

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

**«Висвітлення російсько-української війни в
китайських інтернет-ЗМІ»**

Терміни реалізації проєкту:

початок 01 вересня 2021 р.

закінчення 09 грудня 2022 р.

Виконав

студент ОС магістр
денної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
ОП «Журналістика та
медіакомунікації»
Ван Юнкан

Керівник

к.соц.ком., доц.

Євген ЦИМБАЛЕНКО

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1: ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНИХ МЕДІА КИТАЮ ТА ЗАГАЛЬНОЇ МЕДІАСИСТЕМИ

1.1	Визначення основних медіа.....	4
1.2	Основні медіа Китаю.....	5
1.3	Характеристика діяльності провідних медіа Китаю.....	5
1.4	Система управління основними ЗМІ в Китаї.....	6
1.4.1	Типи міжнародних регулюючих організацій для медіа менеджменту.....	6
1.4.2	Система управління основними ЗМІ в Китаї.....	7

РОЗДІЛ 2: МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1	Обґрунтування вибірки медіа для дослідження.....	10
2.2	Метод фреймворкового аналізу.....	13
2.3	Проведення дослідження та способи отримання результатів.....	14

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1	Загальна характеристика проблем, виявлених в дослідженні «People's Daily Online» про конфлікт між Росією та Україною.....	17
3.2	Компіляція новин з іноземних джерел.....	17
3.3	Акценти, виявлені в представленні російсько-української війни.....	18
3.4	Вплив національних інтересів і зовнішньої політики на висвітлення війни.....	20

ВИСНОВКИ

ДЖЕРЕЛА

ВСТУП

У журналістсько-комунікаційному сенсі незавершена російсько-українська війна є першою в епоху соціальних медіа війною, яка привернула широку увагу широкого загалу. Якщо війни в епоху телебачення називають «війною в спальні», то війни в епоху соціальних медіа можна назвати «війною на долоні», на яку глядачі активно чи пасивно звертають увагу в будь-який час через мобільний телефони та інші смарт-термінали. До всіх видів інформації військового часу.

Російсько-українська війна є першою локальною війною з сильним фоном великої сили в людському суспільстві після вступу в XXI століття, але її далекосяжний вплив не можна недооцінювати. У цьому процесі значення медіа та комунікації постійно зростає. Той, хто може керувати громадською думкою міжнародної спільноти, може захопити більше ініціативи.

Основною частиною цієї статті є представник китайських ЗМІ - People's Daily Online. Як офіційне ЗМІ Китаю, People's Daily Online є найавторитетнішим ЗМІ в Китаї. Він не тільки активно повідомляє гарячі новини з усього світу, але й відіграє важливу роль у формуванні громадської думки Китаю. Взяття People's Daily Online як теми дослідження може краще відобразити режим звітності та тенденцію громадської думки в китайському Інтернеті.

У цій статті аналізуються методи репортажів People's Daily Online за кілька місяців після початку російсько-української війни, обговорюється в різних рамках, а також досліджується закон міжнародного поширення новин. І дослідити, як краще створити національний імідж, отримати більше переваг у напрямку громадської думки, і таким чином отримати більше підтримки з боку міжнародної спільноти.

РОЗДІЛ 1: ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНИХ МЕДІА КИТАЮ ТА ЗАГАЛЬНОЇ МЕДІАСИСТЕМИ

1.1 Визначення основних медіа

В епоху поширеності власних медіа, коли мова йде про мейнстрімні ЗМІ, багато людей вважають, що вони мають більше соціальних ресурсів і більше джерел інформації. Але що таке масові медіа? ЗМІ — це не окрема особистість, а невід’ємна частина суспільства, існування та розвиток яких тісно пов’язане з політикою, економікою, культурою країни тощо, особливо з основними ЗМІ. Багато вчених розробили визначення «мейнстрімових ЗМІ». Професор Чжоу Шенлін з Університету Фудань в основному визначає мейнстрімні медіа з політичного рівня. Він вважає, що медіа вище провінційного рівня, які мають певний вплив і можуть домінувати над громадською думкою, можна назвати мейнстрімовими медіа. Ю Гомін, професор Школи журналістики Університету Реньмін у Китаї, виходить з економічного рівня та вважає, що медіаекономіку можна описати як економіку впливу, а мейнстрімові медіа — це медіа, які приваблюють більше аудиторії відповідно до вимог власного ринку. Професор Школи журналістики та комунікацій Університету Чжецзян Шао Чжице розглядає це з точки зору менеджменту, він вважає, що мейнстрімові медіа мають відповідати трьом умовам, а саме: великий тираж, рейтинги та високий дохід від реклами.

У 2001 році Ван Гоцін, заступник директора Департаменту преси Головного управління преси та публікацій Китаю, узагальнив мейнстрімні медіа з комплексної точки зору. Він вважав, що мейнстрімові медіа є потужними медіа, які виконують важливі рекламні завдання та функції, мають широке охоплення, сильний бренд і великий вплив. Можна побачити, що мейнстрімні медіа є відносно широким поняттям, і з різних точок зору можна зробити різні висновки, автор вважає, що це всеосяжне поняття. Під час перекладу Чжу Цзюня, ведучого CCTV, він всебічно згідно з думками галузевих експертів, він вважає, що мейнстрімові медіа Китаю володіють великою кількістю операційного капіталу та доходів від реклами, передають

основні цінності та звичайний стиль життя широкому колу аудиторії на всіх рівнях по всій країні, мають вплив на прийняття соціальних рішень, мати високу довіру та авторитетні газети, здатні встановлювати порядок денний на національному рівні для решти мас-медіа та широкої громадськості, Засоби масової інформації, такі як радіо, телебачення та Інтернет. Поки що немає остаточного визначення «мейнстрімових медіа», але все ще існує певний консенсус у галузі та наукових колах щодо характеристик «мейнстрімових медіа».

