

**ПАБЛИК «НОВОСТИ ИНСТИТУТА ПРИКЛАДНЫХ НАУК И ТЕХНОЛОГИЙ
ХАЙНАНЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (КИТАЙ)»
В СЕТИ WECHAT**

Вэнь Симэй, Семёнова А.

Хайнаньский университет (Китай), Тамбовский государственный университет имени Г.Р.

Державина

1461836910@qq.com

aline91@inbox.ru

Информацию о новостях университетов, жизни студенчества сегодня представляют не только официальные сайты, вузовское телевидение, радио, периодические печатные издания, но и многочисленные публичные страницы и группы в социальных сетях, которые, как отмечают В.Е. Беленко и Е.С. Осипова, в последнее время «все больше оттягивают на себя контент, авторов и аудиторию» [2: 199]. Популярность университетских пабликов и сообществ в соцсетях объяснима удобством, скоростью распространения и получения сообщений, сочетанием различных форматов презентации информации (печатные тексты, фотографии, плоские изображения, видео- и аудиозаписи). Немаловажно, что «современные технологии позволяют также читателям самим становиться участниками тех или иных событий, описываемых в СМИ посредством участия в тематических опросах, обсуждениях в разделах “комментарий”», «отмечать понравившиеся новости, изображения и делиться ими с другими пользователями социальных сетей» [1: 65-66].

Практика вузовских пабликов сегодня распространена во всем мире. В данной статье мы обратимся к анализу публикаций в паблике «Новости Института прикладных наук и технологий Хайнаньского университета», регулярно размещаемых в китайской соцсети WeChat.

QQ и WeChat – самые популярные платформы в Китае, где, подобно аналогичной и хорошо знакомой русским пользователям соцсети ВКонтакте, пользователи создают свою страничку, общаются, публикуют видео- и аудио- записи, фотографии, оценивают материалы, создают группы и сообщества. В отличие от QQ, платформа WeChat имеет функции автоматического перевода на различные языки, что позволяет разноязычным пользователям просматривать и понимать размещаемую здесь информацию.

Обычной практикой для китайских вузов и их подразделений стали привязанные к WeChat паблики о новостных событиях и жизни студентов. Такие страницы создают много положительных возможностей для руководства вузов и помогают осуществлению воспитательной, образовательной, социально-коммуникативной, развивающей функций учебных заведений.

Итак, обратимся к непосредственному анализу публикаций паблика «Новости Института прикладных наук и технологий Хайнаньского университета».

Тематика. О тематической направленности сообщения читателей, прежде всего, информирует название раздела, к которому отнесено событие или заголовок. Например, сообщение о посещении исследовательской студенческой группой сельского поселения Чжонгеи деревни Кили (округа Даньчжоу провинции Хайнань) с целью изучения культурных и социальных ресурсов, истории и обычаев деревни начитается с указанием на раздел «*Социальная практика*». О вечере первокурсников, для которых были организованы занимательные игры и конкурсы, сообщает раздел «*Группа первокурсников. Социальная адаптация*». Информации о серии образовательных и идеологических мероприятий, прошедших в Институте в ноябре 2020 года, предшествует краткое сообщение-заголовок «*Институт прикладных наук и технологий провел мероприятия на тему “Не забывай первоначальных идеалов и помни об ответственности” и практическую конференцию по вопросам идеологии и политики*». Публикацию о практических занятиях и конкурсе публичных выступлений предваряет

заголовочное предложение *«Ассоциация по изучению навыков речи и красноречия провела конкурс “TrailBlazeCup”»*.

В паблике размещается информация не только о жизни Института, но и общественно-значимые политические, экономические, социально-культурные новости Китая и провинции Хайнань, в которой находится данный вуз. Например, 17 ноября 2020 года сообщалось о подготовке к запуску с космодрома Хайнаня зонда «Chang-5» на Луну и была приведена информация о научной ценности изучения Луны для землян.

Стилистика. Стилистические особенности публикуемых сообщений отвечают общим требованиям публичных текстов в китайском интернете (подчинены правилам законопослушного и уважительного отношения к аудитории и стране) и демонстрируют специфику публицистического стиля: актуальность, оперативность, четкость и логичность, доступность изложения (*«С 26 по 29 октября 2020 года в Пекине прошло пятое пленарное заседание 19-ого ЦК КПК»*; *«В целях стандартизации дисциплины посещаемости студентов, поддержания нормального порядка обучения и дальнейшего укрепления имиджа Института 4 ноября в 19:30 состоялось рабочее совещание студентов и кураторов студенческих групп»*).

Такие черты, как яркость и эмоциональность, выражены сдержанно (*«Давайте изучим грандиозные планы и внесем свой собственный вклад в новый путь построения социалистической современной страны!»*; *«В тихую ночь на небе есть круглая луна. В атмосфере чудесного вечера прошло мероприятие психологического консультирования. Многие студенты выражали свои чувства, активно участвовали в общих конкурсах без следа застенчивости»*; *«Что вы знаете о деталях здорового образа жизни? Не игнорируйте следующие 10 интересных фактов. Следуйте за Суперменом, чтобы узнать их»*, – в данном случае Супермен – нарисованный человечек, который сопровождает каждый факт и соответствующий ему рисунок).

Но обращает на себя внимание образность языка, использование традиционных китайских сравнений, поэтических цитат (*«Те, кто испытал великое одиночество и отчаяние, поймут упорство и мудрость ветра»* – из текста сообщения о том, что можно получить из чтения книг современных авторов, в том числе автора этих строк), *«небо небесное»* – об автономном районе Китая – Внутренняя Монголия, *«чувствовать пульс жизни, дышать красотой жизни»* – заголовок к сообщению о спортивных соревнованиях, *«мораль питает сердца людей»*).

Авторство. Авторами сообщений являются студенты. Авторство указывается открыто. Но обычно реальное имя еще сопровождается псевдонимом (например, *«Чжан Ин – Маленький Супермен»*).

Визуализация. Визуальная составляющая является обязательной частью сообщений. Логотип, фотографии университета, мероприятий, студентов, видеозаписи, рисунки, инфографика делают паблик узнаваемым, ярким, интересным для просмотра и добавляют эмоциональность при прочтении материалов.

Как видим, институтский паблик в соцсети выполняет традиционные для журналистики функции и задачи: информирует, транслирует ценности, воздействует на формирование сознания и общественного мнения, организует виртуальных пользователей в единое реальное сообщество. Здесь публикуются новости о событиях в университете, полезная для студентов информация, студенты практикуются в написании публичных текстов, оформлении пабликов и сайтов, активно обсуждаются актуальные темы.

В отличие от пабликов российских вузов, в Китае в работе с молодежью большое внимание уделяется аспекту воспитания политического сознания студентов, пропаганде государственной политики коммунистической идеологии. В связи с этим тематическая составляющая публикаций более политизирована.

Список литературы

1. *Туголукова Е. Н.* Медиа технологии в молодежных СМИ. Развитие изданий в социальных сетях // *Современные СМИ в контексте информационных технологий. Сборник научных трудов 3-й Всероссийской научно-практической конференции.* 2017. С. 65-67.
2. *Беленко В.Е., Осипова Е.С.* Студенческие радиостанции Сибирского Федерального округа: редакционная и программная политика // *Вестник Томского государственного университета. Филология.* 2017. № 47. С. 199-213.