
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

УДК 070(476(043.3))

НОВЫЕ МЕДИА КНР: АКТУАЛИЗАЦИЯ БОРЬБЫ С ЭПИДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ

ЦЗЯ ФАНЬ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматривается тематический феномен китайских медиа, недавно возникший на фоне медицинского коллапса – распространения в стране коронавирусной инфекции. Актуализация темы борьбы с эпидемией в средствах массовой информации свидетельствует о том, что это не только медицинская проблема: ее освещение отражает состояние китайского общества, государственную политику, развитие экономики. В качестве объекта исследования определены новые китайские медиа, которые появились в начале XXI в. благодаря мировым технологическим открытиям, включая интернет. Мировые СМИ должны продвигаться в создании приемов журналистики, позволяющих работать более эффективно, если мир попадает в экстремальную ситуацию, угрожающую миллионам людей. Китайские новые медиа столкнулись с проблемой эпидемии в 2020 г. Их деятельность, приемы в создании материалов на эту тему будут иметь большое практическое значение, станут ценным примером для мировых СМИ. Научные исследования подобной тематики проводились и ранее по отношению к птичьему гриппу, другим штаммам, но непредсказуемость и неожиданность появления каждого нового вируса делает работу СМИ уникальной, так как каждая эпидемия неповторима и несет особые риски. В статье выделяются семь направлений работы СМИ, которые соответствуют стратегической идее консолидации китайского общества в условиях эпидемии коронавируса.

Ключевые слова: новые медиа; китайские СМИ; коронавирусная эпидемия; эффективность журналистики; государственная информационная политика; актуализация борьбы с эпидемией.

Образец цитирования:

Цзя Фань. Новые медиа КНР: актуализация борьбы с эпидемией коронавирусной инфекции. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*. 2020;2:55–61.

For citation:

Jia Fan. Chinese new media: actualisation of the fight against the epidemic of coronavirus infection. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics*. 2020;2:55–61. Russian.

Автор:

Цзя Фань – аспирантка кафедры международной журналистики факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент Е. И. Кононова.

Author:

Jia Fan, postgraduate student at the department of international journalism, faculty of journalism.
jiafan0503@sina.com

CHINESE NEW MEDIA: ACTUALISATION OF THE FIGHT AGAINST THE EPIDEMIC OF CORONAVIRUS INFECTION

JIA FAN^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The article discusses the thematic phenomenon of Chinese media, which recently appeared against the backdrop of medical collapse – the spread of coronavirus infection. The actualization of the fight against the epidemic in the media is not only a medical problem, it sheds light on the state of Chinese society, on public policy, economic development, because it is associated with people in the most extreme manifestation associated with their health and life. The object of the study identified new media, which appeared at the beginning of this century due to world technological discoveries, including the Internet. The purpose of the study is related to the value of its results. The world media should move forward in creating journalism techniques that allow them to work more efficiently if the world finds itself in an extreme situation that threatens the lives of millions of people. The Chinese new media faced the epidemic in 2020. Their activities, recipes, and methods for creating materials on this topic will be of great practical importance and will become a valuable example for world media. Scientific research on similar topics has been carried out earlier in relation to bird flu, but the unpredictability and unexpected appearance of each new virus makes the media work unique, since each epidemic is unique and carries special risks. The article proposes seven thematic areas that correspond to the strategic idea of consolidating Chinese society in the context of the coronavirus epidemic.

Keywords: new media; Chinese media; coronavirus epidemic; journalism efficiency; state information policy; actualisation of the fight against the epidemic.