1.2 Основні медіа Китаю

Що стосується традиційних мейнстрімових ЗМІ, то в «Дослідженні ефективності та впливу формування громадської думки» китайського інформаційного агентства Сінхуа узагальнено їх більш детально: People's Daily, інформаційне агентство Сінхуа, CCTV, Центральна народна телерадіомовна станція та новини центрального рівня Qiushi. засоби масової інформації, представлені журналами «Guangming Daily» та «Economic Daily»; регіональні ЗМІ, представлені партійними газетами в різних провінціях (автономних регіонах, муніципалітетах, підпорядкованих безпосередньо центральному уряду), а також всеосяжні канали новин радіо- та телевізійних станцій; великі та середні міські партійні газети, міські медіа, представлені інтегрованими новинними каналами радіо- та телевізійних станцій, масштабні веб-сайти новин, підтримувані державою в особі Xinhua Net і People's Daily Online.

1.3 Характеристика діяльності провідних медіа Китаю

Будучи засобами масової інформації, які контролюються відповідними державними відомствами, основними засобами масової інформації є поширення інформації серед громадськості, а також вони несуть відповідальність і місію спрямування громадської думки та формування іміджу країни. Будучи рупором партії та лозунгом громадської думки,

традиційні головні засоби масової інформації Китаю відповідають за важливі завдання пропаганди партійної лінії, принципів і політики, задоволення зростаючих інформаційних потреб людей, спрямування громадської думки, реагування на соціальні проблеми та розуміння суспільних настроїв. Пульс часу. Зі швидким розвитком нового витку науково-технічної революції та промислової трансформації основні засоби масової інформації відповідають цій ситуації та тенденції та поступово вибудовують загальну модель медіа-комунікації. Основні медіа повинні зрозуміти правильний напрямок, активно брати на себе соціальну відповідальність, поширювати мейнстрімну культуру та підвищувати власну довіру та вплив.

1.4 Система управління основними ЗМІ в Китаї

1.4.1 Типи міжнародних регулюючих організацій для медіа менеджменту

Перший тип полягає в тому, що в країні створюється незалежний регуляторний орган для єдиного нагляду за телекомунікаціями та телебаченням. Цей тип представлений Федеральною комісією зв'язку (FCC) у Сполучених Штатах і Комісією з телекомунікацій радіо та телебачення (CRTC) у Канаді: другий тип полягає в тому, що різні незалежні регуляторні органи впроваджують окремі правила щодо телекомунікацій і мовлення. Багато розвинених країн належать до цього типу: третій тип полягає в тому, що різні державні органи (незалежні регуляторні органи) впроваджують окремі правила. У процесі промислової інтеграції, все більше і більше Все більше і більше країн створюють єдине незалежне регулююче агентство або єдиний урядовий департамент для впровадження єдиного нагляду за телекомунікаціями та мовленням. Наприклад, у 2001 році Японія об'єднала Міністерство поштових послуг, Автономну провінцію та Департамент загальних справ у Міністерство внутрішніх справ і зв'язку, яке створило Бюро інформаційної та комунікаційної політики та Бюро інтегрованої комунікаційної інфраструктури; Королівство об'єднало колишнє Управління телекомунікацій (Ofcom), Радіо та телебачення. П'ять регуляторних органів,

включаючи Комітет стандартів (BSC), Незалежну телевізійну комісію (IC), Управління мовлення (RA) і Управління радіозв'язку (RCA), об'єдналися в об'єднаний регулюючий орган, Управління зв'язку (Ofcom); Адміністрація (ACA) і Адміністрація радіо і телебачення (ABA) об'єдналися, утворивши Адміністрацію комунікаційних медіа (ACMA): Південна Корея заснувала нове інтегроване регулююче агентство, Korea Комісія з питань телерадіомовлення та зв'язку в 2008 році, замінивши початкове Міністерство інформації та зв'язку та Комісію з питань радіомовлення.

1.4.2 Система управління основними ЗМІ в Китаї

Китайські медіа новини включають урядові ЗМІ та комерційні ЗМІ. Серед них державні ЗМІ мають природні переваги у впливі та довірі користувачів, а комерційні ЗМІ мають більше переваг у висвітленні користувачів та прихильності користувачів завдяки своїм інтегрованим комунікаційним можливостям. Співпраця та взаємодоповнюваність ЗМІ сприяють поступовому покращенню медіаекології Китаю. Медіаіндустрія Китаю переживає період глибокої трансформації. Ринкова економіка поступово розвивається, відкривається зовнішньому світу, стрімкий розвиток інформаційних технологій і трансформація комунікаційних концепцій принесли безпрецедентні виклики медіа-індустрії. Китайські ЗМІ пережили поступовий перехід від основного використовується як інструмент пропаганди для підкреслення промислових функцій. Від окремого регулювання радіо та телебачення, телекомунікацій, преси та публікацій до тенденції розвитку промислової інтеграції та поступового формування попиту на інтегроване регулювання, від того, як медіа-мовники займають головну позицію в галузевих комунікаціях до нових мережових ЗМІ, які зараз наздоганяють позаду і навіть замінюють домінуючу позицію традиційних ЗМІ тощо. Зачекайте. Медіаіндустрія Китаю переживає цілісну трансформацію від мікрокосмічної моделі розвитку до макроскопічної системи регулювання. Попит на незалежний розвиток ринку та все ще суворий контроль з боку уряду

