

УДК 070

Научная статья

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ОСНОВНЫХ ОФИЦИАЛЬНЫХ СМИ КНР
С АУДИТОРИЕЙ
ВО ВРЕМЯ НОВОЙ КОРОНОВИРУСНОЙ ЭПИДЕМИИ**

Лай Линчжи

*ФГБОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный
университет”,
г. Санкт-Петербург, Россия*

АННОТАЦИЯ

В социально-политическом контексте Китая именно основные официальные СМИ, такие, как ССТV, газета “Жэньминь Жибао”, информационное агентство Синьхуа и играют роль главного, авторитетного источника информации и “смотровой башни” общества при его столкновении с внезапно возникающими общественным инцидентами.

Широко известен феномен “мы медиа” в КНР, означающий огромный потенциал влияния сетевых медиа, являющихся вызовом авторитету официальных СМИ. В таких условиях последние начали общественный интеграционный процесс с расширения интернет-каналов и развития с новых СМИ.

В данной статье анализируются инновационные практики взаимодействия с аудиторией основных государственных СМИ во время эпидемии на примере ССТV и “Жэньминь Жибао”.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инновационная практика, СМИ, Китай, эпидемии, медленный стрим, видеоблог, пользовательский контент.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.3.010

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ: 03.12.2021

В ОКОНЧАТЕЛЬНОМ ВАРИАНТЕ: 15.12.2021

Для цитирования: Лай Линчжи. Инновационные практики взаимодействия основных официальных СМИ КНР с аудиторией во время коронавирусной эпидемии / Линчжи Лай. – Текст : непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1, № 3. – С.122-142. – DOI 10.24334/KBSU.2021.1.1.010

ВВЕДЕНИЕ

Общественность сегодня выдвигает более высокие требования к медиа, их прозрачности и оперативности. Данная тенденция, безусловно, затронула и Китай. Социальные сети, новые медиа сегодня играют все более важную роль в агрегировании информации и формировании общественного мнения. Диверсификация информационных каналов привела к общему спросу на достоверность, правдивость сообщений и их профессиональную проверку.

С момента начала вспышки коронавирусной эпидемии нового типа общественность стала проявлять пристальный интерес к точным, нужным и объективным сведениям. Кроме того, в начальный период вспышки Covid-19 в медиа распространялись различные слухи, заговоры, в обществе доминировали: негативное настроение, неопределенность, беспомощность, паника, сомнение. Одной из главных задач почти для каждого СМИ стал ответ на вопрос, как правильно и эффективно общаться с аудиторией и соответственно с обществом. Основные официальные СМИ КНР, сталкиваясь с негативными коммуникативными эффектами, с самого начала стали применять инновационные подходы общения с аудиторией в новостном освещении событий, связанных с пандемией, и получили очевидные положительные

результаты. В реальном времени в официальных медиа объективно отражались ситуации на передовых линиях медицинских учреждений, что способствовало получению доверия к власти, вело к снижению беспокойства общественности и сплочению общества.

В научном дискурсе новые эффективные подходы по реагированию на внезапные публичные события рассматриваются в контексте интеграции новых и традиционных СМИ. В данный момент в научном сообществе уже существует целый ряд работ, посвященных изучению особенностей аудитории и специфики новостных материалов СМИ во время пандемии COVID-19, среди которых можно отметить работы Н. А. Ахметьяновой, Д. И. Садыкова [1], Н. С. Данковой, Е. В. Крехтуновой [2], О. С. Мухиной [12], М. Е. Пестовой, Е. А. Сафонова [13] и др. Кроме того, появилось достаточно большое количество научных работ, специально анализирующих специфику освещения коронавируса в китайских СМИ, например статьи О. И. Калинина [3], Луань Имэй, Чжан Яци [7], Хуан Чусинь, Вэнь Чуаньцзюнь [16]. Однако в большинстве перечисленных работ внимание акцентируется либо на языковых характеристиках новостных сообщений по указанной тематике, либо на политической позиции их авторов, либо на эмоциональной оценке текстов. Наша работа посвящена изучению инновационных практик основных официальных СМИ КНР по взаимодействию с аудиторией во время новой коронавирусной эпидемии, в чем и заключается ее научная новизна.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретико-методологической основой для данной работы стали научные статьи Ли Мутань, Г С Мельник, Му Лий,

Чжан Гуйлань, Чжан Лунхэ [4; 10; 11; 17; 18]. В работе используются дискурс-анализ и мониторинг массмедиа.