Введение

В декабре 2019 г. в г. Ухане, столице китайской провинции Хубэй, произошла вспышка новой коронавирусной инфекции у человека, классифицированной как пневмония. Огромное число заболевших заставляло людей отнестись к этому заболеванию серьезно. Поскольку специалисты терялись в догадках о происхождении вируса, то и способы лечения были неизвестны. В топе новостных лент мировых информагентств лидировали сообщения из Китая по этой теме. Во внезапно складывающейся нестандартной ситуации новые медиа показали определенную гибкость в распространении информации, а также вызвали интерес у исследователей журналистики в плане анализа концепции по раскрытию актуальных вопросов. Если вначале тема транслировалась в обычных новостных рамках, то с течением времени и по мере нарастания угрожающих масштабов распространения заболевания ее подача требовала других форм и приемов. Коронавирус стал предметом рассмотрения СМИ с различных ракурсов, к обсуждению были привлечены многочисленные специалисты и эксперты, фактический арсенал представляли материалы медицинской тематики всех сопутствующих направлений научного (биология, химия, вирусология и т. д.), социального, экономического, политического характера.

Рассмотрения требуют новые китайские медиа, которые приобрели особый статус и назначение по причине огромного количества пользователей в стране и за рубежом. Редакции китайских СМИ имеют высокотехнологическое оборудование и средства связи, успешно используют возможности интернета. Несмотря на критику в организации ус-

луг и функционирования китайского сегмента интернета, связанную с определенными ограничениями и правовым регулированием, китайское правительство и партийное руководство страны прилагают все усилия по его продвижению, потому что многочисленным пользователям требуется бесперебойный доступ к интернету и новым медиа для социального развития и повышения качества жизни.

Обсуждаемая тема стала актуальной в силу того, что все большее количество СМИ вовлекаются в обсуждение причин, хода и последствий заболевания. Очень важным является такое тематическое направление, как профилактика болезни: люди должны быть проинформированы о вирусе, знать о мерах предосторожности и действиях по пресечению эпидемии.

Цель данного исследования – обобщить функции новых медиа на основании практической деятельности по борьбе с эпидемией коронавирусной пневмонии в Китае за период с декабря 2019 г. по март 2020 г. и с учетом опыта борьбы с инфекционными заболеваниями прошлых лет показать важность общей информационной стратегии, которая должна включать гуманитарную направленность задач, стоящих перед СМИ.

Тема не имеет широкой научной разработки, лишь в отдельных китайских специализированных журналах с 2004 г. появлялись статьи, исследования и аналитические отчеты о птичьем гриппе и других эпидемиях, о медико-санитарной коммуникации с общественностью в кризисных ситуациях, о достоверности онлайн-сообщений СМИ для ин-

формирования о рисках заражения. Значительная часть фактической информации содержалась в он-

лайн-доступе в публикациях мировых и международных организаций и ведущих агентств.

Основная часть

Актуализация темы борьбы с коронавирусной инфекцией 2019-nCoV произошла в начале 2020 г., когда стало ясно, что число инфицированных людей в Китае ежедневно быстро увеличивалось, а вспышки заболеваний в других странах стали реальностью. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) 30 января 2020 г. объявила чрезвычайную ситуацию в области общественного здравоохранения, имеющую международное значение (*public health emergency of international concern*).

Благодаря работе новых медиа были обнаружены некоторые негативные стороны в освещении предыдущих чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения. В частности, «обращалось внимание на следующие недостатки в работе СМИ: 1) были смешаны разнородные позиции источников коммуникации, что привело к искажению фактов; 2) поток ложной информации оказался очень мощным, что привело к ослаблению «защитной функции»; 3) контенту не хватало оригинальности, информация была типичной, вследствие чего был ослаблен коммуникационный эффект; 4) усиливались социальные риски, что могло вызывать панику»¹ [1, с. 76].

Из всех этих проблем китайские СМИ сделали определенные выводы. В дальнейшем, чтобы избежать проявления слабых сторон, они пытались играть позитивную роль в распространении информации об эпидемии, укреплять общественное мнение, поддерживать социальную стабильность и стремились предотвращать распространение инфекции и эскалации событий. В связи с этим можно отметить положительную работу новых китайских медиа в начале 2020 г. и выделить в ней ряд направлений.