означають, що відокремлення регулювання традиційних засобів масової інформації в Китаї мало чим відрізняється від інших країн з точки зору технічної логіки, але політичне керівництво медіаіндустрії в моїй країні відрізняється. Наша країна надає великого значення ідеологічним атрибутам і пропагандистським функціям ЗМІ. Правляча партія встановила жорстку систему управління пропагандою, яка відповідає за контроль політичної позиції та орієнтації громадської думки медіаіндустрії. Партія та уряд займають абсолютне домінування у формулюванні та здійсненні медіа-політики, а поєднання поділу медіа та операційної системи китайського уряду сформувало регулятивну схему «сегментації» та «мультиуправління». Ця інституційна інерція продовжилася в управлінні онлайн-ЗМІ. Під керівництвом ідеології нагляд за новинами в Інтернеті та контроль за громадською думкою все більше посилюються, а відповідні політики є складними та деталізованими, тоді як політики розвитку індустрії онлайн-медіа є недостатніми, часто не мають конкретних заходів із впровадження. Багато партійних та державних відомств вже давно залучені до управління онлайн-медіа, і кожне з них керує часткою та здійснює власне адміністрування. Координувати політику та навіть конфліктувати між собою важко. Звичайно, після кількох коригувань з боку державних органів ситуація з кількома управліннями онлайн-ЗМІ поступово полегшилася, але ефект управління ще належить побачити. Виживання та розвиток ЗМІ визначається не тільки ринком. Перш ніж зрозуміти питання про те, як ринок обирає медіа, ми повинні зрозуміти, що навіть у Сполучених Штатах, де ринкова економіка та медіаіндустрія є найбільш розвиненими, виживання та розвиток медіа в першу чергу визначається не ринком, а ринковими правилами, тобто відповідними законами та політикою країни, які зазвичай називають правилами гри. Головні медіа виконують функції інформаційного обслуговування, поширення соціальної та культурної інформації та впливають на громадську думку. Вони є невід'ємною частиною національної ідеології та важливим інструментом новин і пропаганди. Їх здоровий розвиток залежить

не лише від уміння працювати та керувати, але але також підлягає контролю політики. Крім того, з точки зору захисту та ефективного розширення персональних мережеских прав спілкування також необхідні оптимізація та вдосконалення політики, що допоможе розвитку основної медіаіндустрії моєї країни. Головні засоби масової інформації моєї країни в основному дотримуються моделі управління традиційними засобами масової інформації, відповідно до розподілу повноважень і обов'язків «розподілу відповідальності та спільного управління», і запровадили систему ліцензування бізнесу «інтенсивної класифікації та багаторівневого затвердження». Китайська система ліцензування Інтернету – це система управління, яка базується на державній монополії на інфраструктуру та ресурси Інтернету, з «ліцензуванням доступу до Інтернету», «Подання/ліцензування інформаційних послуг Інтернету», «Системою справжнього імені кінцевого користувача в Інтернеті» та іншими частинами як основний зміст.. Загалом, функціональні департаменти уряду, задіяні в управлінні онлайн-ЗМІ, мають набір стратегій, які є складними за змістом і складною системою. Департаменти радіо, телебачення та культури відповідають за «управління мережевою інформацією». політики.

РОЗДІЛ 2: МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Обґрунтування вибірки медіа для дослідження

Для проведення дослідження висвітлення російсько-української війни в Китайських медіа мною були обрані два провідних медіа: "People's Daily" та "People's Daily Online"

"**People's Daily**" має дуже важливий статус і вплив у світі, і є офіційною газетою Центрального комітету Комуністичної партії Китаю. Він часто надає матеріали та основу для аналізу лінії, принципів і політики китайської партії та уряду для іноземних читачів. У той же час у Китаї основні засоби масової інформації є основною силою, яка спрямовує громадську думку, особливо під час великих надзвичайних ситуацій, таких як пакистансько-ізраїльський конфлікт і афганська війна. Опублікований контент і методи формування громадської думки є важливими орієнтирами та орієнтирами для інших ЗМІ, і увага зростає. Щоразу, коли відбувається якась критична та важлива подія, більшість партійних газет з усієї країни змушені працювати з «People's Daily» на сторінці. З дослідження та підсумків газети People's Daily ми можемо витягнути характеристики та правила керівництва китайськими основними ЗМІ щодо громадської думки щодо цього інциденту. У розпал складних соціальних подій робота ЗМІ не повинна бути хаотичною, а тим більше безладною, особливо реакція ЗМІ на катастрофу має відповідати не лише вимогам щодо своєчасності, але й рівня рекламного ефекту. Має бути відповідне підвищення. Війни часто призводять до посягання на особисту безпеку, життя та майно людей. На соціальному тлі частих військових інцидентів у міжнародному співтоваристві ми досліджуємо, як засоби масової інформації можуть зрозуміти власне позиціонування, сформувати хорошу соціальну орієнтацію та відіграти правильну роль при цьому якісно виконуючи свою роботу. Важливе значення має функція формування громадської думки. З минулої практики репортажів можна побачити, що роль ЗМІ в пропаганді новин і підтримці соціальної стабільності після початку війни очевидна. Сприймаючи це як урок, вивчіть стратегії репортажів, методи

репортажів і характеристики репортажів у ЗМІ після війни, щоб забезпечити стратегічне керівництво та довідкове значення для майбутніх практик репортажів, уникати таких проблем, як етична аномія у репортажах, і збільшувати загальний репортажний ефект, повне розповсюдження новин воєнного часу працюють більш раціонально та добре.