Эмпирической базой исследования стали новостные материалы, опубликованные основными официальными СМИ КНР, CCTV и “Жэньминь Жибао” на платформах новых СМИ, таких как Weibo, Wechat, douyin, а также распространяемые через мобильное приложение аудиовидеоконтенты CCTV-CMG Mobile. China Media Group Mobile (CMG Mobile), ранее известная как CCTV mobile, является флагманской платформой для комплексных аудиовизуальных сетевых медиа, основанных на новых технологиях, таких как 5G+4K/8K+AI. Это первая в Китае новая видеоплатформа 5G национального уровня, которая была запущена 20 ноября 2019 г. CMG Mobile стремится создать качественную социальную платформу видеоматериалов.

Хронологически рамки исследования охватывают период с официального начала и до окончания блокирования города Ухань (с 23 января по 8 апреля 2020 г.) в связи со вспышкой COVID-19.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Инновационные практики взаимодействия основных государственных СМИ с обществом во время эпидемии заключаются в следующем.

Во-первых, был применен “медленный стрим” (т. е. медленная прямая трансляция). О медленной прямой трансляции в китайском обществе пока нет точного теоретического определения. Термин “медленная” соотносится с понятием трансляция с эффектом перемотки благодаря специальному монтажу. В отличие от прямой трансляции традиционного типа в медленном стриме нет специально добавленной фоновой музыки, нет

сопровождающего пояснительного текста и повествования, нет ведущего, а трансляция с места события идет только в режиме реального времени. Трансляция, как правило, продолжительна, ритм передачи реальности медленный, и для съемки используются только фиксированные положения камеры. В процессе трансляции почти нет внешнего вмешательства. В медленном стриме объем информации в единицу времени не так велик, как в “быстрой прямой трансляции”, но “медленная прямая трансляция” информационно более прозрачна, а представленная картинка более объективна. С одной стороны, оригинальная картинка экрана такого рода без украшений более реалистично представляет весь процесс развития событий перед аудиторией, позволяет ей размышлять самостоятельно и оценить субъективно; с другой стороны, возможность конфигурации “медленная прямая трансляция +VR технология” дополнительно устраняет пространственное расстояние и обеспечивает автономность просмотра пользователей. Медленный стрим стремится показать сцену события реально и оригинально, что может предоставить аудитории возможность испытать сильное чувство соучастия непосредственно и быть свидетелем события. В нем разворачивание события и коммуникационный процесс осуществляются одновременно. Высокая степень интерактивности медленного стрима предоставляет возможности для аудитории на одной платформе: 1) своевременно публиковать комментарии; 2) ощущать дружеское общение, 3) чувствовать свою причастность к событиям; 4) находить себе кампанию; 4) интерпретировать информацию одновременно с различными группами людей; 5) получать разные точки зрения. Это позволяет аудитории преобразовывать публичные события, которые нелегко интерпретировать из-за

обилия и хаоса информационных потоков, в относительно простые для понимания личные впечатления [14, с. 95-96].

В общем ощущение присутствия, участия, контроля и сближение с фактом – вот чем привлекает аудиторию “медленная прямая трансляция” (медленный стрим). “Медленная прямая трансляция” представляет собой открытую платформу, расширяющую права людей и предоставляющую возможность любым желающим-пользователям быть главным участником и живым свидетелем события, а, может быть, и главным героем решения проблемы, умеющим давать мудрые советы в конкретных сценариях, что в, конечном счете, может сыграть положительную роль в достижении консенсуса и сплочения сил общества.

