

## Сравнение медиадискурса русскоязычного издания Magazeta в Telegram и WeChat каналах (на основе контент-анализа и интервью с редактором)

Научный руководитель – Смолярова Анна Сергеевна

*Мерзлякова Дарья Валерьевна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: dar.merzlyackova@yandex.ru*

В процессе быстрого развития цифровых технологий в области коммуникации произошла глобализация информационного пространства, что, несомненно, отразилось на политическом, экономическом и культурном уровне России и Китая [п. 3].

Изучение медиадискурса в аспекте китайской культуры на платформах русскоязычных новых медиа представляется перспективным по целому ряду причин: медиа платформы дают возможность для межкультурного обмена и являются своеобразным «плавающим котлом», где осуществляются транскультурные стандарты коммуникации. В тоже время через призму русскоязычных СМИ формируются некоторые стереотипы, вырабатывающие определенные маркеры по отношению к китайской культуре.

Целью исследования стало определение профессиональной идеологии Интернет-издания Magazeta. В процессе исследования публикаций был использован метод контент-анализа и метод глубинного интервью с редактором.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. на основе теоретического материала о современных медиа выдвинуть ряд гипотез;
2. выполнить контент-анализ материала, опубликованного изданием Magazeta в Telegram и WeChat каналах за 2020-2021 гг.;
3. провести интервью с редактором издания, изложить полученную информацию в рамках выдвинутых гипотез;
4. сравнить результаты исследования медиадискурса и результаты беседы с редактором, подтвердить или опровергнуть выдвинутые гипотезы.

В рамках решения поставленных задач был исследован теоретический материал и выдвинуты следующие гипотезы:

1. медиадискурс Telegram и WeChat каналов издания Magazeta способствует пересечению двух культур (русской и китайской) и формирует транскультурное пространство [п. 2];
2. содержание каналов издания Magazeta является фактором сегментации целевой аудитории [п. 1];
3. оригинальные WeChat и Telegram каналы не способствуют расширению аудитории в рамках русскоязычного Интернет-издания о китайской культуре [п. 5].

Исследование материалов Telegram и WeChat каналов с точки зрения медиадискурса русскоязычного издания Magazeta на основе первой гипотезы показало, что результаты контент-анализа совпали с результатами глубинного интервью. Выбранное издание отвечает запросам аудитории, а многообразие тем и вопросов, освещаемых на виртуальных страницах издания, подтверждает широкий интерес пользователей и высокую значимость информативной и развлекательной интенции русскоязычных медиа о Китае. Коммуникативные стратегии, которые были названы редактором (широкое использование подкастов,

чат для пользователей) говорят о главной миссии издания: создание межкультурного открытого диалога. Такое позитивное, адекватное и разнообразное представление материала способствует формированию положительного имиджа обеих стран в сознании целевой аудитории и предпосылке к дальнейшему развитию и укреплению международных отношений, что подтверждает первую гипотезу.

В ходе контент-анализа было установлено, что материал, публикуемый издательством на платформах WeChat и Telegram во многом несет в себе денотативный контекст, что способствует сегментации аудитории Magazeta. Поэтому целевая аудитория складывается из тех людей, которые не просто заинтересованы в китайской культуре, а вовлечены в китайскую жизнь и уже прочувствовали её на собственном опыте. В ходе глубинного интервью редактор также подтвердила данную гипотезу, однако отметила, что издательство строго руководствуется правилами редакционной политики [4]. Также редактор высказала предположение, что такая особенность вызвана социокультурным фоном страны, так как все сотрудники издательства проживают в Китае и много лет испытывают на себе опыт китайской жизни.

Третья гипотеза о том, что Telegram и WeChat не может способствовать расширению аудитории в рамках одного Интернет-издания, была опровергнута нами по результатам исследования обоими методами. Контент-анализ материала и интервью с сотрудником показали, что редакторы издания не видят в социальных платформах эффективный способ расширения аудитории и в принципе не стремятся к этому. Однако в нашем исследовании было установлено, что использование сетевых платформ Telegram и WeChat для освещения китайской культуры можно рассматривать как верный способ расширения аудитории за счет мобильности сервиса (наличие чата в режиме реального времени, особенно популярных постов в формате сервисной журналистики), а также наличия тех пользователей, которых нет в других социальных сетях (например, большинство русскоязычных людей, проживающих в Китае, используют только WeChat).

Полученные результаты позволяют сказать, что медиадискурс, представленный в TelegramW налах издательства отражает профессиональную идеологию издательства Magazeta, так как соответствует главной миссии, заявленной редактором (информирование аудитории и попытке создания межкультурного диалога). Полученные результаты исследования могут быть использованы для расширения теоретического знания о современных медиа платформах, а также в разработке новых эффективных коммуникативных стратегий для Интернет-изданий.

### Источники и литература

- 1) Балдандоржиев, Ж. Б. Язык русского зарубежья в Китае как отражение действительности в межкультурной коммуникации: сетевой язык // Молодой ученый, 2020. — № 44 (334). — С. 377-383.
- 2) Го Лицзюнь. Лексическая репрезентация образа Китая в российском публицистическом дискурсе // Гуанчжоу, Китай. — No 3. — 2019. — С. 38–53.
- 3) Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Челябинск. 2017, № 3(25), С. 198-200.
- 4) Редполитика издания Magazeta. 2005-2019. С. 18.
- 5) Чжан Чж. Мобильные приложения как канал распространения информации в Китае и России: сравнительный анализ // Пекин, Китай. Т. 5., 2020. С. 115-166.