

лингвистики–2015: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Тюмень, 2015.
– С. 225–232.

5. Мальцева И. А. Прием использования афоризмов спортивными журналистами в комментировании / И. А. Мальцева // Традиции и инновации в массовой коммуникации: материалы I междунар. науч.-практ. конф. – Краснодар, 2019. – С. 50–54.

6. Уткин В. [Официальный YouTube-канал «Василий Уткин»] / В. Уткин. –
URL:<https://www.youtube.com/channel/UCwrRor4IvrByHGeWoPhddXw/feature>
d (дата обращения: 22.02.2021).

7. _____ Ухова Л. В. Языковая личность спортивного комментатора: к вопросу о параметрах жанра комментария / Л. В. Ухова // Научное мнение. – 2012. – № 1. – С. 37–42.

*Сунь Синьюэ
Уральский федеральный университет*

КРАТКИЙ АНАЛИЗ СЕРВИСНЫХ ФУНКЦИЙ ВО ВРЕМЯ ЭПИДЕМИИ

В начале 2020 года внезапная эпидемия вызвала у людей беспокойство и панику. В период предотвращения эпидемии и борьбы с ней китайские СМИ запустили различные практические и эффективные службы по борьбе с эпидемией, которые сыграли важную роль в стабилизации социальной ситуации и сыграли важную роль в борьбе с эпидемией. В данной статье анализируются служебные функции китайских СМИ в этот период на практических примерах китайских СМИ во время эпидемии.

Ключевые слова: коронавирусная инфекция, эпидемия, СМИ, сервисная функция.

BRIEF ANALYSIS OF SERVICE FUNCTIONS DURING AN ERIDEMIC

In early 2020, a sudden epidemic caused anxiety and panic among people. During the epidemic prevention and control period, the Chinese media launched various practical and effective epidemic control services, which have played an important role in stabilizing the social situation and played an important role in the fight against the epidemic. This article analyzes the service functions of the Chinese media during this period using practical examples of the Chinese media during the epidemic.

Key words: COVID-19, epidemic, media, service function.

Сервисные функции китайских СМИ были доступны в эпоху традиционных СМИ, такие как горячая линия, помощь гражданам, встречи с читателями, доступ СМИ к сообществу и другие услуги. В эпоху традиционных СМИ китайские СМИ в основном используют новостные сообщения для решения конкретных проблем, о которых сообщают массы, чтобы отразить служебные функции.

После вступления в эпоху конвергенции медиа сервисные функции медиа переместились из офлайн в онлайн. С постоянным совершенствованием Интернет-технологий, по сравнению с эпохой традиционных СМИ, сервисные функции СМИ стали быстрее, удобнее и мощнее.

В целях предотвращения эпидемии и борьбы с ней в Китае средства массовой информации необходимо не только укреплять руководство общественным мнением посредством пропаганды и отчетов, но также необходимо оказывать обществу ощутимые услуги и повышать эффективность работы с новостями и общественным мнением, помогая обществу. массы решают различные практические задачи, которые крайне необходимы, стабилизируют эмоции людей и укрепляют их уверенность и решимость в преодолении эпидемии. Поэтому во время эпидемии внутренние СМИ Китая, особенно местные СМИ, оперативно запустили

различные интимные услуги, в которых срочно нуждались люди, и полностью задействовали сервисные функции СМИ. С точки зрения содержания и формы услуги ее можно разделить на четыре аспектов:

Во-первых, это служба эпидемиологического надзора. В Китае, поскольку эпидемия только начала вспыхивать и распространяться, внимание людей также возрастает, и чувства беспокойства, беспокойства и даже паники продолжают распространяться. Люди хотят узнавать о последних событиях эпидемии каждый день, а также хотят знать, ехали ли они в одном поезде с подтвержденными случаями, и есть ли подтвержденные пациенты в сообществе или поблизости. В настоящее время почти все клиенты отечественных СМИ в Китае своевременно запустили новую систему расследования эпидемии коронарной пневмонии, включая карты эпидемий, данные об эпидемиях, запросы сообщества, запросы о траектории пациентов и запросы тех же поездов. Система запросов использует функцию определения местоположения мобильного телефона, чтобы узнать, сколько километров вокруг пользователя находится подтвержденный пациент; укажите номер поезда, номер рейса и время, которое вы потратили, чтобы определить, путешествуете ли вы по тому же маршруту, что и подтвержденный пациент; С помощью запроса пациентов вы можете просмотреть и сравнить, были ли вы в этих местах.

Система запросов предоставляет людям своевременную, точную, открытую и прозрачную информацию об эпидемии. Когда люди спрашивают, что у них нет того же маршрута, что и подтвержденный пациент, и что в соседнем районе нет пациентов, их беспокойство и паника значительно уменьшаются. Эта услуга сыграла хорошую роль в стабилизации сердец людей. Кроме того, система запросов также может находить такую информацию, как траектория и распределение подтвержденных пациентов, что также способствует руководству масс для усиления самоизоляции и защиты, а также играет определенную роль в предотвращении распространения эпидемии.

Во-вторых, это консультационные услуги по вопросам политики. Во время эпидемии правительства и ведомства по всему Китаю издали множество соответствующих политик и мер по профилактике и контролю. Средства массовой информации усилили функцию консультационных услуг по вопросам политики на своей собственной платформе.