В процессе коммуникации при внезапных публичных событиях медленная прямая трансляция имеет очевидные преимущества в передаче информации с первой линии в режиме реального времени и повышении информационной прозрачности. На начальном этапе вспышки коронавируса из-за отсутствия медицинских ресурсов, таких как масок, больничных мест, врачей и так далее в обществе доминировали: переживание, паника, беспокорство, чувство беспомощности. С целью срочного расширения вместимости пациентов в больницах Уханя в городе с рекордной скоростью (всего за десять дней) построили больницы Хошэнь и Лэйшэнь. 27 января 2020 г. с самого начала строительства этих двух больниц аудиовизуальная новая медиаплатформа CCTV (название на английском China Media Group Mobile. Сокращённое название CMG Mobile) официально запустила круглосуточную “медленную прямую трансляцию” онлайн всего процесса строительства больниц. Миллионы пользователей сети стали “облачными наблюдателями”, свидетельствовали и контролировали ход строительства онлайн. “Медленный стрим”

транслировал “китайскую скорость”. В процессе стрима спонтанные своевременные комментарии пользователей и эмоциональные лозунги (“Ухань, давай же вперед!”, “Давай, Китай вперед!”, “Мы обязательно победим!”, “Мы с вами!”, “Да здравствует Китай!”, “Да здравствует Ухань!”) передавали поддержку, уверенность и позитивную энергию друг другу. “Облачное наблюдение” в реальном времени удовлетворяло психологические потребности аудитории, стремящейся к познанию фактов, и показало усилие борьбы с вирусом правительства и всей страны и стало “инструментом декомпрессии” общества.

Во-вторых, в процесс производства профессиональных новостных продуктов включался пользовательский контент. Как сказано выше, трансформация традиционных средств массовой информации, их интеграционное развитие с новыми медиа давно уже стало тенденцией и нормой нынешнего развития основных ведущих средств массовой информации КНР. Интегрируя с новыми медиа и соответственно расширяя каналы коммуникаций, традиционные СМИ Китая также стремятся преодолеть барьеры устаревающего производства новостного контента. Китайские официальные СМИ, учитывая огромное влияние гражданских журналистов и каждого простого интернет-пользователя, начали практиковать интегрирование профессионально произведенного контента (PGC) и пользовательского контента (UGC) [8; 18].

В научной статье Цзэн Сянминь, Цао Чу на тему “Инновационная практика производства новостного контента в профессиональных СМИ: Исследование подходов углубленной интеграции пользовательского и профессионального производства новостного контента” [18] обсуждается проблема поиска, выбора и проверки информации, предлагаемой пользователями и читательской аудиторией и намечаются основные подходы применения

пользовательского контента в процессе профессионального новостного производства со ссылкой на медиапроекты ведущих американских и западных СМИ, таких как CNN, BBC, NBC и The Guardian. Пользовательским контентом (UGC) могут быть комментарии пользователей, читателей, гражданских журналистов, обычного человека или представленные ими новости. Пользовательский контент с эффективностью, своевременностью, богатством тематики, близостью к аудитории, плюрализмом мнения и точек зрения может дополнить контент профессионального производства традиционной модели и предлагать традиционным СМИ новые возможности конструктивного диалога в эпоху интернет-технологии [8; 18, с. 34].

Одной из важных особенностей коммуникаций основных официальных СМИ во время распространения эпидемии является то, что производственные мощности контента, производимого пользователями, были включены в процесс производства новостных продуктов. Причем именно vlog как относительно новый формат видеоматериалов стал главным каналом включения пользовательского контента в процессе производства медиапродуктов основных авторитетных СМИ КНР.

Vlog, полное название видеоблог (видеоблог), также известный как видеодневник (video log), представляет собой форму контента, который персонифицированным образом записывает личную жизнь с помощью видео и делится им на онлайн-платформах. Создатель видео берет на себя роль главного героя и использует повседневную жизнь в качестве материала. Он объединяет текст, картинки, видео и аудио. Как форма видео, которая записывает повседневную жизнь, самой большой особенностью ее является подлинность и оригинальность контента. Он исполь-

зует личную историю автора-рассказчика, сопровождаемую яркой и замещающей эмоциональной атмосферой, которая полностью удовлетворяет любопытство аудитории и желание увидеть своими глазами жизнь других людей. Влог также имеет очевидные атрибуты обмена. Автор показывает свою жизнь посредством съемки видео, а также делится и обменивается жизненными фрагментами с аудиторией, что отвечает духовным потребностям молодых пользователей, которые стремятся к общению, и социальным потребностям межличностного общения [6].