"People's Daily Online" - це "People's Daily в Інтернеті", зареєстрована культурна медіакомпанія, контрольована People's Daily. 1 січня 1997 року People's Daily Online було офіційно запущено. Центральний комітет Комуністичної партії Китаю дуже стурбований будівництвом і розвитком People.cn. 19 лютого 2016 року Сі Цзіньпін, генеральний секретар Центрального комітету Комуністичної партії Китаю, президент держави та голова Центральної військової комісії, прийшов до «Женщини жиба» для розслідування. 25 січня 2019 року Політичне бюро Центрального комітету Комуністичної партії Китаю провело дванадцять колективне дослідження епохи медіа та розвитку інтеграції медіа в газеті People's Daily, People's Daily Online під головуванням Генерального секретаря Сі Цзіньпіна. дослідження та виголосив важливу промову. 20 червня 2008 року, коли товариш Ху Цзіньтао інспектував газету «Женщина житла», він спілкувався з користувачами мережі в Інтернеті через «Форум могутньої нації» «Женщини життєдіяльності онлайн». 26 квітня 2000 року, під час свого візиту до Південної Африки, товариш Цзян Цземінь дізнався про звіти через «Женщину житла онлайн». 1 липня 2006 року Центральний комітет Комуністичної партії Китаю схвалив запуск «Мережі новин Комуністичної партії Китаю», організованої «Женщиною жиба в Інтернеті», і став авторитетним веб-сайтом для оприлюднення та представлення думок, теорій, політики та інформація Комуністичної партії Китаю. «Женева газета в Інтернеті» послідовно створювала офіційний веб-сайт центру новин 17-го, 18-го та 19-го Національних з'їздів Комуністичної партії Китаю, веб-сайт навчання та практики, веб-сайт інновацій та передового досвіду, веб-сайт масової лінії та освітня тема "ніколи не забувайте про свій початковий намір і твердо

пам'ятайте про свою місію" Мережа та інші попередні офіційні веб-сайти всієї партійної тематичної освіти. З нагоди 100-річчя заснування Комуністичної партії Китаю у 2021 році «Женщина житла» в Інтернеті та мережа новин Комуністичної партії Китаю розмістили офіційний веб-сайт і офіційний Weibo для вивчення історії партії та освіти. People.cn зосереджується на основному бізнесі контенту, вдосконалює та поглиблює оригінальність контенту, а також інновує та розширює нові сфери контенту, такі як керування контентом, контроль ризиків вмісту та агрегація вмісту. На додаток до китайської версії, він уже має 7 версій мовами меншин і 12 каналів іноземними мовами, і має потужну здатність створювати оригінальний контент; він прагне створити чотири типи глибокого оригінального контенту, включаючи огляди думок, поглиблені дослідження, авторитетні тлумачення та політичні рекомендації. В останні роки стратегія контент-технологій People's Daily Online стабільно розвивалася. Дослідження та розробка «мозку контролю ризиків» на основі штучного інтелекту, створення механізму технології штучного інтелекту та надання технічних послуг для управління Інтернет-контентом та інформаційною безпекою; розпочати будівництво «Національної ключової лабораторії пізнання комунікаційного контенту» під наглядом газети People's Daily. Будівництво лабораторії є важливим заходом і великим проектом для ретельного втілення духу важливої промови Генерального секретаря Сі Цзіньпіна, відповідності тенденції розвитку «чотирьох усіх ЗМІ» та прискорення розвитку глибокої інтеграції ЗМІ; інтеграція, спрямована на три напрямки точного розповсюдження основних цінностей, інтелектуального перегляду контенту та ситуаційної обізнаності щодо контенту кіберпростору, дослідження та створення комунікаційного інтелектуального органу з політичним напрямком, орієнтацією на громадську думку та орієнтацією на цінності, які можна обчислити, сприймається, розпізнається та використовується. People's Daily Online має п'ять унікальних ціннісних переваг: політична цінність, комунікаційна цінність, вартість бренду, вартість платформи та інвестиційна цінність. Будучи важливим ресурсом і засобом для

Комуністичної партії Китаю в управлінні країною, People's Daily Online прагне відігравати ключову роль у керівництві, з'єднанні та встановленні стандартів у ключовій «екологічній ніші» нового суспільного поділу праці в індустрія контенту; створення основних можливостей «даних управління партіями» стала провідною компанією в технологіях контенту; подальше прискорення розвитку інтеграції медіа, поглиблення інтеграції партійного будівництва та бізнесу, а також стати новим основним медіа з сильним впливом і конкурентоспроможність.

People's Daily Online колись був партійним виданням Комуністичної партії Китаю. People's Daily Online зараз існує як комерційне ЗМІ, але все ще підтримує два «найбільше».

Перш за все, People.cn – найавторитетніше ЗМІ Китаю. Завдяки підтримці правлячої партії People's Daily Online має швидший, прямиший і достовірніший доступ до міжнародних та інших новин. У той же час звіти People's Daily Online двічі перевіряються комерційними компаніями та відділом міжнародної пропаганди Комуністичної партії Китаю, що є більш надійним. По-друге, People's Daily Online — це медіа, яке може найкраще керувати громадською думкою в Китаї. Незалежно від того, чи йдеться про внутрішні чи міжнародні новини, статті People's Daily Online можуть відігравати роль флюгера, слугуючи водночас орієнтиром і наглядачем громадської думки.

Таким чином, вибір People's Daily Online як теми дослідження може краще відобразити загальний вигляд китайських ЗМІ. Це також є більш сприятливим для дослідження поточної ситуації китайських Інтернет-ЗМІ.

