

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/statya/33885>

Тип работы: Статья

Предмет: Журналистика

-

Назначение и аудитория русскоязычных СМИ КНР

Опыт Китая и России по обращению друг к другу посредством СМИ имеет сложную историю и «географию» взаимодействия. Образ Китая, воплощающийся в публикациях русскоязычных СМИ КНР, создает особое восприятие картины деятельности этой страны и ее народа и направлен на формирование и коррекцию общественного мнения с помощью усиления имиджевой привлекательности.

Таким образом, медиаобраз Китая, который раскрывается в публикациях на тему российско-китайских отношений, обладает сложной многокомпонентной структурой, которая совмещает в себе черты реального жизнеподобия (отражение) и журналистской интерпретации (преображение), способствует укреплению позитивных и коррекции негативных стереотипов за счет опоры на архетипы и ценностные ориентиры массовой аудитории.

Деятельность национальных СМИ Китая, которые также являются важными носителями национальных культур, направлена, прежде всего, на поддержку интересов своей страны. Поэтому сообщения о жизни и различных событиях в Китае преподносятся в ракурсе мнения, сформированного в России о Китае. Китай как государство, безусловно, озабочен тем, чтобы его образ за границей был достаточно привлекательным и способствовал развитию, расширению и укреплению межгосударственных, экономических, политических и культурных связей.

Анализ информационного пространства в России показал, что в настоящее время в российском Интернете существует около 250 сайтов, посвященных китайской тематике. Однако среди них нет ни одного, которое предоставляло бы доступную возможность познать в совокупности все стороны жизни и деятельности Китайской Народной Республики, ее традиции, культуру, историю, экономику, политику и социальные отношения.

Межкультурная коммуникация становится важным инструментом взаимодействия Китая и России. Каждая культура представляет собой самостоятельный мир, любую иную культуру люди воспринимают через призму своей культуры.

В представлении россиян Китай - это страна со сложившейся традиционной культурой, доминантой которой являются аутентичные культурные традиции, связанные с уважением древних учений, своеобразной кухней и особым строем мышления. С одной стороны, это помогает Китаю отставить свою культурную независимость, но с другой - иногда мешает развитию и модернизации. Для развития межкультурной коммуникации в современном обществе необходимо развивать средства массовой информации, которые способны поставлять нашим странам информацию друг о друге для улучшения взаимопонимания. В этом русле работа обоих государств строится на поддержке различных периодических печатных изданий, интернет-сайтов, теле- и радиоканалов как на китайском, так и на русском языках.

Традиционные культурные ценности китайской нации, такие как Конфуцианство, Даосизм, Народная медицина, Гунфу и т. п., возбуждают большой интерес у российских читателей. Многие русскоязычные читатели проявляют интерес к китайскому «экономическому чуду». Кроме специальных экономических рубрик другие темы также касаются экономических моментов. Экономическая информация должна быть главной составной частью журнала о Китае.

1. Барабаш В.В., Бордюгов Г.А., Котеленец Е.А. Образы России в мире. Учебное пособие. – М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2010. – 296 с.
2. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Аспекты теории фразеологии. – М., 2008. – 656 с.
3. Бережных В. О Проекте «России и Китай в XXI веке» [Электронный ресурс]. URL: <http://ruchina.org/chinaarticle/china/233.html>
4. Ван Суй. Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект). Автореф. ... дис. к.филол.н.. – Санкт-Петербург, 2012. – 19 с.
5. Вирен Г.В. Современные медиа. Приемы информационных войн. М.: Аспект-Пресс, 2013. 126 с.

6. Евдокимов. Е. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы. - М. - 2011. - Том 9, № 1(25). // Сайт «Intertrends.ru» [Электронный ресурс].
URL.:<http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/009.htm>
7. Засурский Я.Н. От электронного общества к мобильному / Информационное общество. 2008. Вып. № 5-6. С. 30-34.
8. Зегонов О.В. Роль глобальных СМИ в мировой политике. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. канд. полит.наук. М., 2009. 21 с..
9. Официальный сайт информационного агентства «Синьхуа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xinhuanet.com>
10. Официальный сайт Китайского информационного интернет-центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.china.org.cn>; Официальный сайт радио «Голос России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus.ruvr.ru>; Официальный сайт Информационного центра Совета Европы в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://coe.ru>; Официальный сайт информационного портала «Время Востока» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.easttime.ru>
11. Русско-китайские отношения (1689 – 1916). Официальные документы. – М., 1958; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы. Т. I (1608 – 1683). – М., 1969; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы. Т. II (1686 – 1691). – М., 1972
12. Чжоу Шэн и др. Исследование по функциональным стилям русского языка[Текст]. Пекин, Изд. обучения и исследования ин. яз., 1999 г., С. 191.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/statya/33885>