

Инь Жуюй

аспирант

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»

г. Владивосток, Приморский край

КИТАЙСКИЕ «НОВЫЕ МЕДИА» И ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

***Аннотация:** новые медиа могут использоваться в качестве эффективного инструмента для открытия новой платформы публичной дипломатии. Это обстоятельство привлекает на себя внимание китайских политиков и учёных. В последние годы китайские новые медиа в России играют роль посланников дружбы. Из-за отсутствия когнитивности коммуникация в России не дала желаемого эффекта: большое содержание новостей, мало эффекта коммуникаций.*

***Ключевые слова:** международная коммуникация, новые медиа, Китай, Россия, эффект «мягкой силы».*

DOI: 10.21661/r-111587

Младший научный сотрудник Китайского университета коммуникаций Цзи Дэцян считает, что современная Россия, также и Китай, смотрит на Запад, что сводится к непониманию друг друга в обеих странах, особенно среди молодежи и народов среднего возраста. В связи с этим коммуникация китайских и российских СМИ особенно необходима. Главная причина этого состоит в том, что Россия как стратегический партнер Китая. Россия играет важную роль в борьбе против монополии Западных СМИ. А для эффективного партнерства необходимо дать России действительно понять Китай. Более того, на фоне стабильной реализации проекта «один пояс, один путь» необходимо продвинуть сотрудничество между Китаем и Россией.

В последние годы в Китае были созданы такие СМИ на русском языке, как русская версия международного радио Китая, агентства «Синьхуа», «ССТV-русский», еще журналы «Партнеры»* и «Китай»**, всеми этими оформлена система коммуникаций китайских СМИ в России. Следует указать, что почти все Китайские СМИ на русском языке есть электронная версия, коммуникация ведется в

рамках новых медиа. Можно сказать, что в общем эти СМИ играют в ролях как: а) посланник народной дружбы; б) мост правительственной связи; в) носитель обмена по торговле и культуре [1].

**Журнал «Партнеры» – ежемесячный журнал на русском языке – был основан в октябре 2002 года. Журнал принадлежит органу Пресс-Канцелярии Госсовета КНР. Его учредитель – Пресс-Канцелярия Народного правительства провинции Хэйлуунцзян. В ноябре 2005 года журнал «Партнеры» получил законное право на распространение на территории России и в январе 2006 года вошел в «Общий каталог подписных изданий РФ». До 2015 года журнал уже опубликовал более 150 номеров, выпустил более 1,5 млн экземпляров в России. Официальный сайт: <http://www.hbzszs.cn/magazine.php?in=6&Nationality=Chinese&Nationality=Russian>.*

***Политический, экономический и культурный журнал «Китай» был основан в ноябре 2005 г. Журнал принадлежит издательству «Жэньминь Хуабао». Журнал призван знакомить читателей России и СНГ с авторитетной и достоверной информацией о современном Китае. Официальный сайт: <http://www.kitaichina.com/>*

В основном существуют определенные особенности в коммуникациях китайских СМИ в России. Например, журнал «Партнеры». Первая особенность состоит в том, что приглашаются российские граждане в создание номеров журнала. Второй особенностью является то, что на страницах журнала рассказывается об истории Китая с точки зрения русских. Третьей особенностью является попытка сочетать местную китайскую культуру со специфическим видом туризма. Четвертой особенностью является практика обучения китайскому языку в игровой форме [1].

Тем не менее, немало ученых отмечают недостатки в коммуникациях в России. По словам профессора Сычуаньского университета иностранных языков Яни Гунцзюни, нынешняя ситуация коммуникаций китайских СМИ в России такова: «теплые» отношения между правительствами обеих стран, но холодные отношения между народами. Большое содержание новостей, мало эффекта комму-

никаций [2]. Также он утверждает, что существует серьезное отсутствие когнитивности международных коммуникаций. То есть с одной стороны, китайские СМИ создают и выбирают новости, соответствующие пропаганде, не обращая внимание на эффект коммуникации. с другой стороны, разобщенные ресурсы не могут создать эффект объединения, что приводит к малой аудитории. В результате во многих местах в России не знают Китай, а иногда и негативное отношение у русского народа к Китаю. Из чего можно заключить, что вещание китайских СМИ и «новые медиа» пока не достигли желаемой цели как в России. Автор считает, что Китай должен больше работать с неправительственными СМИ, что является более эффективным способом влияния на умы и настроения людей за пределами Китая.

Список литературы

1. Цаньцзянь: Фан Жуйхэ. «Хобань» цзачжи дэ дуй э чуаньбо таньсо: [Исследование выпуска журнала «Партнеры» в России] // Дуй э Чуаньбо. – 12.2014.
2. Цаньцзянь: Янь гунцзюнь. Гунчжун шэхуэй юй чужнго дуй э чуаньбо цэлюэ сыкао: [Когнитивное сознание народа в обществе и мышление о стратегиях вещания китайских СМИ в России] // Чжунго Жэньчжи чуаньбо сюэхуэй ди эр цзе сюэшу няньхуэй луньвэнь цзи. – 25.04.2015. – С. 155–163.