Например, канал помощи новостного клиента Chongqing Daily Newspaper Group в его ежедневной «политической» услуге, вопросы пользователей в основном сосредоточены на транспорте, поездках, защитных материалах, услугах и возобновлении работы в период борьбы с эпидемией. Что касается вопросов масс, редакторы СМИ будут связываться с соответствующими авторитетными ведомствами один за другим, чтобы своевременно ответить на них и решить многие проблемы в жизни людей в условиях эпидемии.

Третий — это профессиональные медицинские онлайн-услуги. В особый период эпидемии у людей возникает много практических трудностей, когда они обращаются в больницу, чтобы увидеть другие заболевания, кроме COVID-19, и они также беспокоятся о том, чтобы заразиться. Чтобы решить проблему обращения за медицинской помощью, многие отечественные СМИ запустили онлайн-консультации.

Wuhan Changjiang Daily Newspaper Group запустила сервис онлайн-консультаций для граждан на своем официальном сайте и в клиенте. Они наняли более 1100 врачей со всей страны, чтобы обеспечить гражданам круглосуточные обязательные онлайн-консультации, разделить нагрузку по диагностике и лечению в местных больницах и должным образом решить проблему, с которой некоторым гражданам трудно обратиться к врачу в особый период эпидемии. В рамках развертывания Уханьского штаба по профилактике и борьбе с эпидемией новой коронной пневмонии консультационная платформа Changjiang Daily была позже преобразована в официальную консультационную онлайн-платформу Ухани. Чтобы облегчить беспокойство и беспокойство граждан, а также различные

психологические проблемы, вызванные эпидемией, газета Yangtze River Daily также запустила «Онлайн-разговор» на клиенте и в официальном аккаунте WeChat, пригласив национальных психологов и психологов-добровольцев. Массы предоставляют психологические услуги для решения их эмоциональных проблем.

В-четвертых, службы безопасности жизни. В период предотвращения эпидемии и борьбы с ней в Китае жилые кварталы были закрыты для управления, жителям было запрещено выходить на улицу, а иностранцам и транспортным средствам запрещался въезд. Закупка предметов первой необходимости для масс стала проблемой. Чтобы защитить повседневную жизнь людей, помимо правительства и общества, средства массовой информации также думают о путях. Например, газета «Янцзы Ривер Дейли» и Уханьское муниципальное бюро сельского хозяйства и сельских дел состыковали 50 высококачественных сельскохозяйственных предприятий и предоставили услуги групповой закупки овощей для жителей более чем 660 общин в Ухане в рамках собственной программы «Выбор реки Янцзы». - коммерческая площадка. Сервис групповых закупок поддерживает онлайн-заказ и автономную бесконтактную доставку. По сравнению с супермаркетами и другими онлайн-продажами, групповая закупочная цена овощей, запущенная Changjiang Daily, дешевле, а блюда более свежие. Услуга групповых покупок Changjiang Daily - острая необходимость для многих жителей Уханя во время эпидемии. Объем групповых покупок и распределения охватывает все городские районы Ухани. Эта платформа также стала платформой для онлайн-покупок продуктов в особые периоды Городского коммерческого бюро Уханя и различных районов для продвижения среди граждан.

Все услуги, запущенные средствами массовой информации в период противодействия эпидемии, представляют собой общественные службы социального обеспечения, которые действительно помогают нуждающимся, а не выставляют напоказ. Это то, что могут увидеть китайские пользователи

сети, особенно те, кто лично участвовал и испытал такие услуги СМИ, как консультации, помощь и медицинские консультации. Они получают более глубокое представление о сервисной функции СМИ.

В процессе борьбы с эпидемией средства массовой информации полностью задействовали свои служебные функции, заботясь о простых людях и помогая им во всех аспектах их тела и разума, жизни, производства и обучения, а также оказывая им реальные услуги. Это укрепило уверенность и решимость людей победить эпидемию, сыграло важную роль в победе над эпидемией и продемонстрировало важную ценность средств массовой информации. В то же время сами СМИ добились значительных успехов в привлечении внимания пользователей, их репутации и влиянии.

Литература

1. Ци Юнь. Три меню приложения Changjiang Daily очень полезны/ Changjiang Daily. -2020-02-16 (8).

2. Пан Цзигуан. Предварительное исследование программы СМИ в чрезвычайных ситуациях в эпоху самообслуживания / News Research Guide, – 2017 (1).-J. 166-167.

3. Ван Чжо. Статус-кво и мысли о последующих отчетах о чрезвычайных ситуациях /News World,-J. - 2013 (10): 311-313.

4. Чэнь Гэчжоу. Говоря о гуманистической заботе СМИ о землетрясении в Вэньчуань /Audiovisual,-J. - 2008 (4): 39-40

5. Ян Е, Чжан Ханьсян. Сила приносить товары! 300 000 котят апельсинов с поля до стола за 10 дней /. Chongqing Morning Post, -N. -2020-03-02.

Царапкина Л. В., Булатова Э. В.

Уральский федеральный университет

К ВОПРОСУ ОБ ИНФОРМАЦИОННОМ СТИЛЕ В КОПИРАЙТИНГЕ

В статье рассматривается определение понятия «копирайтерский текст». Поднимается вопрос о стилистике копирайтерских текстов.