

Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 4 (73). С. 105–109.
THE CASPIAN REGION: Politics, Economics, Culture. 2022. Vol. 4 (73). P. 105–109.

Научная статья
УДК 327
doi: 10.54398/1818510X_2022_4_105

ИССЛЕДОВАНИЕ МНЕНИЙ НОВЫХ СМИ О КИТАЕ В КОНТЕКСТЕ КИТАЙСКО-АМЕРИКАНСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Хань Вэньсинь

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия
hanwx52@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-1959-7834>

Аннотация. Война общественных мнений – важная часть китайско-американского соперничества. Однако в связи с изменениями во внутренней политике и развитием новых медиа в Соединённых Штатах модель общественного мнения в Соединённых Штатах также приобретает новые характеристики. Поэтому большое значение имеет усиление исследований новых тенденций в войне общественных мнений США против Китая. Поскольку содержание войны общественных мнений слишком сложно, в данной статье анализируются характеристики общественного мнения США по отношению к Китаю в контексте китайско-американской конкуренции и предлагаются возможные контрмеры. Основываясь на двухуровневой структуре международного общественного мнения, в данной работе будет использован количественный текстовый анализ для сравнения внимания, уделяемого TikTok в основных СМИ США и социальных сетях, а также анализ мотивов связанного с Китаем сайта "New York Times". Разобрав механизмы коммуникации и работы основных СМИ США, это приведет к пониманию и консультированию по вопросам отношения американской общественности к Китаю. В заключении статьи приводятся рекомендации по работе с общественным мнением, основанные на сравнительных результатах.

Ключевые слова: китайско-американская конкуренция, кибербезопасность, СМИ США, общественное мнение, связанное с Китаем, TikTok, стратегическая конкуренция, ограничения общественного мнения, традиционные СМИ, Нью-Йорк Таймс, мягкая сила

Благодарности: данная статья подготовлена при финансировании Стипендиального совета Китая (CSC).

Для цитирования: Хань Вэньсинь. Исследование мнений новых СМИ о Китае в контексте китайско-американской конкуренции // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2022. № 4 (73). С. 105–109. https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_4_105.



Это произведение публикуется по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная.

A STUDY OF NEW MEDIA OPINION ON CHINA IN THE CONTEXT OF SINO-US COMPETITION

Han Wenxin

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
hanwx52@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-1959-7834>

Abstract. The war of public opinion is an important part of the Sino-American rivalry. However, due to changes in domestic politics and the development of new media in the United States, the model of public opinion in the United States is also taking on new characteristics. Therefore, it is important to strengthen research on new trends in the U.S. public opinion war against China. Because the content of the war of public opinion is too complex, this article analyzes the characteristics of U.S. public opinion toward China in the context of Sino-U.S. competition and proposes possible countermeasures. Based on the two-tier structure of international public opinion, this paper will compare the attention paid to TikTok by the U.S. mainstream media and social media through quantitative textual analysis, and additionally analyze the motivation of the China-related New York Times website. To understand the communication and operation mechanism of the mainstream media in the US, it will understand the attitude of the American public towards China and provide suggestions. Finally, the article will offer suggestions for working with public opinion based on the comparative results.

Keywords: China-US competition, cybersecurity, US media, public opinion related to China, TikTok, strategic competition, public opinion limitations, traditional media, The New York Times, Soft Power

Acknowledgments: This article was prepared with support from the China Scholarship Council (CSC).

For citation: Han Wenxin. A study of new media opinion on China in the context of Sino-US competition. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture]. 2022, no. 4 (72), pp. 105–109. https://doi.org/10.54398/1818510X_2022_4_105.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Введение

Формирование общественного мнения против Китая – это «одна из стратегий, совместно доработанных всеми сторонами в США для подавления Китая». Юань Юэ описывает операционный механизм войны общественного мнения США против Китая, утверждая, что война общественного мнения США против Китая – это всесторонняя операционная схема, скоординированная слева направо и связана сверху вниз. Так называемая лево-правая координация относится к модели сотрудничества, возглавляемой Госдепартаментом США, поддерживаемой Министерством обороны и национальной системой разведки, и три стороны достигают полной цепочки операций по войне с общественным мнением в плане информационной [1, с. 100–105], разведывательной и аналитической поддержки. Так называемая «связь сверху вниз» относится к совместному плану действий США, включающему формулирование правительствам вопросов, направлений и целей пропаганды общественного мнения, планирование, составление и выпуск продукции подразделениями Международного агентства СМИ в соответствии с темами повествования, плюс сотрудничество, обработка и распространение западными СМИ, и, наконец, брожение шумихи со стороны НПО, аналитических центров и других институтов. Например, после вспышки эпидемии коронавируса в Ньюкасле в 2020 г. официальные власти США, СМИ и другие силы совместно устроили фарс в виде формирования общественного мнения против Китая. С момента вспышки и до последующего глобального распространения эпидемии США и западные страны выдвигали так называемую теорию искусственного вируса, теорию сокрытия эпидемии, теорию фальсификации

данных, теорию дипломатии масок и манипуляции Китая в отношении ВОЗ. После этого официальные лица и СМИ США обрушились на политическую систему Китая и мобилизовали внутренние силы США и международных союзников для участия в войне общественного мнения против Китая.

