа в международном общении для создания  
«дискурсивной системы, объединяющей Китай и зарубежные страны»**

**Научный руководитель – Назаренко Сергей Владимирович**

*Сун Синъюе*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа  
государственного администрирования (факультет), Москва, Россия

*E-mail: sxy970410@gmail.com*

Взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации - это порядок взаимоотношений органов власти со средствами массовой информации при освещении действий органов государственного и муниципального управления по реализации государственной и муниципальной политики.

Как результат, средства массовой информации выступают то союзниками органов государственного и муниципального управления, то их противниками.

На взаимоотношения органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации влияют разнообразные факторы, начиная от особенностей многонационального государства, заканчивая потребностями конкретного муниципально-образовательного образования. Средства массовой информации является информационным проводником реализации государственной и муниципальной политики, призваны регулировать процессы информационного взаимодействия в разных сферах жизнедеятельности государства и общества. Современное общество отличается активным воздействием общественного мнения на политические процессы. [1]

В эпоху информационной глобализации, с быстрым развитием новых медиа, таких как большие данные, технология искусственного интеллекта и социальные сети, различные регионы и страны могут быстро завершить распространение и обработку информации через сетевые платформы, значительно повысив эффективность информации. , характеристики непосредственности и синхронности не только изменили коммуникационную концепцию и способ традиционных средств массовой информации, но также глубоко повлияли на модель и развитие международного общения.[2]

Кроме того, как развивающейся стране, которая находится в невыгодном положении с точки зрения обладания ресурсами и технологического развития, Китаю не хватает культурного содержания, которое обычно считается происходящим из Китая, и индустрии культуры с сильным международным влиянием. Понимаете, очень важно создать систему зарубежного дискурса, которая может интегрировать Китай и зарубежные страны. Это не только позволит зарубежному общению моей страны следовать веяниям времени, но и поможет использовать новые средства массовой информации в качестве трамплина для хорошо рассказывать китайские истории, чтобы китайская теория могла лучше распространяться.[3]

Построение системы китайского дискурса с китайской спецификой, интегрирующей Китай и зарубежные страны, является необходимым фактором выхода Китая в мир, устранения недоразумений и устранения противоречий. Поэтому, основные средства массовой информации Китая и многие самостоятельные средства массовой информации также последовали тенденции быстрого развития новых средств массовой информации и предпри-

няли множество попыток интегрировать новые коммуникационные технологии. Основные практические результаты отражены в трех областях.

### 1. Короткое видео

Когда речь заходит о платформах для коротких видео, мы должны упомянуть популярный во всем мире Tik Tok, программное обеспечение для создания коротких видео, которое Douyin использует в нашей стране. В течение долгого времени международное общественное мнение очень плохо оценивало Китай. Причина в том, что европейские и американские страны имеют право говорить в мире, и причина, по которой они всегда были в доминирующем положении. В дополнение к сильной экономической и военной мощи, инструменты общественного мнения также являются важным фактором.

В Китае отсутствует такой инструмент общественного мнения, который может высказываться в мире. Если мы хотим прояснить недоразумения, мы можем использовать только иностранные платформы, такие как Facebook. Кроме того, враждебность таких социальных площадок к Китаю возрастает. Маленькие камни в море, сфера влияния и эффекта невелика, а «камешок» в руке может быть убран в любое время, что, несомненно, ухудшает ситуацию с общественным мнением в моей стране.

Поэтому популярность Tik Tok за рубежом - это надежда изменить эту ситуацию. Хотя он также управляется локально в каждой стране, этого недостаточно, чтобы стать для нас платформой для широкомасштабного продвижения наших идей, но это не будет похоже на то, что контролируется США. Та же платформа предвзято относится к Китаю. Мы можем сделать голоса из Китая более справедливыми через Tik Tok, тем самым улучшив текущую среду общественного мнения.

