

Методы и технологии для конструирования медиаобраза Китая

Научный руководитель – Коханова Людмила Александровна

Линь фэй

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: Lin.baby@mail.ru

Несмотря на распространение новых средств массовой информации, качественная пресса по-прежнему оказывает значительное воздействие на формирование мнений и политики. Некоторые исследователи (Нейман и др., 2014) утверждали, что по сравнению с социальными сетями, которые уделяют особое внимание обсуждению социальных проблем и вопросов общественного порядка, традиционные СМИ более чутко реагируют на вопросы, посвященные развитию экономики, разным функциям правительства и внешних делах. Очевидно, экономика, внутренние и внешние государственные дела тесно связаны с образом страны.

Журналистика как важнейшая социальная сила (Прохоров, 2007: 5) не только информирует общественность об окружающей мире, но и играет важную роль в конструировании медиаобраза страны в сознании широких аудиторий. Формирование образа страны есть комплекс, который отличается сложностью и многоуровневостью. В данной работе медиаобраз понимается как сложная совокупность отражения элементов реальности, описанных в журналистских текстах, которая формирует представление о каком-либо явлении, процессе или человеке в сознании адресата.

Суть журналистики понимается Е.Л. Вартановой (2010) как «производство содержания информационного характера (журналистский текст), характеризующегося одновременно чертами творческого и индустриального производства». Практически, чтобы выполнить такой вид производства необходимо существуют разнообразие технологий и методов. Отметим, теперь в Китае авторитетным источником информации остается качественная пресса, которая формирует объемный медиаобраз Китая и его граждан с помощью различных методов и технологий.

В нашей работе мы проанализировали по 36 номера «Жэньминь Жибао» (с 1 января 2017 г. по 31 декабря 2019 г.). Анализ публикации о Китае в рамках 36 номеров газеты показал, что издание «Жэньминь Жибао» играет важную роль в конструировании медиаобраза китайской действительности, который состоит из многих компонентов по разным областям, тесно связанным с развитием страны, повседневной жизнью и главными базовыми потребностями китайцев. В журналистской практике ежедневник «ЖЖ» использует следующие методы и технологии: тематические стратегии - широкая категория тем, тесно связанных жизни Китая и его населений (в том числе внешняя и внутренняя политика, экономика, бизнес, экология, обычная социальная жизнь населения); употребление специальной тематической полосы; использование специальных рубрик ситуативно; совершенствование газетной верстки как стратегия редакции; тактика заголовков; интерпретация, комментариев и оценка через лингвистические приемы.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. О совершенном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. Вып.1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/o-современном-понимании-сми-и-журналистики> (дата обращения: 03.01. 2022)

- 2) Прохоров Е.П. Журналист и массовое сознание. М.: Изд-во «РИП-холдинг». 2007.
- 3) Neuman WR, Guggenheim L, Jang MS and Bae YS (2014) The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication* 64(2): 193–214.