1. *Своевременное раскрытие информации о коронавирусе.* Чрезвычайные ситуации в области общественного здравоохранения чаще всего происходят неожиданно. С такими инцидентами обычно трудно справиться, поэтому соответствующая информация должна распространяться безотлагательно, так минимизируется вред для населения. В эпоху диверсифицированных каналов коммуникации новые медиа, несомненно, являются наиболее быстрым способом обеспечения такой связи. На этапе предотвращения эпидемий новые медиа объединялись с традиционными СМИ, чтобы предоставить информацию в реальном времени и оперативно собрать сведения о подозрительных случаях, раскрыть место пребывания диагностированных пациентов, людей с подтвержденным заболеванием, от-

правившихся в путешествие, и т. д. В данный период деятельность СМИ выступала в качестве информационной профилактики и помогала последующей борьбе с эпидемиями.

Эффективная и слаженная работа СМИ началась в Китае с момента обнаружения странного заболевания. Сообщения о распространении инфекции стали самыми главными в мировых новостях в январе 2020 г. В течение следующих месяцев благодаря работе китайских медиа мир напряженно следил за ситуацией в стране и за ее пределами.

Сочетание удобства, скорости, популярности новых СМИ с авторитетом традиционных медиа повышало эффективность информационной грамотности в китайском обществе. В плане обмена новыми данными следует указать на успешный опыт провинций Хэнань, Тяньцзинь, Хунань, а также эпицентра – провинции Хубэй и других регионов, которые быстро делились полезным опытом, справочным материалом для национальной практики и интеграции ресурсов для борьбы с эпидемией.

2. *Опровержение в СМИ слухов и домыслов.* Журналистика призвана опровергать возникающие в обществе слухи и домыслы, непосредственно связанные с распространением вируса, для нейтрализации ложной информации и паники. Например, самый популярный китайский медиаресурс *Weibo* ежедневно отправлял пользователям сводку важных сообщений, чтобы опровергать слухи, появляющиеся на фоне роста числа зараженных, ставшие объектом спекуляций в мировом масштабе. Другой представитель новых медиа *WeChat* быстро развенчивал непроверенную информацию. В ответ на ложные новости, недавно просмотренные пользователями, публиковались конкретные факты, чтобы быстро снять негатив и недоверие социума к властям.

Материалы про коронавирус, публиковавшиеся в *Weibo* и *WeChat*, еженедельно анализировались. Результаты показали, что в структуре новости первыми подавались сведения и цифры, напоминающие военные сводки, которые удовлетворяли информационный интерес пользователей, а затем – аналитика, в которой кратко и емко приводились факты, опровергающие слухи (например, о способах заражения коронавирусом, запрете на определенные продукты питания, о лекарственных препаратах).

Раскрытие правдивой информации – лучшая вакцина в борьбе с болезнью. Академическое сообщество в целом считает, что прозрачность информации может помочь общественности правильно понять события в области здравоохранения, обуздать рас-

¹Перевод наш. – Ц. Ф.

пространение слухов или дезинформации, избежать социальной паники и создать практический превентивный механизм борьбы с негативными проявлениями при эпидемиях [2, с. 34].