2.2 Метод фреймворкового аналізу

У новинах найчастіше використовуються п'ять рамок звітності: рамка конфлікту, рамка людини, рамка економічного впливу, рамка моралі та рамка відповідальності. Конфліктне обрамлення стосується наголосу на конфліктах між окремими особами, групами та націями у звіті з метою привернення уваги аудиторії; гуманістичне обрамлення стосується наголосу на особистих

історіях чи емоційних перспективах, на які впливають події, під час представлення звіту; обрамлення економічного впливу стосується звітність, яка розглядає економічні наслідки інциденту для окремих осіб, груп і країн; моральна основа означає, що звіт містить релігійні вчення, моральні принципи тощо; структура розподілу відповідальності означає, що звіт стосується окремих осіб і груп, які повинні нести відповідальність для інциденту або надати рішення, нац. Структура розподілу відповідальності найчастіше використовується в новинах, за якою йдуть концепція конфлікту, економічного впливу, гуманістична основа та моральна основа. Крім того, чим серйознішими та офіційнішими є газети та програми телевізійних новин, тим більше вони використовують конфліктні рамки та рамки відповідальності, щоб повідомляти новини. Даніела В. Дімітрова та Колін Коннолі Ахерн використовували рамку конфлікту, гуманістичну структуру, структуру розподілу відповідальності, антивоєнну структуру тощо, серед яких можна побачити тінь загальної рамки.

2.3 Проведення дослідження та способи отримання результатів

Згідно зі звітом, наданим базою даних People's Daily Online, за кількістю повідомлень станом на 31 жовтня 2022 року п'ятірку найбільш читаних повідомлень складають:

«Міжнародне спостереження: Імперія у стані війни народжує російсько-український конфлікт »

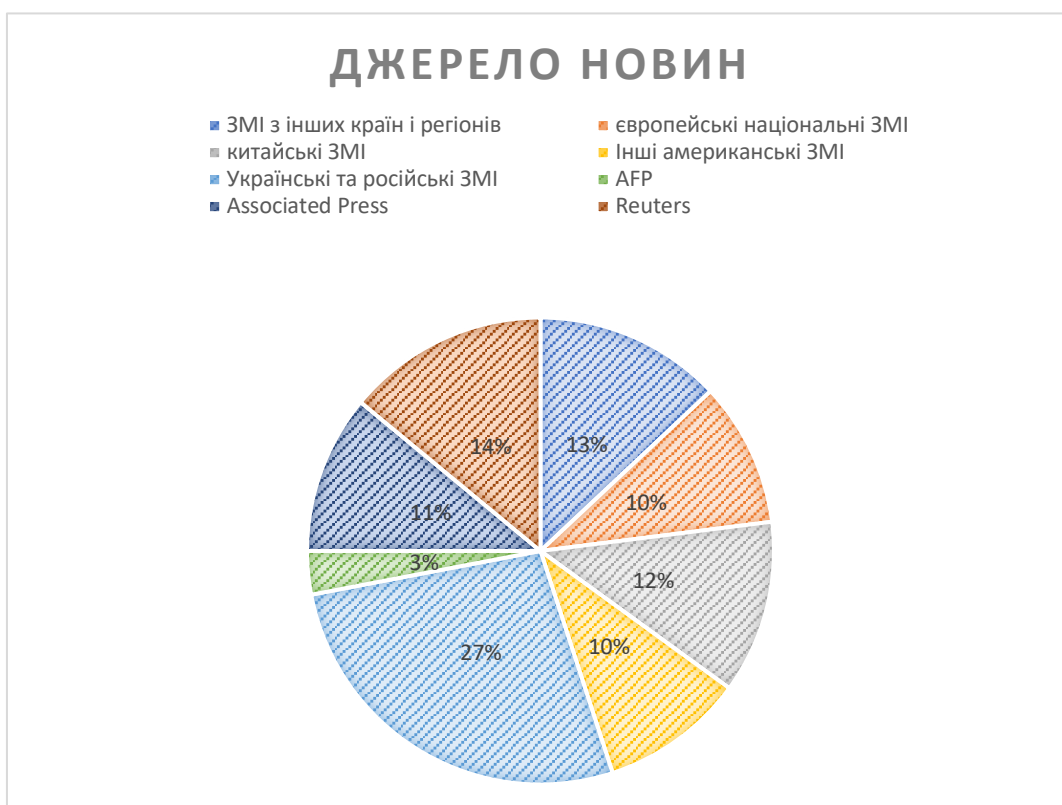
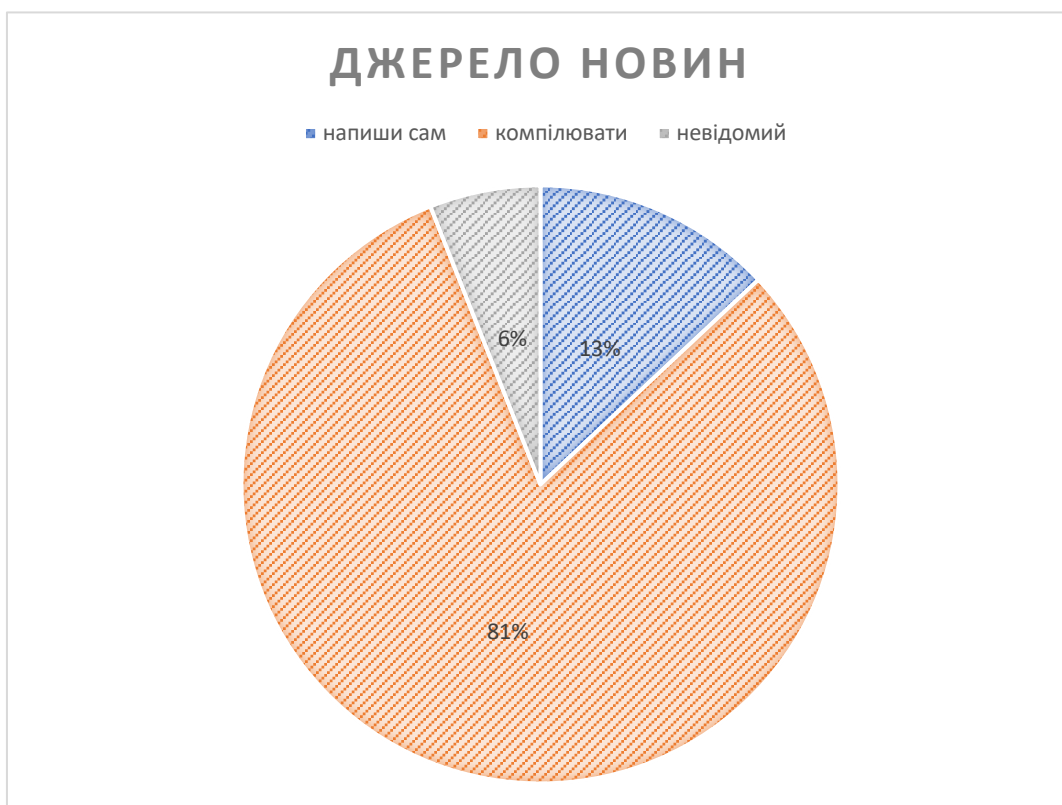
«Останній бойовий звіт, російська армія в Києві знищена, український уряд переглянув комендантську годину»

