Ли Янань

Санкт-Петербургский государственный университет

СТРАТЕГИИ ДЕЛОВЫХ СМИ В РАСПРОСТРАНЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ НОВОСТЕЙ

В настоящее время в рамках мирового сообщества действуют глобальные экономико-политические объединения, например, ВТО, ЕАЭС, АСЕАН, ШОС, АТЭС, ОПЕК и т. д., реализующие многостороннее сотрудничество в области политики, экономики, культуры, образования, и т. д. А международные коммуникации играют существенную роль для укрепления связей и сотрудничества. В работе рассматриваются современные модели и стратегии международных деловых коммуникаций.

Естественно, международные коммуникации зависят от активности и достижений данных многосторонних отношений, а также от сопоставления международных сил в определенном отношении. Они не только отражают состояние рынка, но и элемент, влияющий на рынок. В настоящее время монополия западных и американских деловых СМИ в области деловых коммуникаций воспроизводит традиционную модель передачи деловой информации «центр-периферия» ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *core-periphery model* – в э[кономической географии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B3%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F) модель взаимодействия центральных и [периферийных](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%8F) районов в процессе их развития; обоснована [Джоном Фридманном](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BD,_%D0%94%D0%B6%D0%BE%D0%BD) в 1966 году в книге «Политика регионального развития: опыт Венесуэлы»).

В процессе ревальвации китайского юаня, западные и американские СМИ (включая «The Financial Times», «New York Times», «The Wall Street», «Business») формировали деловыми сообщениями мировое общественное мнение о том, что «китайский юань должен быть дороже», в результате китайский юань вынужденно удорожали. Подобный текущий пример показывает американо-китайская «торговая война». Анализ массива международных сообщений в СМИ Китая в процессе ревальвации китайского юаня и сообщений об американо-китайских торговых конфликтах (2018 г.) выявил функции международных деловых коммуникаций, связанные с влиянием на международные институты и формированием мнения международной общественности.

Динамика развития международного бизнеса показывает, что традиционная модель передачи информации «центр-периферия» уже не способствует развитию конкуренции на международном информационном рынке. Для того, чтобы создать положительную международную среду для деловых коммуникаций, нужны следующие стратегии: обновление концепции в зависимости от динамики международного бизнеса, конструирование медиахолдинга, сотрудничество с сильными иностранными медиахолдингами, обучение кадров для международных деловых коммуникаций.