3. *Экстренная популяризация научных знаний.* В этой эпидемии новые СМИ стали главной платформой для экстренной популяризации медицинской науки. Специальный комитет по коммуникациям в области здравоохранения Китайской академии наук и технологий проанализировал уровень знаний общественности о новой коронавирусной пневмонии. Данные опроса показали, что число учащихся молодого и среднего возраста, людей с высоким уровнем образования, которые узнают о коронавирусной пневмонии с помощью новых СМИ, будь то в сельской или городской местности, превышает 50 % респондентов. Результаты исследования продемонстрировали, что к новым медиа обращается значительная часть населения, в том числе к WeChat – 71,13 % опрошенных, Weibo – 57,74 %, к другим сайтам – 54,8 % [3]. С 29 января 2020 г. с помощью более 200 официальных новых медиа-платформ запустили интерактивную программу «Динамика эпидемической ситуации с коронавирусной пневмонией нового типа в Китае в реальном времени». Согласно официально опубликованным данным об эпидемии коронавирусной пневмонии в программе предлагалось соответствующим государственным ведомствам и жителям проанализировать и своевременно понять ход развития эпидемии в стране. Кроме того, платформа предоставляла такие услуги, как самопроверка знаний об эпидемии, вопрос и ответ об эпидемии и лекарствах, лекции экспертов и психологическая консультация онлайн [4].

В результате этих мер пользователи новых китайских медиа обрели стабильную возможность получать интересующие их сведения и использовать их в повседневной жизни. Это был важный шаг в сложившейся ситуации, так как жители китайских городов оказались во временном вакууме, и отсутствие необходимой информации могло стать причиной ментальных расстройств и панических атак.

4. *СМИ как средство выражения общественного мнения.* В здоровом обществе каждый волен выражать свое мнение и слышать голоса других. В возникавших ранее чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения эксперты и официальные лица часто были основными источниками информации, а голос элиты заглушался общественным дискурсом [5]. Во время эпидемии в 2020 г. источники новых СМИ оказались более разнообразны и богаты, а статус простых людей стал оцениваться по достоинству. Журналисты, фронтальный медицинский персонал, пациенты и их семьи, общественные деятели и пользователи интернета – все, как свидетели эпидемии, отправляли свои «голо-

са» через новые медиа и писали эту особую историю в режиме реального времени. Например, такие статьи, как «Настоящий дневник девушки из Ухани» или «В отеле услышали, что я из Ухани, и немедленно сообщили в полицию», получили широкое распространение. Несмотря на многие вопросы и критику, общественность проявила активное желание разобраться в сложных социальных вопросах. Это были личные высказывания людей разных социальных групп о борьбе с эпидемией.

5. *Повышение авторитета правительства КНР.* Будучи открытой платформой, новые китайские СМИ сыграли свою роль в выражении общественного мнения по отношению к власти, ее решениям и действиям.

Публикуя данные о коронавирусе в медиа, правительство повысило достоверность (открытость) информации, таким образом удовлетворив право жителей страны не просто знать о происходящем, а следить за событиями. В итоге правительство укрепило свой авторитет в реагировании на кризис и способствовало скорейшему разрешению сложной ситуации. Так, во время эпидемии на новых медиа-платформах, таких как Weibo и WeChat, было сообщено, что у Общества Красного Креста провинции Хубэй возникли проблемы с получением и распределением пожертвованных средств. Специальная комиссия по проверке дисциплины в провинции Хубэй незамедлительно провела расследование, в результате которого соответствующие руководители и кадры были строго наказаны за безответственное отношение и неисполнение своих обязанностей. Процесс и итоги расследования также стали достоянием общественности. Таким образом, являясь платформой для двустороннего общения и равно-го взаимодействия, новые СМИ реализовали права и интересы людей и еще больше повысили авторитет правительства.

6. *Повышение эффективности принимаемых в стране решений.* В контексте новых медиа поднимался и такой вопрос, как реагирование соответствующих департаментов на чрезвычайные ситуации в области здравоохранения. Комитеты должны были не только сосредоточиться на самом инциденте, но и усилить мониторинг новых СМИ, понять тенденцию развития общественного мнения, провести его точечный (по проблеме) анализ и повысить предсказуемость принятия решений. Наблюдение за новыми медиа показало измерения по объему информации, количеству репостов, комментариев, лайков и т. д. Проводимые исследования позволили определить основные темы в течение этого периода. Новый отчет по наблюдениям и анализу СМИ помогает определенным департаментам эффективно контролировать негативное влияние инцидента, поскольку появляется возможность предвидеть предстоящие проблемы, своевременно вмешивать-