Влог начал развиваться в Китае с 2017 г. Сначала лишь очень маленькая часть аудитории обратила на данный формат внимание. Со второй половины 2018 г. открылась новая ситуация с развитием формата влог. Когда влог был впервые представлен в Китае, поисковая интенсивность была незначительной. Со второй половины 2018 г., благодаря сотрудничеству и продвижению соответствующих отечественных платформ и популярных знаменитостей, объем поиска контента, связанного с влогом, начал стремительно расти. Все больше и больше людей начали обращать внимание на новый способ записи жизни и личной истории. Различные лидеры общественного мнения на онлайн-платформах начали снимать эксклюзивные влоги, что постоянно расширяло коммуникационную мощь и влияние влога; крупные бренды и платформы веб-сайтов также начали тестировать возможности настройки влога для повышения ценности бренда [6, с.12]. Основные официальные СМИ, стремясь поддержать внимание аудитории также начали внедрять данный новый формат в свою практику.

В начальный период распространения коронавируса vlog как новый интерактивный формат новостного сообщения активно применялся основными СМИ при освещении повседневной

борьбы с эпидемией, стал уникальным способом ознакомления с повседневной жизнью медиков на передовой и воспроизведения истории простых народов в борьбе с вирусом. Таким образом, официальные СМИ включили контент пользователей в профессиональные медиапродукты. Например, в серии специальных онлайн-видеоблогах, опубликованных “Жэньминь Жибао” под рубрикой “Блог о борьбе с эпидемией” на странице официального аккаунта в Weibo, рассказывается о личных историях медсестер, врачей, пациентов, простых людей во время эпидемии, слышанных от самих рассказчиков. Истории обычных людей дают зрителям более сильное ощущение присутствия на месте событий; находят душевный отклик и создают общий резонанс между рассказчиком и аудиторией.

По сравнению с обычными видеонюжностями, одной из особенностей видеоблога является нарратив, повествование истории из уст главного героя события, что подчеркивает подлинность, реальность и чувство присутствия; удовлетворяет любопытство аудитории и разрушает серьезную и стереотипную форму новостных сообщений в официальных СМИ, что было характерно для них в прошлом. В то же время стиль видеоблога естественен и непринужден. Персонажи рассказывают о своих личных переживаниях в кадре, добавляя разговорные, эмоциональные и интерактивные выражения, что в определенной степени рассеивает чувство дистанции профессионального репортажа, и делает его более близким для аудитории.

В-третьих, используются профессионально созданные короткие видеоролики. Как язык общения с ёмким контекстом, короткое видео обладает преимуществами низкого порога понятия, визуализации и интерактивности и может передавать аудитории

важную фактическую информацию простым, понятным и интуитивно наглядным образом. В то же время, в отличие от длинных видеороликов или графических форм с полной повествовательной структурой, короткие видеоролики требуют вхождения в суть истории и выделения ключевой информации в кратчайшие сроки, что обеспечивает высокую эффективность коммуникации и способность быстрой передачи ключевых моментов [5; 9; 15; 17].

Распространение информации об эпидемии на коротком видеоязыке может помочь аудитории быстро усвоить основную информацию и дать им удовлетворение от мгновенного получения информации. Во время эпидемии короткая и интуитивно наглядная видеоинформация обеспечила быстрое восприятие ключевых событий общественности. Традиционные средства массовой информации, такие как CCTV, “Жэньминь Жибао” использовали короткие видеоролики при освещении данных, при ознакомлении с профилактикой вируса, при передаче научно обоснованной достоверной информации и опровержении слухов. Такие новые медиа, как Wechat, Weibo, Douyin, Kuaishou и Weishi, стали передовыми платформами, освещающими актуальную информацию об эпидемии, передающими мнения экспертов и научно-популярные знания традиционных средств массовой информации. Основные официальные СМИ по очереди на платформах вышеобозначенных новых СМИ приглашали экспертов, имеющих научные знания об эпидемиях, публиковали научно-популярную информацию о профилактике вируса, ответы на вопросы и распространяли научно-популярные знания, чтобы повысить способность пользователей различать правдивую и ложную информацию.

