

СМИ и политическая пропаганда в отношениях Китая с Россией

Научный руководитель – Алексеенко Олег Александрович

Сюй Мэнчжун

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
глобальных процессов, Направление геополитики и дипломатии, Москва, Россия

E-mail: 770875219@qq.com

Средства массовой информации России в своей пропаганде придают особые отношения между Китаем и Россией, так же их политическое и экономическое сотрудничество между двумя странами, что привлекает особое внимание всех стран, подчеркивая слаженные усилия двух государств в международных делах. Такая положительная пропаганда идет на пользу и накрепко укрепляет имидж китайско-российской дружбы и создаёт благоприятную атмосферу тесного сотрудничества. И всё же, одномоментно средства массовой информации России акцентируют своё внимание и некоторым актуальным проблемам Китая. Имеется в виду о некоторых аспектах таких, как дисбаланс в торговле и влияние на международной арене. Все эти факты так или иначе отражаются в средствах массовой информации и объективно показывают, что Россия не бездумно поддерживает позицию Китая. Разумеется, за всеми этими политическими взглядами стоит информационная борьба. Состоя в важных позициях игрока в глобальной политической арене, принципы России в отношении китайской пропаганды может иметь зависимость от международных отношений и внутриполитических обстоятельств. Поэтому в данной статье будут проанализированы политические мотивы, стоящие за пропагандой российских СМИ. Если говорить, в общем и целом, о пропаганде российских СМИ в отношении КНР, то она многогранна и многообразна. Смотря и анализируя, со стороны за этой информационной войной не только можем понять динамику отношений между двумя государствами, но и выявить для себя полезный материал для раздумий о роли международных СМИ в формировании престижа страны. Создание каналов играет важную роль в современных медиа-коммуникациях. За последние годы китайские СМИ запустили несколько независимо контролируемых зарубежных площадок для пропаганды и обмена информацией. Тем не менее, аудитория за рубежом все еще получает основную часть новостей из своих собственных СМИ. Это напоминает нам о том, что усиление внешней пропаганды через зрелые коммуникационные платформы за границей может принести вдвое больший результат при вдвое меньших усилиях. СМИ обеих стран должны уделить внимание двум ключевым аспектам в расширении своих коммуникационных каналов: Занятость местных жителей для создания местных медиа-ресурсов. В этом контексте необходимо внимательно продумать соотношение между концепциями "построить собственную лодку и отправиться в плавание" и "одолжить лодку и отправиться в плавание". Например, была создана новая сеть партнеров с идеей "русские создают русские сайты", а также запущена двуязычная китайско-русская колонка для создания платформы производства новостей, охватывающей Китай, Россию и Северо-Восточную Азию, с целью расширить взаимопользование и обмен онлайн-контентом между китайскими и российскими медиа. [1] Создание медиа-платформы, способной эффективно привлекать аудиторию обеих сторон, представляет собой стратегически важную задачу. Одним из ключевых подходов является разработка и продвижение специализированных новостных программ, ориентированных на китайскую аудиторию на российской стороне или на российскую аудиторию на китайской стороне.

Примером успешного партнерства в этой сфере может служить сотрудничество спутникового информационного агентства Russia Today с ведущими китайскими информационными агентствами, такими как "Синьхуа", а также с другими ведущими СМИ в Китае. Такой подход позволяет не только расширить охват аудитории, но и повысить качество информационного продукта, обеспечивая более глубокое понимание и уникальный взгляд на события с разных сторон. [1]. Традиционные СМИ характеризуются детальным разделением труда, что приводит к формированию отдельных организационных структур и производственных процессов. Однако современные полномедийные коммуникации требуют интеграции различных форматов информационной подачи, что накладывает необходимость комплексного использования ресурсов и уплотнения организационных структур. Традиционные методы производства коммуникаций уже не соответствуют новым формам медиакommunikаций, поэтому развитие интеграции требует преобразования механизмов и процессов сбора, редактирования информации. Необходимо создать единую командную и диспетчерскую платформу для сбора и редактирования всех медийных материалов, глубоко интегрировать человеческие и информационные ресурсы, а также обеспечить одновременный сбор, многократное создание и распространение новостей и информации. При углублении и укреплении сотрудничества между Китаем и Россией в области СМИ возникает возможность создания китайско-российского агентства по сотрудничеству. Для этого можно привлечь ключевые фигуры официальных СМИ обеих стран, сформировать проектную группу, внедрить единое планирование и развертывание деятельности центра агентства, а также организовать совместное редактирование и обработку материалов с последующим распространением через общие каналы вещания. Таким образом будет осуществлена интеграция ресурсов и объединение информационных потоков. [2]. С учетом текущих тенденций развития онлайн-СМИ, будущее направление развития неизбежно связано с объединением и интеграцией сетей взаимоотношений. Социальные связи стали ключевым фактором выживания и взаимодействия для онлайн-СМИ, а сети контента и отношений стремятся к естественной слиянию. Взаимоотношения играют важную роль как стимулирующая сила, способствующая созданию и распространению контента. По этой причине Китаю и России необходимо постоянно и тщательно расширять свои сети взаимодействия. Например, для улучшения коммуникации китайских онлайн-СМИ с Россией, необходимо создать платформу для обмена информацией и контактов с российскими интернет-пользователями, укрепляя тесные связи между онлайн-СМИ и пользователями. С использованием активно развивающихся социальных медиа мы планируем расширить круг российских онлайн-друзей, улучшить распространение информации, укрепить сети взаимоотношений, культурный обмен и взаимодействие между российскими и китайскими пользователями интернета. Китайские СМИ переходят от простой платформы для экспорта новостей в Россию к комплексной информационной и социальной платформе, включая базу данных о жизненных услугах, охватывающую широкий спектр потребностей - от информационных запросов до поиска работы, покупок и аренды. Все это направлено на улучшение онлайн-сервисов для российского Дальнего Востока и повышение его потенциала. Интеграция средств массовой информации привела к разнообразию перспектив сотрудничества, и на практическом уровне были предприняты успешные усилия. Некоторые национальные новостные издания приблизились к новым медиа, запустив собственные онлайн-платформы и разрешив им воспроизводить свои материалы. Другие частные компании, общественные организации и общественность также создали свои онлайн-СМИ, через которые оказывают влияние на процессы принятия решений и управления общественными делами. Эти платформы позволяют широкому кругу читателей и СМИ эффективно взаимодействовать, изменяя традиционную одностороннюю коммуникацию и открывая возможность для разностороннего обмена мнениями. Всемедийная новостная

