Юнчунь Тянь

Российский государственный университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

[1042225221@rudn.ru](mailto:1042225221@rudn.ru)

**Массмедиа Китая в чрезвычайных ситуациях: опыт COVID-19**

Эффективная коммуникация государства с населением в чрезвычайных ситуациях, особенно на ранней стадии, становится критически важной для борьбы со страхом, повышения осведомленности о рисках, расширения возможностей граждан в принятии защитных мер и завоевания общественного доверия. Пандемия COVID-19 стало испытанием для СМИ.

Ключевые слова: пандемия, китайские СМИ, COVID-19, эффективное информирование, China Media Group.

China Media Group (CMG) – это государственный медиаконгломерат Китая, созданный в 2018 г. Он объединил China Central Television (CCTV), China National Radio (CNR) и China Radio International (CRI). CMG играет важную роль в распространении информации на территории Китая и за ее пределами.

Одним из главных вызовов для CMG стало распространение COVID-19. Как и другие медиакомпании по всему миру, CMG столкнулась с необходимостью адаптироваться к новой реальности и предоставлять своей аудитории актуальную информацию о пандемии. В отличие от других стран, Китай столкнулся с эпидемией раньше всех, что позволило CMG начать работу над информационной кампанией еще до того, как вирус начал распространяться по всему миру.

CMG быстро реагировал на появление COVID-19 и начал широкомасштабную кампанию по распространению информации о вирусе. В рамках этой кампании были запущены специальные программы на CCTV и CNR, а также были созданы специальные сайты и приложения для мобильных устройств.

Одним из примеров таких программ является «COVID-19: Факты против мифов», которая была запущена на CCTV в январе 2020 г. В рамках этой программы эксперты обсуждали различные аспекты пандемии, такие как превентивные меры, лечение и распространение вируса.

Кроме того, CMG активно использовал социальные сети, такие как Weibo и WeChat, для распространения информации о COVID-19. Например, на Weibo была создана специальная страница «COVID-19: Факты и цифры», на которой пользователи могут получить актуальную информацию о вирусе.

В практике CMG – новые технологии для более эффективного распространения информации о COVID-19. Например, в феврале 2020 г. был запущен проект “Cloud Live Broadcasting”, который позволяет журналистам и экспертам из разных городов Китая проводить онлайн-трансляции на CCTV. Это позволяло достаточно быстро реагировать на события и распространять информацию в режиме реального времени. CMG использовал искусственный интеллект (ИИ) для анализа данных о COVID-19. В марте 2020 г. был запущен проект «ИИ + эпидемия», который позволяет анализировать данные о распространении вируса и предсказывать его дальнейшее распространение.

CMG также активно сотрудничает с другими странами в борьбе с COVID-19. В рамках этого сотрудничества были запущены специальные программы на английском, испанском, французском и других языках. CMG организовало специальные видеоконференции с журналистами и экспертами из разных стран для обмена опытом в борьбе с пандемией.

Сравнивая работу CMG с другими медиакомпаниями Китая, можно отметить, что она имеет уникальные преимущества благодаря своему статусу государственной компании. CMG обладает доступом к огромным ресурсам и экспертам, что позволяет ей оперативно реагировать на кризисные ситуации и предоставлять актуальную информацию своим зрителям и слушателям.

В то же время CMG сталкивается с вызовами, связанными с контролем информации. Как и другие СМИ Китая, CMG подвергается цензуре и ограничениям в своей работе. Это может привести к тому, что некоторые новости и информация о COVID-19 не будут сообщаться или будут представлены в искаженном виде.

В целом работа CMG в условиях COVID-19 является примером эффективной работы медиакомпании в кризисной ситуации. Она быстро адаптировалась к новой реальности и предоставила миллионной аудитории актуальную информацию о пандемии. При этом необходимо учитывать, что работа CMG также ограничена контролем информации, что может привести к искажению фактов и недостаточной информированности общества.