Кроме того, огромная база пользователей платформ социальных сетей также сделала короткие видеоролики мощным каналом основных средств массовой информации для максимального распространения авторитетной информации и предотвращения распространения слухов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На ранней стадии, когда общественность находилась в состоянии “информационного голода”, распространялись актуальные новости в СМИ о последствиях эпидемии, а также отчеты по данным зараженных, количеству смертей и пр. В обществе распространились различные слухи, заговоры, доминировало негативное настроение, люди испытывали неопределенность, беспомощность, панику, сомнение. В таких обстоятельствах основные официальные СМИ КНР применили инновационные подходы общения с аудиторией [19]. Используя медленный стрим, показывали целую реальную картинку события, позволяли аудитории, обществу быть его участником, свидетелями, давали им право “узнать правду” и “контролировать” ход события [20]; включали пользовательский контент в процесс производства профессиональных новостных продуктов и применяли новый формат видеосообщения vlog, позволяли аудитории непосредственно услышать историю самих рассказчиков, которые делились опытом, что способствовало получению доверия со стороны аудитории, снимало накал общественной напряженности и развеивало сомнение. Короткие видеоролики, легко принимаемые широкой аудиторией, способствовали популяризации научных знаний об эпидемии, отвергали слухи, достигали нужного коммуникационного эффекта.

Таким образом, во время эпидемии официальные СМИ КНР как главный, авторитетный источник информации и “смотровая башня” общества, рупор правительства, инструмент направления общественного мнения учитывали реалии новой медиасреды, принимали инновационные подходы с целью создания конструктивного диалога с обществом, старались продемонстрировать информационную прозрачность, удовлетворять психологические потребности общества и достигать общественного консенсуса.

КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ. Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1]. Ахметьянова, Н. А. Распространение фейковых новостей во время пандемии COVID-19 / Н. А. Ахметьянова, Д. И. Садыков. – Текст : непосредственный // “Colloquium-journal”. – 2020. – № 8. – С. 78-81.

[2]. Данкова, Н. С. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет) / Н. С. Данкова, Е. В. Крехтунова. – Текст : непосредственный // Научный диалог. – 2020. – № 8. – С. 68-83.

[3]. Калинин, О. И. Дискурсивная метафора коронавируса в СМИ КНР/ О. И. Калинин. – Текст : непосредственный // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2020. – № 8. – С. 26-37.

[4]. Ли, М. Новостная игра: Новый способ представления новостей в эпоху интегрированных СМИ / Мутань Ли. – Текст : непосредственный // Медийный форум. – 2020. – № 9. – С. 39.

[5]. Ли, Цзин. Исследование инноваций в производстве микро-видеоконтента в ведущих медиа – на примере микро-видео “Жэньминь Жибао” / Цзин Ли, Дэфэн Тянь. – Текст : непосредственный // Коммуникация о науке и технике. – 2019. – №

16. – С. 7-12.

[6]. Ли, Ю. Распространение видеоблоков на основе теории диффузии инноваций / Юньлин Ли. – Текст : непосредственный // Исследование новых медиа. – 2019.– № 7. – С. 12-14.

[7]. Луань Имэй, Чжан Яци. Информационное представление и медийное выражение при освещении новой коронавирусной инфекции / Луань Имэй, Чжан Яци. – Текст : непосредственный // Новостной фронт. – 2020.– № 3. – С. 12-15.

[8]. Лю, И. Инновационная практика производства новостного контента профессиональных СМИ – Исследование о подходах глубокой интеграции контента пользовательского производства и профессионального производства / Ифэй Лю. – Текст : непосредственный // Современная коммуникация. – 2015. – № 11. – С. 34-41.

[9]. Ма, И. Повышение производительности коммуникационной мощности и силы сцепления в процессе инновации - практика создания короткого видеоконтента на сайте Синьхуа / Ицюнь Ма . – Текст : непосредственный // Новость и письмо. – 2018. – № 11. – С. 89-92.