платформа превращается в один из ключевых каналов для оперативного распространения новостей, формирования общественного мнения и отражения позиций общества. Новые медиакоммуникации становятся все более мобильными, фрагментированными и персонализированными, придавая предпочтение микрокоммуникациям и легкому контенту. В контексте продуктового формата, развитие международной коммуникации сосредотачивается на создании полноценных медиа. С развитием широкополосной сети, имиджевая коммуникация через видео, картинки и анимацию обретает огромный потенциал. Важно отметить, что независимо от формата - традиционного или современного - ключевым конкурентным преимуществом является качественное содержание. Традиционные СМИ могут иметь недостатки в форме, но они по-прежнему остаются привлекательными благодаря качественному и информативному контенту, привлекая широкую аудиторию. При интеграции и развитии различных типов СМИ необходимо уделить особое внимание созданию качественного контента, который является ключевым для успешной интеграции и достижения поставленных целей. Новостное освещение должно быть гибким и способным адаптироваться к изменяющимся дипломатическим тенденциям и динамике национального развития. Для стимулирования инноваций в контенте новых СМИ необходимо активно расширять область сотрудничества, например, путем обмена колонками, проведения совместных онлайн мероприятий и разработки новых форм сотрудничества в области новых медиа. Важно также установить партнерские отношения с российскими СМИ для создания и расширения новых каналов и площадок для распространения информации, включая онлайн медиа и мобильные приложения. Сотрудничество и инновации в российских и китайских новых медиа могут стать ключевым фактором как для вертикального, так и для горизонтального развития отрасли. С точки зрения вертикального сотрудничества, СМИ обеих стран могут начать с реформирования национальных медиа "сверху вниз", укрепив роль национальных СМИ в качестве важных информационных каналов и формирователей общественного мнения. Это также позволит раскрыть потенциал для развития более местных и гражданских новых медиа путем установления новых рамок и систем сотрудничества. С точки зрения горизонтального сотрудничества, новые медиа имеют огромные возможности. Совместная работа между китайскими и корейскими новыми медиа уже привела к появлению инновационных идей, которые могут стать отправной точкой для развития сотрудничества между Китаем и Россией в сфере новых медиа. В рамках сотрудничества между Китаем и Россией в области новых медиа необходимо максимально использовать технологические преимущества и ресурсы друг друга. Основной упор следует делать на достижение взаимной выгоды в области медиа-ресурсов и коммуникационных технологий, а также на совместное использование качественного контента, областей применения и бизнес-моделей новых медиа. Также важно сотрудничать в области обслуживания технологий, пользовательских и рыночных ресурсов в сфере новых медиа.

Источники и литература

- 1) Исаев А. С., Институты формирования общественного сознания КНР и вопросы сотрудничества СМИ России и Китая //Китай в мировой и региональной политике. №. 21. С. 218-234.
- 2) Исаев А. С., Сотрудничество средств массовой информации России и Китая: история, проблемы, возможности //Проблемы Дальнего Востока. №. 2. С. 12-21.
- 3) Исследование российско-китайских отношений в освещении русскоязычных СМИ Европы // Глобальный научный потенциал. 2021. №. 8. С. 123-127.