

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/
- 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