[10]. Мельник, Г. С. Перспективы медиа в пространстве интернета / Г. С. Мельник. – Текст : непосредственный // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2. – С. 10-12.

[11]. Му, Л. Интеграционная коммуникация и инновация ведущих СМИ во время эпидемии Covid-19 / Лий Му. – Текст : непосредственный // Журналистское исследование. – 2020. – № 2. – С. 60-63.

[12]. Мухина, О. С. Тема коронавируса в контексте теории установления повестки дня / О. С. Мухина. – Текст : непосредственный // Проблемы массовой коммуникации: материалы международного науч.-практ. конф. исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью (14-16 мая 2020 г., Воронеж) / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Типолаборатория факультета журналистики ВГУ, 2020. – С. 35-37.

[13]. Пестова, М. Е. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ / М. Е. Пестова, Е. А. Сафонов.

– Текст : непосредственный // Медиасреда. – 2020. – № 17. – С. 166-172.

[14]. Сун, Ц. Рассказ об интеграции и инновациях в новостной среде на основе перехода от “быстрой прямой трансляции” до “медленной прямой трансляции” - на примере анализа видео CCTV “Китайская скорость” о строительстве больниц Хошэнь и Лэйшэнь / Цзинхуэй Сун. – Текст : непосредственный // Исследование новых медиа. – 2020. – № 7. – С. 95-96.

[15]. Сюй, Д. Короткие видеоролики и прямые трансляции в эпоху мобильного Интернета / Дан Сюй, Цянь Ли. – Текст : непосредственный // Новостной фронт. – 2017. – № 15.

[16]. Хуан, Ч. Анализ характеристики освещения об эпидемии коронавирусной пневмонии / Чусинь Хуан, Чуаньцзюнь Вэнь. – Текст : непосредственный // Новостной форум. – 2020. – № 1. – С.14-17.

[17]. Цзэн Сянминь, Ван Цзы. Создания микро-видео и стратегии инноваций / Цзэн Сянминь, Ван Цзы. – Текст : непосредственный // Телевизионное исследование. – 2018. – № 6. – С. 25-36.

[18]. Цзэн, С. Инновационная практика производства новостного контента в профессиональных СМИ – Исследование подходов углубленной интеграции пользовательского и профессионального производства новостного контента / Сянминь Цзэн, Чу Цао.– Текст : непосредственный // Современная коммуникация. – 2015. – №11. – С.34-41.

[19]. Чжан, Г. Новый подход мобильной прямой трансляции в эпоху “Мы-медиа”/ Гуйлань Чжан. – Текст : непосредственный // Исследование коммуникационной силы. – 2019. – № 3. – С. 116.

[20]. Чжан, Л. Пространственное поле, ракурс и дискурс: как рассказать историю борьбы с эпидемией – на примере анализа короткого видео “Ухань: дневник борьбы с эпидемией”/ Лунхэ Чжан . – Текст : непосредственный // Современное телевидение. – 2020. – № 4. – С. 42-44.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Лай Линчжи

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций,
Санкт-Петербургский государственный университет,
1-я линия В.О., д. 26, Санкт-Петербург, 199004, Россия
Кандидат политических наук, старший преподаватель,
e-mail: 1169478672@qq.com
ORCID: 0000-0003-3180-9286

INNOVATIVE PRACTICES OF INTERACTION OF THE MAIN OFFICIAL MEDIA OF THE PRC WITH THE AUDI- ENCE DURING THE CORONAVIRUS EPIDEMIC

Lai Lingzhi

*St. Petersburg State University,
Saint-Petersburg, Russia*

ABSTRACT

In the socio-political context of China, it is the main official media such as CCTV, the Xinhua News Agency, and the People's Daily newspaper that play the role of the main, authoritative source of information and the “observation tower” of society when confronted with a sudden public incident.

The phenomenon of “we media” in China has long been widely known, meaning the huge potential of the influence of new media, the Internet environment and each of their users on public opinion and their challenge to the authority of the official media in this country. Under such conditions, the official media of the People's Republic of China began the integration process of development with new media, expanding the channels of existence and functioning.

This article discusses the new innovative practices of the main state media during the epidemic on the example of the analysis of CCTV and People's Daily.