ся и решать их. В качестве поддержки основных технологий применяется *Wordemotion* – платформа для больших данных, позволяющая осуществлять мониторинг в реальном времени и анализ сетевого интеллекта в Китае. Она полностью интегрирует *Weibo*, *WeChat*, клиентов, поисковую систему и другую интеллектуальную информационную матрицу. Платформа использует уникальную технологию сбора и анализа сетевых настроек для глубокого осмысления полученных сведений, прогнозирования актуальных общественных событий и социального поведения [6]. При вспышке коронавирусной инфекции платформа *Wordemotion* помогла правительству отслеживать большие данные новых медиа, своевременно предоставила правительству фактическую основу для принятия решений и уловила важность данного момента в обработке эмпирического материала.

7. *Разнообразие контента СМИ как фактор фокусировки аудитории.* Новые медиа в полной мере использовали различные формы коммуникации, такие как текст, изображения, музыка и видео, так что контент, связанный с эпидемией, а также научно-популярные знания получили широкое и эффективное распространение среди аудитории. Во время эпидемии смежные темы были актуальны в основных новых СМИ: *WeChat*, *Weibo*, *TikTok*. По состоянию на 3 февраля короткометражный научно-популярный видеоролик «Все о новой коронной пневмонии», созданный командой СМИ,

просмотрели 32 млн пользователей на *WeChat*, 90 млн на *Weibo* и 150 млн во всем интернете [7].

В ситуации с коронавирусной инфекцией применялись прямые трансляции новых медиа для демонстрации хода мероприятий в панорамном виде, что становится все более популярным. На платформе приложения «Центральное видео» (CCTV) менее чем за три дня была запущена прямая трансляция (ее просмотрели более 200 млн пользователей [8]) со строительной площадки больниц «Хошэньшань» и «Лэйшэньшань» с использованием следующих современных технологий и устройств: 5G, *Gigabit Ethernet* и 4K-камера (работала непрерывно в течение 24 ч). Данный показ имел эмоциональный резонанс, потому что укреплял уверенность людей в успехе и устранял опасения относительно способности соответствующих ведомств принимать необходимые меры, продемонстрировал практические действия и пристальное внимание китайской общественности к эпидемии, быстроту официального реагирования на проблемы. «Китайская скорость», с которой построили медицинские учреждения, убедила людей в необходимости коллективной борьбы с проблемой, когда каждый человек – от рабочего до руководителя – понимал свою ответственность. Эпидемия стала чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, а ее гласность – индикатором того, что правительство не единственный субъект в управлении ситуацией, что в этом процессе участвует все общество.

Заключение

Новые СМИ стали важным ресурсом участия общественности в предотвращении эпидемии, которую называют битвой без пороха. С помощью новых и традиционных медиа каждый человек может стать солдатом этого сражения и внести свой вклад в победу. «Мир может захлестнуть пандемия коронавируса», – предостерегал в Женеве генеральный директор ВОЗ Тедрос Адханом Гебрейесус и призывал готовиться к такому сценарию на основании имеющихся данных еще в конце февраля 2020 г., когда было почти 80 тыс. зараженных коронавирусом (77 тыс. из них – в Китае) и 2,6 тыс. погибших пациентов [9]. В марте 2020 г. коронавирус был зафиксирован в более чем 70 странах мира, и вскоре была объявлена пандемия.

Новые медиа КНР за короткое время показали пример эффективной борьбы с коронавирусом и укрепили уверенность, дисциплину, ответственность и сплоченность китайского общества. Большую организующую роль сыграло в этом руководство страны.