«Російсько-українська війна ще більше тисне на економічне відновлення Японії»

«Тристороння зустріч викликає занепокоєння, перспектива мирних переговорів між Росією і Україною поки незрозуміла»

«Чому Маріуполь став осередком російсько-українського конфлікту»

За результатами аналізу джерел новин підсумок наведено на малюнку :



Неможливо, щоб ЗМІ будь-якої країни повідомляли міжнародні новини самостійно. Серед 942 новин про Україну, проаналізованих сайтом «People's Daily Online», CCTV самостійно зібрала 125 новин, що становить 13,3% від

загальної кількості; зібрано 760 новин, що становить 80,7% від загальної кількості, без позначивши 57 джерел новин, що становить 6%.

Судячи з цих простих показників, для покращення потужності міжнародної комунікації першочерговим завданням є підвищення здатності самостійного збору міжнародних новин. Крім того, він аналізує джерело медіа при складанні новин, з якого медіа отримувати новини є втіленням медіа-тенденції. Після статистичних даних можна виявити, що кількість українських та російських ЗМІ досягла 27%, що є найвищою часткою серед усіх джерел ЗМІ, хоча окрема частка ЗМІ західних країн не така висока, як в Україні та Росії, на нього припадає 100% від загальної кількості. Близько 46%, майже половина, серед яких обсяг інформації від відомих західних інформаційних агентств, таких як Reuters та Associated Press, все ще привертає увагу; ще 12% надходять з інших китайських внутрішніх ЗМІ.

Загалом новини, зібрані власноруч People.cn у звітах про російсько-українську війну, а також новини з інших основних засобів масової інформації Китаю становлять 25% від загальної кількості. У цій запеклій боротьбі з медіа досвід і технології Китаю продовжують формувати порядок денний для світу, але вже не має переважного впливу. Жіночий день онлайн фактично сформував тристороннє протистояння між західними ЗМІ, китайськими ЗМІ, українськими та російськими ЗМІ у використанні медіаджерел. Однією з моделей більше не є одностороннє цитування західних ЗМІ, що дозволяє глядачам бачити новини з багатьох джерел. Ви повинні знати, що розвинуті країни Заходу завжди були гегемонами світового дискурсу, і ситуація «Захід сильний, а Схід слабкий» призвела до того, що дві третини світової інформації надходять із Європи. і американських країн до країн, що розвиваються.

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1 Загальна характеристика проблем, виявлених в дослідженні «People's Daily Online» про конфлікт між Росією та Україною

Міжнародні новини — це вікно для розуміння світу, а повідомлення про міжнародні політичні конфлікти можуть краще відображати рівень повідомлень ЗМІ в країні. Із зміцненням національної могутності Китаю Китай і світ тісно пов'язані. Своєчасні та вичерпні міжнародні новини допоможуть місцевим людям зрозуміти відносно повний зовнішній світ. Оскільки міжнародні новини перетинають національні кордони та мають очевидні крос-культурні особливості, аудиторії важко розрізнити, чи є міжнародні новини, які повідомляють ЗМІ, правдивими чи неправдивими. Медіа-персонал повинен бути хорошим «сторожем» інформації та прагнути дозволити аудиторія розуміє міжнародні події реальну ситуацію та тонкощі. Українська криза триває вже більше року, привертає увагу ЗМІ з усього світу та має далекосяжні наслідки. Завдяки згаданому вище аналізу на прикладі People's Daily Online ми виявили, що основні китайські ЗМІ мають такі явища, коли повідомляють про міжнародні політичні конфлікти:

3.2 Компіляція новин з іноземних джерел

В епоху, коли контент є головним, чим більше оригінальних рукописів має ЗМІ, тим сильнішими є його комунікаційні можливості. У звіті People's Daily Online про кризу в Україні ми розділили джерела новин на три категорії: новини, зібрані власноруч, скопільовані новини та новини з невідомих джерел. Результати показали, що 80% отримано від компіляції іншої медіаінформації, і лише 13% було зібрано власноруч. Однією з проблем компіляції новин є те, з якого ЗМІ брати інформацію. Як ми всі знаємо, будь то державні ЗМІ, громадські ЗМІ чи приватні ЗМІ, вони повинні мати певні національні атрибути, тому що в оточенні історичних традицій, національного характеру, політичної системи, економічної системи, ідеології та цінностей ЗМІ хочуть бути повністю відірваний від зовнішнього світу мало ймовірно. Це

визначає те, що ЗМІ більшою чи меншою мірою, явно чи приховано, відображатимуть позицію країни, висвітлюючи міжнародні події. Коли китайські ЗМІ вибирають цю різну медіа-інформацію, з одного боку, достовірність інформації потрібно перевірити, а з іншого боку, легко ігнорувати приховані цінності, які стоять за цими новинами. У репортажі про російсько-український конфлікт «People's Daily Online» дуже добре вміє цитувати інформацію західних інформаційних агентств і ЗМІ, і водночас компіювати багато новин з українських ЗМІ, порушуючи давню ситуацію, що країни Великобританії та Америки мають право виступати на міжнародних заходах. Нехай аудиторія подивиться на кризу з точки зору України.

Серед іншої інформації китайських ЗМІ, яку використовує «People.cn», велика частина походить від аналізу та коментарів цих ЗМІ, які з'являються в розділі «People's Daily Online» і рідко стають джерелами новин з перших рук. Національне інформаційне агентство нашої країни Daily News дуже рідко з'являється в "People's Daily Online" як джерело інформації. Значною мірою "People's Daily Online" спирається на інформацію з іноземних ЗМІ.

3.3 Акценти, виявлені в представленні російсько-української війни

Коли китайські вчені звертаються до терміну «гуманістична турбота», більшість із них цитує висловлювання пана Юй Уцзіня: «Гуманістична турбота призначена для людей. Турбота про умови життя, утвердження людської гідності та умов життя, які відповідають природі людини, прагнення до звільнення і свободи людини.»

Простіше кажучи, гуманістична турбота означає приділяти увагу виживанню та розвитку людей, піклуватися, любити та поважати людей. Тобто центром гуманістичного піклування є «люди».

З точки зору домінуючої структури та основних тем звіту, «People's Daily Online» зосереджується на показових конфліктах російсько-української війни, грі між великими державами та системі конфлікту, структурі розподілу відповідальності та системі взаємовідносин великих сил. Теми звітів також

приділяли більше уваги посередництву міжнародної спільноти проти російсько-української війни, сформованій громадській думці та змінам у дипломатичних відносинах між країнами, тоді як відносно мало звітів було зроблено про жертви, спричинені кризою, та життя людей. місцевих жителів в Україні. Аналізуючи одночасне озвучення новин, ми виявили, що «People's Daily Online» дав звичайним людям можливість висловити свій голос, що є проявом більшої уваги до громадської думки. "Женева газета онлайн" дозволяє глядачам побачити словесну боротьбу політиків навколо російсько-української війни та напругу між українською армією та російською армією. Однак, окрім конфліктів, мають бути також питання розвитку міста та життя людей. бути висвітленим ЗМІ увага погляд. Гуманістична основа означає, що більше звичайних людей під час кризи стають перед камерою, щоб показати своє життя, що не лише забезпечує перспективу для новин, але й відображає послідовну філософію Китаю «миру та розвитку». Допоможіть сформуванню гарний імідж Китаю. у репортажах про міжнародні події.

Основне занепокоєння телеглядачів полягає в тому, щоб новини могли дати їм основу для оцінки поточної ситуації та майбутніх ринкових тенденцій.

Поєднання політичних тем, які їх хвилюють, з економічними трендами, безсумнівно, є проявом задоволення потреб аудиторії в нову еру. Дивлячись на новий раунд глобальної економіки Китаю, Україну можна розглядати як центральну фігуру на всій китайській глобальній економічній шахівниці. З точки зору логістики, Україна розташована на важливій вузловій станції на новому «Шовковому шляху» з Китаю до Західної Європи. Це важлива релейна станція та станція постачання, що з'єднує китайську та європейську залізницю, а також важлива частина китайської залізниці. Стратегія перевезення вантажів.. Само собою зрозуміло, що величезні сільськогосподарські угіддя України мають велике значення для довгострокового рентабельного імпорту продовольства Китаєм. Неможливо недооцінити значення співпраці між Китаєм та Україною у сфері військових технологій та інших стратегічних проектів для підтримки економічної безпеки Китаю, економічної стабільності

та економічного зростання. У цьому сенсі зміни в Україні стали для Китаю нестабільною змінною для підтримки економічного зростання. Сьогодні, коли світова економіка тісно пов'язана, «People.cn», як авторитетна новинна платформа, якщо вона докладніше розповідатиме про ситуацію в Україні з економічної точки зору, безсумнівно, завоює прихильність більшої кількості глядачів, які потребують економічна інформація.