KEY WORDS innovative practice, mass media, China, epidemics, slow stream, video blog, user content.

DOI 10.24334/KBSU.2021.1.3.010

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 26.05.2021

REVISION SUBMITTED: 26.06.2021

FOR CITATION: Lai Lingzhi (2021) Innovacionnyye praktiki vzaimodejstviya osnovnyh oficial'nyh SMI KNR s auditoriej vo vremya koronavirusnoj epidemii [Innovative practices of interaction of the main official media of the PRC with the audience during the coronavirus epidemic]. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovaniye. Slovesnost'*. Vol. 1, no. 3, pp. 122-142. DOI 10.24334/KBSU.2021.13.010

COMPETING INTERESTS. The author declares that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY. The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the authors.

BIBLIOGRAPHY

[1]. Akhmetyanova N. A., Sadykov D. I. (2020) Rasprostraneniye feykovykh novostey vo vremya pandemii COVID-19 [The spread of fake news during the COVID-19 pandemic]. *Colloquium-journal*. No. 8. Pp. 78-81. (In Russian).

[2]. Dankova N. S., Krekhtunova E. V. (2020) Rerezentatsiya pandemii v SMI: metaforicheskiy obraz voyny (na materiale ameri-

kanskikh gazet) [Representation of the pandemic in the media: a metaphorical image of war (based on the material of American newspapers)]. Scientific dialogue. No. 8. Pp. 68-83. (In Russian).

[3]. Kalinin O. I. (2020). Diskursivnaya metafora koronavirusa v SMI KNR [The discursive metaphor of the coronavirus in the Chinese media]. Herald of the MGLU. Humanities, No. 8. Pp. 26-37. (In Russian).

[4]. Li Mutan. (2020). Novostnaya igra: Novyy sposob predstavleniya novostey v epokhu integrirovannykh SMI [News Game: A New Way of Presenting News in the Era of Integrated Media]. Media forum. No. 9. P. 39. (In Chinese).

[5]. Li Jing, Tian Defeng (2019). Issledovaniye innovatsiy v proizvodstve mikro-videokontenta v vedushchikh media - na primere mikro-video "Renmin Zhibao" [Research of innovations in the production of micro-video content in leading media - on the example of micro-video "People's Daily"]. Communication about science and technology. No. 16. Pp. 7-12. (In Chinese).

[6]. Li Yunling (2019). Rasprostraneniye videoblokov na osnove teorii diffuzii innovatsiy [Distribution of video blocks based on the theory of diffusion of innovations]. Research of new media. No. 7. Pp. 12-14. (In Chinese).

[7]. Luan Yimei, Zhang Yaqi (2020). Informatsionnoye predstavleniye i mediynoye vyrazheniye pri osveshchenii novoy koronavirusnoy infektsii [Informational representation and media expression in the coverage of a new coronavirus infection]. News front. No. 3. Pp. 12-15. (In Chinese).

[8]. Liu Yifei. (2015). Innovatsionnaya praktika proizvodstva novostnogo kontenta professionalnykh SMI – Issledovaniye o podkhodakh glubokoy integratsii kontenta polzovatel'skogo proizvodstva i professional'nogo proizvodstva [Innovative practice of producing

news content of professional media - A study on approaches to deep integration of user - generated content and professional production]. Modern communication. No. 11. Pp. 34-41 (In Chinese).

[9]. Ma Yiqun (2018). Povysheniye proizvoditelnosti kommunikatsionnoy moshchnosti i sily stsepleniya v professe innovatsii-praktika sozdaniya korotkogo videokontenta na sayte Sinkhua [Improving the productivity of communication power and coupling strength in the innovation process- the practice of creating short video content on a website Xinhua]. News and letter. No. 11. Pp. 89. (In Chinese).

[10]. Melnik G. S. (2013) Prospects of media in the Internet space [Prospects of media in the Internet space]. Journalistic Yearbook. No. 2. Pp. 10-12.

[11]. Mu Liyi (2020). Integratsionnaya kommunikatsiya i innovatsiya vedushchikh SMI vo vremya epidemii Covid-19 [Integration communication and innovation of leading mass media during the Covid-19 epidemic]. Journalistic research. No. 1. Pp. 60-63. (In Chinese).