### 2. Зарубежные социальные сети

В соответствии с общей тенденцией, согласно которой глобальные социальные сети стали наиболее влиятельным каналом распространения информации, в целях усиления международного влияния в него также начали интегрироваться основные китайские СМИ. Согласно анализу твиттера, официальные аккаунты ведущих СМИ моей страны, информационного агентства Синьхуа и People's Daily, уже превысили отметку в миллион поклонников, а общее количество ретвитов достигло 170 000, заняв первое место.

### 3. Освещение в СМИ

В 2019 году Китайская международная телевизионная станция CGTN запустила серию видеорепортажей VR, показывающих китайские пейзажи, культуру боевых искусств и обрабатывающую промышленность — VR China, используя передовые технологии VR в сочетании с информационными новостями, и разместила ссылку на интерактивную веб-страницу H5 в Facebook. и другие основные платформы, позволяющие зрителям отказаться от традиционной перспективы просмотра и превратить ее в захватывающий опыт со всесторонним и многоугольным просмотром.

### Коммуникация «сторителлинг» на новых медиаплатформах

#### Кино- и телепродукция

Международная коммуникация не означает, что она должна быть серьезной все время. Прекрасные китайские кино- и телевизионные продукты также являются отличным инструментом для повышения международной популярности и продвижения традиционной культуры и обычаев. В последние годы масштабы экспорта китайской кино- и телепродукции продолжали расти, а типы затрагиваемых тем постепенно увеличивались,

поэтому его конкурентоспособность на мировом рынке также неуклонно росла.

#### Документальный

Документальный фильм всегда был наиболее эффективным средством для того, чтобы хорошо рассказать китайские истории. Не только в Китае, но и в сегодняшнем международном документальном поле, как правило, принята стратегия повествования. Он может отражать культурное наследие страны и социальный статус в каждой детали. психологическая дистанция между аудиторией в разных странах способствует взаимопониманию, а также может заинтересовать аудиторию из разных культур, рассказывая яркие китайские истории. Популярность и локализация «Укуса Китая» за рубежом могут в полной мере отразить это.

#### Самомедиа

Когда дело доходит до самомедиа, я должен упомянуть Ли Цзыци, успешный случай внешней коммуникации. К концу 2019 года ее личный канал набрал почти 8 миллионов подписчиков на YouTube, что сопоставимо с подписчиками американского СМИ CNN на платформе. Первоначальная цель Ли Цзыци состояла только в том, чтобы получить коммерческие интересы, но, в конце концов, он «непреднамеренно вставил вербы и ивы», взял на себя ответственность за распространение культуры и приобрел большое количество поклонников китайской культуры со всего мира.[4]

Подводя итог, можно сказать, что активная платформа международной коммуникации смещается с традиционных медиа на новые медиаплатформы, особенно социальные платформы. Новые медиа занимают все более видное место в сфере внешней коммуникации и в настоящее время стали основным каналом для получения информации международной аудиторией. информация, имеющая важное практическое и общественное значение.[5]

### Источники и литература

- 1) Взаимодействие органов государственного и муниципального управления со средствами массовой информации 2020. Т. 145 CCIS. С. 1-11. Взято со страницы: [http://spravochnick.ru/gosudarstvennoe\\_i\\_municipalnoe\\_upravlenie/vzaimodeystvie\\_organov\\_gosudarstvennogo\\_i\\_municipalnogo\\_upravleniya\\_so\\_sredstvami\\_massovoy\\_informacii/](http://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/vzaimodeystvie_organov_gosudarstvennogo_i_municipalnogo_upravleniya_so_sredstvami_massovoy_informacii/)
- 2) The application of new media in the construction of "discourse system integrating Chinese and foreign" in international communication 2021. Т. 145 CCIS. С. 1-11.
- 3) Political communication & national image Zhihu platform dated August 27, 2020 Issue 17) <https://zhuanlan.zhihu.com/p/76005454>
- 4) Cross-cultural dissemination of self-media short videos in the new media era—Taking the short videos of Internet celebrity Li Ziqi on YouTube as an example China Academic Symposium Journal. 2021. No. 17-5 (104). pp. 83-91.
- 5) "2020 Media Convergence Communication Index Report" Released: Central-level Media Convergence Communication Continues to Lead April 27, 2021