3.4 Вплив національних інтересів і зовнішньої політики на висвітлення війни

Міжнародні новини — це новини з сильною політологією. Американський учений Фортнер одного разу висунув відомий висновок: «У певному сенсі всі міжнародні комунікації є політично забарвленими, і комунікації можуть мати відверто політичний характер або неявно політичний характер. політична та економічна політика країни». Новини про міжнародні політичні конфлікти, як категорія міжнародних новин, безсумнівно, є більш політичними та тісніше пов'язаними з національними інтересами та зовнішньою політикою. «People's Daily Online» розповідав про російсько-українську війну уважно стежив за розвитком інциденту та робив відповідні репортажі про гарячі події в різні періоди. Ці звіти загалом відстоюють «професійну та неупереджену» позицію, окрім цитування відповідних коментарів інших ЗМІ, вони рідко висловлюють власну точку зору щодо самого інциденту. Це узгоджується з дипломатичним принципом, що "Китай завжди дотримувався принципу невторчання у внутрішні справи інших країн і поважав суверенітет і територіальну цілісність України". «Женева газета онлайн» виконувала роль спостерігача протягом усього розвитку інциденту, представляючи протиріччя та конфлікти всіх сторін. Вибираючи структуру звіту, вона підкреслює рамку конфлікту, структуру розподілу відповідальності та рамку основних відносин влади, демонструючи серйозне ставлення основних засобів масової інформації до звернення уваги на зміни та вирішення

міжнародних конфліктів, щоб люди, що живуть, в куточку світу можна зрозуміти тенденцію розвитку всіх міжнародних відносин.

Проте завдяки наведеному вище аналізу ми виявили деякі тонкі відхилення в кадрі. China News також використали новини, опубліковані російськими ЗМІ в каналі джерела новин, надавши російським чиновникам та їхнім лідерам більше пояснень. Можливості для вашої власної точки зору. У процесі серйозних змін у відносинах між великими державами через відмінності стратегічних інтересів між Китаєм, Росією та Сполученими Штатами важко усунути протиріччя та розбіжності з деяких основних міжнародних питань. стискання, стримування та протидії Боротьба, така як стримування, посилюватиметься та триватиме. І Китай, і Росія є цілями стримування США, що є характерною рисою відносин між Китаєм, Росією та США. Щоб впоратися зі стримуванням Китаю західними силами, такими як Сполучені Штати, Китаю необхідно продовжувати підтримувати китайсько-російське стратегічне партнерство, покладатися на Росію для реалізації гри між великими державами та захищати власні інтереси; Росія також потрібно використовувати китайсько-російське стратегічне партнерство, щоб стримати Сполучені Штати та відновити свій статус і економічну могутність. Якщо Китай і Росія хочуть підтримувати та досягати вищевказаних цілей, вони повинні продовжувати дотримуватися непохитного стратегічного партнерства координації. На тлі розвитку таких державно-державних відносин у висвітленні російсько-української війни «Женщина житла» вплинула на національні інтереси та зовнішню політику Китаю, а також надала перевагу деяким російським новинним ресурсам. Повідомлення про обстановку війни є певною мірою ухильним.

ВИСНОВКИ

Українсько-російські відносини — це група значних у міжнародному співтоваристві двосторонніх відносин. Україна є точкою опори Євразії, яка зачіпає інтереси Росії, США та Євросоюзу. Важливе стратегічне положення України призвело до важких життєвих умов, і вона змушена нести вплив гри великих держав. Проте в сучасному середовищі міжнародної спільноти оволодіння міжнародною дискурсивною владою та міжнародним впливом означає взяти на себе ініціативу в зовнішніх справах. З точки зору іноземних ЗМІ, українським медіа корисніше зрозуміти конкурентів і визначити напрямок розвитку. Незважаючи на те, що китайські медіа є лише невеликою частиною міжнародних ЗМІ, після постійного розуміння та дослідження, поки відбувається кількісне накопичення, відбуватимуться якісні зміни. Нинішня війна між Росією та Україною ще не закінчилася. Україна, Росія та міжнародне співтовариство повинні підтримувати цілі та принципи Статуту ООН, поважати суверенітет і територіальну цілісність усіх країн і прагнути до мирного вирішення суперечок шляхом діалогу та консультацій. якнайшвидше, щоб визволити український народ від лихоліття війни.

У цьому дослідженні в якості об'єкта дослідження береться «People's Daily Online». Через велику кількість вибірок при кодуванні вибираються лише відносно важливі категорії, такі як джерело новин, тема звіту, джерело новин, одночасний звук тощо, а також теленовини. знімки, телевізійні новини і т. д. Унікальні характеристики телевізійних медіа, такі як тривалість новин і форма трансляції теленовин. Якщо взяти для прикладу кадри теленовин, то кадри, відібрані «People's Daily Online», також є матеріалами для аналізу фрейму, і вони не менш важливі для побудови фрейму теленовин. Припускається, що ці більш інтуїтивно зрозумілі функції новин можна проаналізувати в подальших дослідженнях.

Джерела

1. Ван Лін. Війна громадської думки в російсько-українській війні та її просвітництво [J] Академічні дослідження, 2022(09):73-79.
2. Лю Цзюнь. Аналіз впливу соціальних медіа на конфлікт між Росією та Україною [J] Народний форум, 2022(13): 108-111.
3. Хун Чанхуей. Зображення та наратив: пропаганда військового часу в епоху соціальних медіа [J] Media Watch, 2022(05):3641. DOI:10.19480/j.cnki.cmgs.2022.05.010.
4. Юань Дунці. Аналіз основних факторів, що впливають на об'єктивність звітності про військовий час [J]. News Fan, 2021(01):86-89. DOI:10.16017/j.cnki.xwahz.2021.01.025.
5. Цао Цзін. Дослідження ідеології американських медіа військового часу на початку 21 століття [J] Журнал Інституту науки і технологій Чунціна (видання соціальних наук), 2009(09):5051. DOI:10.19406/j.cnki.cqkjxhbskb.2009.09 .027.
6. People's Daily в Інтернеті (<http://www.people.com.cn/>)
7. Інтернет-база People's Daily (<http://data.people.com.cn/rmrb/20221209/1?code=2>)