[12]. Mukhina O. C. (2020) Tema koronavirusa v kontekste teorii ustanovleniya povestki dnya. Problemy massovoi kommunikatsii: materialy mezhdunar. nauch.-praktich. konf. issledovatelei i prepodavatelei zhurnalistiki. reklamy i svyazey s obshchestvennostyu (14-16 maya 2020 g. Voronezh) [The topic of coronavirus in the context of the theory of setting the agenda. Problems of mass communication: materials of the International scientific and practical conference of researchers and teachers of journalism, advertising and public relations] (May 14-16, 2020, Voronezh) / edited by V.V. Tulupov. Voronezh: Type Laboratory of the Faculty of Journalism of VSU. Pp. 35-37. (In Russian).

[13]. Pestova M. E., Safonov E. A. (2020) Pandemiya novogo desyatiletiya: osveshcheniye temy koronavirusa v SMI [The pandemic of the new decade: coverage of the topic of coronavirus in the media]. Media environment. No. 17. Pp. 166-172 (In Chinese).

[14]. Song Jinghui (2020). Rasskaz ob integratsii i innovatsiyakh v novostnoy srede na osnove perekhoda ot "bystroy pryamoy translyatsii" do "medlennoy pryamoy translyatsii" - na primere analiza video CCTV "Kitayskaya skorost" o stroitelstve bolnits Khoshen i Leyshen [A story about integration and innovation in the news environment based on the transition from "fast live broadcast" to "slow live broadcast" - using the example of CCTV video analysis "Chinese Speed" about the construction of hospitals in Hoshen and Leishen]. New media research. No. 7. Pp. 95-96 (In Chinese).

[15]. Xu Dan, Li Qian (2017). Korotkiye videoroliki i pryamyye translyatsii v epokhu mobilnogo Interneta [Short videos and live broadcasts in the era of the mobile Internet]. The news front. No. 15. Pp. 58. (In Chinese).

[16]. Huang Chuxin, Wen Chuanjun (2020). Analiz kharakteristiki osveshcheniya ob epidemii koronavirusnoy pnevmonii [Analysis of the characteristics of the coverage of the epidemic of coronavirus pneumonia]. News forum. No. 1. Pp. 14-17. (In Chinese).

[17]. Zeng Xiangmin, Wang Zi (2018). Sozdaniya mikro-video i strategii innovatsiy [Micro-video Creation and Innovation Strategies]. Television research. No. 6. Pp. 6 (In Chinese).

[18]. Zeng Xiangmin, Cao Chu. (2018). Innovatsionnaya praktika proizvodstva novostnogo kontenta v professionalnykh SMI - Issledovaniye podkhodov uglublennoy integratsii polzovatel'skogo i professionalnogo proizvodstva novostnogo kontenta [Innovative practice of News Content Production in Professional Media] - Research of

approaches to in-depth integration of user and professional news content production. *Modern communication*. No. 11. Pp.34-41. (In Chinese).

[19]. Zhang Guilan. (2019). *Novyy podkhod mobilnoy pryamoy translyatsii v epokhu "My-media"* [A new approach to mobile live streaming in the era of "We are Media"]. *The study of communication power*. No. 3. Pp. 116. (In Chinese).

[20]. Zhang Longhe. (2020). *Prostranstvennoye pole. rakurs i diskurs: kak rasskazat istoriyu borby s epidemiyey - na primera analiza korotkogo video "Ukhan: dnevnik borby s epidemiyey"* [Spatial field, perspective and discourse: how to tell the story of the fight against the epidemic - based on the analysis of the short video "Wuhan: Diary of the fight against the epidemic"]. *Modern television*. No. 4. Pp. 42-44. (In Chinese).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Lai Lingzhi,

School of Journalism and Mass Communications,
St Petersburg State University,

VO, 1 Line, 26; St. Petersburg, 199004, Russia.

Candidate of Political Sciences, Senior Lecturer

e-mail: 1169478672@qq.com,

ORCID: 0000-0003-3180-9286