Предлагаемые глобальные технологические возможности, вероятно, будут конкурировать с индивидуальной стратегией национальных медиа раз-

ных стран и вызовут оппонентов на превентивные действия. В то же время мировой интеллектуальный разум будет оценен как очередной шаг на пути к созданию глобального информационного общества, основными признаками которого являются сотрудничество и взаимодействие между странами и их медиасистемами. Соответственно, использование новейших технологий предполагает организацию и упорядочение взаимных действий государств через правовые акты как национального, так и международного уровня [10, с. 152]. Практика показала, что такое взаимодействие возможно, так как новые медиа приобретают транснациональные черты, их география расширяется, а число пользователей стабильно увеличивается.

Распространение в начале 2020 г. заболевания в Китае, с одной стороны, привело людей к стрессовому состоянию и коллективному беспокойству, поскольку они оказались безоружными перед неизвестной инфекцией, с другой – сплотило страны и общества, показало возможности и пути борьбы с этой опасностью, продемонстрировало позитивную практику взаимодействия стран, в том числе в сфере СМИ, доказало необходимость интернацио-

нализации медиа. Безусловно, не будет преувеличением назвать эпидемию коронавирусной инфекции, несмотря на печальное происхождение, фактором, который в определенной степени ускорит интеграционный медиапроцесс.

В материалах СМИ данная проблема становится насущной, причем в последнее время и в новых, и в традиционных медиа стали превалировать темы, связанные с экономическими последствиями пандемии. Специалисты просчитывают риски, пыта-

ются влиять на общественное мнение с целью исключить возникновение паники. Китайский опыт в актуализации борьбы с эпидемией коронавирусной инфекции 2020 г. отчетливо показал, что работу в этом направлении необходимо планировать, совершенствовать и продолжать. Новые медиа, в основе которых заложено использование современных технологий и интернета, имеют огромную силу влияния на общественное мнение, могут быть действенным оружием в борьбе с реальной опасностью.

Библиографические ссылки

1. 孙旭培, 王勇. 不同理念导致不同实践 – «非典»报道与禽流感报道的比较研究. 当代传播. 2004;3:78–83 = Сунь Сюйпэй, Ван Юн. Различные идеи приводят к разным практикам: сравнительное исследование отчетов о SARS и отчетов о птичьей grippe. *Современная связь*. 2004;3:73–83.
2. 王卉. 公关危机事件中的健康传播小议. 新闻传播. 2009;10:34–41 = Ван Хуэй. Медико-санитарная коммуникация в кризисных ситуациях с общественностью. *Журналистика и коммуникация*. 2009;10:34–41.
3. 关于疫情, 新媒体成公众获取信息主要途径. 2020 = Эпидемия: новые средства массовой информации стали основным каналом общественного доступа к информации. Китайское общество науки и технологий журналистики [Интернет]. 2020 [процитировано 20 февраля 2020 г.]. Доступно по: <http://www.csstj.org.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=12&id=332>.
4. 200+官方新媒体平台开通《全国新冠肺炎疫情实时动态》. 2020 = Более 200 официальных платформ новых медиа запускают «Динамику эпидемической ситуации с коронавирусной пневмонией нового типа в Китае в реальном времени» [Интернет]. 2020 [процитировано 20 февраля 2020 г.]. Доступно по: <https://www.cn-healthcare.com/articlewm/20200210/wap-content-1087096.html>.
5. 黄文森. 风险沟通中网络媒体报道的可信度构建 – 以人民网H7N9禽流感报道为例. 新媒体与社会. 2014;1:252–266 = Хуан Вэньсэнь. Построение достоверности онлайн-сообщений СМИ для информирования о рисках на примере интернет-версии «Жэньминь жибао». Отчет о птичьей grippe. *Новые СМИ и общество*. 2014;1:252–266.
6. 沃德社会气象台. 2020 = Социальная метеостанция Ward [Интернет]. 2020 [процитировано 22 февраля 2020 г.]. Доступно по: <https://www.wordemotion.com/>.
7. 新媒体疫情大数据: 两周20篇双10w+, 全民关注的线上战役. 2020 = Новые медиа и эпидемия: 20 статей за две недели с двойной 10w+ [Интернет]. 2020 [процитировано 22 февраля 2020 г.]. Доступно по: <https://edit.newrank.cn/detail.html?uuid=21DF4CDDF5EECFD07A92E-3853A26E21B>.
8. 超两亿人次观看火神山、雷神山医院施工直播. 2020 = Более 200 миллионов человек смотрели прямую трансляцию больниц «Жэньминьшань» и «Лэйшэньшань» [Интернет]. 2020 [процитировано 22 февраля 2020 г.]. Доступно по: http://www.ccdi.gov.cn/yaowen/202001/t2020-0130_210448.html.
9. ООН призвала мир готовиться к худшему [Интернет]. 2020 [процитировано 24 февраля 2020 г.]. Доступно по: <https://www.vazhno.ru/a/44383/20200224/oon-prizvala-mir-gotovitsya-k-hudshemu/ab-intext/>.
10. Кононова ЕИ, Цзя Фань. Глобальная интернетизация в стратегиях национальных медиасистем. В: Тулупов ВВ, редактор. *Проблемы массовой коммуникации. Материалы Международной научно-практической конференции; 10–12 мая 2018 г.; Воронеж, Россия. Часть 2*. Воронеж: ВГУ; 2018. с. 150–152.

References

1. Sun Xupei, Wang Yong. [Different ideas lead to different practices: a comparative study of SARS reports and bird flu reports]. *Modern Communication*. 2004;3:73–83. Chinese.
2. Wang Hui. [Health communication in crisis situations with the public]. *Journalism and Communication*. 2009;10:34–41. Chinese.
3. The epidemic: new media have become the main channel of public access to information. Chinese society for science and technology journalism [Internet]. 2020 [cited 2020 February 20]. Available from: <http://www.csstj.org.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=12&id=332>. Chinese.
4. 200+The official new media platform launches the «Real-time dynamics of the epidemic situation of new-type coronavirus pneumonia in China» [Internet]. 2020 [cited 2020 February 20]. Available from: <https://www.cn-healthcare.com/articlewm/20200210/wap-content-1087096.html>. Chinese.
5. Huang Wensen. [Credibility construction of online media reports in risk communication – take H7N9 avian influenza report from people's daily online as an example. Bird flu report]. *New Media and Society*. 2014;1:252–266. Chinese.
6. Social weather station ward [Internet]. 2020 [cited 2020 February 20]. Available from: <https://www.wordemotion.com/>. Chinese.
7. New media and the epidemic: 20 articles in two weeks with dual 10w+ [Internet]. 2020 [cited 2020 February 22]. Available from: <https://edit.newrank.cn/detail.html?uuid=21DF4CDDF5EECFD07A92E3853A26E21B>. Chinese.
8. Over 200 million people watched the live broadcast of the «Huoshenshan» and «Leishenshan» hospitals [Internet]. 2020 [cited 2020 February 22]. Available from: http://www.ccdi.gov.cn/yaowen/2-02001/t20200130_210448.html. Chinese.

9. UN calls on the world to prepare for the worst [Internet]. 2020 [cited 2020 February 24]. Available from: <https://www.vazhno.ru/a/44383/20200224/oon-prizvala-mir-gotovitsya-k-hudshe-mu/ab-intext/>. Russian.

10. Kononova EI, Jia Fan. [Global internetization in the strategies of national media systems]. In: Tulupov VV, editor. *Problemy massovoi kommunikatsii. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 10–12 maya 2018 g.; Voronezh, Rossiya. Chast' 2* [Problems of mass communication. Materials of the International scientific-practical conference; 2018 May 10–12; Voronezh, Russia. Part 2]. Voronezh: Voronezh State University; 2018. p. 150–152. Russian.

Статья поступила в редколлегию 04.05.2020.
Received by editorial board 04.05.2020.