Основная часть

1. Анализ содержания инцидента на TikTok в основных СМИ США

1.1. Об ужесточении Китаем ограничений на экспорт технологий

6 октября 2021 г. CNN сообщил, что "ByteDance" подала заявку на получение лицензии на экспорт технологий от правительства Китая в прошлом месяце, что позволяет предположить, что компании потребуется какое-то одобрение со стороны Китая для продолжения сделки. Однако роль Китая в подписании сделки неясна. Эксперты отмечают, что "ByteDance" получила разрешение правительства перед продажей "TikTok" иностранной компании.

"Associated Press" и "Wall Street Journal" сообщили 18 октября, что в августе 2021 г. правительство Китая объявило о новых ограничениях на экспорт технологий искусственного интеллекта, что осложнило переговоры между "ByteDance" и потенциальными покупателями из США. Правительство США потребовало скорейшей продажи бизнеса популярного приложения "TikTok" в США, иначе на "TikTok" будет наложен эффективный запрет по соображениям национальной безопасности. Китай принял новый закон об экспортном контроле, который начал действовать в декабре 2021 г., добавив гибкое оружие в торговую и технологическую войну между США и Китаем.

1.2. О приобретении "TikTok" и торговой и технологической войне между США и Китаем

1 октября 2021 г. газета "New York Times" сообщила, что напряженность между США и Китаем нарастает, причём конфликт вокруг технологического сектора послужил мощным спусковым крючком. Есть различия между "Huawei" и "TikTok", последний из которых является лишь приложением для просмотра коротких видео, и если технология 5G по важности сравнима с истребителем F-35, то социальные сети – это просто поле сражений. 9 октября газета "New York Times" сообщила, что в течение многих лет правительство Китая запрещало своим гражданам пользоваться международными приложениями, такими как "Facebook", "Twitter" и другими службами обмена сообщениями. С момента вступления Трампа в должность он предпринял несколько шагов, чтобы заблокировать китайские компании от инвестирования и приобретения американских компаний, ссылаясь на соображения национальной безопасности. Этот шаг является частью холодной войны между правительствами США и Китая. Газета "Washington Post" сообщила 13 октября 2021 г., что федеральное правительство США усиливает проверку прошлых китайских инвестиций в американские технологические стартапы, расследования, которые являются частью нарастающего охлаждения в отношениях между США и Китаем.

Такое охлаждение в отношениях между США и Китаем заставляет компании Кремниевой долины быть более осторожными в принятии иностранных инвестиций [2, с. 27–31]. В первой половине 2020 г. объём китайских венчурных инвестиций в США упал до самого низкого уровня за последние шесть лет и составил всего 800 млн долл. Венчурные инвестиции американских компаний в Китае достигли US \$ 1,3 млрд, что является самым низким показателем за последние четыре года.

2. Области, вызывающие озабоченность традиционных американских СМИ, в связи с проблемами TikTok

2.1. Безопасность данных подвергается сомнению

"Fox News" сообщил о комментариях советника Белого дома по торговле Наварро о том, что Китай использует социальные приложения, такие как "TikTok", для шпионажа за американским народом. "Fox News" также опубликовал статью Джеймса Карафано, вице-президента по исследованиям внешней и оборонной политики в "Heritage Foundation", в которой он заявил, что «TikTok – это ворота в Пекин», что Китай представляет собой растущую киберугрозу для США, и что борьба США с Китаем из-за "TikTok" стоит того, чтобы бороться. Американская газета "Wall Street Journal" обвинила "TikTok" в нарушении принципа защиты конфиденциальности системы Google, собирая данные с миллионов мобильных устройств и отслеживая пользователей онлайн, когда программа не должна этого делать. 12 августа газета "New York Times" опубликовала статью профессора права Колумбийского университета Ву Сюмина «Запрет TikTok происходит слишком поздно», в которой говорилось, что угроза правительства США запретить TikTok и WeChat может рассматриваться как запоздалый ответ, который является лишь "оком за око" в затянувшейся битве за душу интернета. Также он утверждает, что широко распространенные в стране блокировка, цензура и слежка нарушают почти все принципы открытости и законности в Интернете. Утверждение о том, что экономический рост, слежка и контроль мыслей – самые важные функции Интернета в стране, являются ложным. Защитник открытости Интернета Тим Ву, который придумал термин «сетевой нейтралитет», 19 августа в редакционной статье в New York Times заявил, что TikTok должен быть запрещен, в ответ на «ответный удар» общенациональной интернет-цензуры Китая в отношении американских технологических компаний. Запрет на TikTok в конечном итоге наказывает Китай за его политику ограничения доступа своих граждан к американским веб-сайтам и социальным сетям» [3, с. 115–119]. «Привилегия» открытого доступа к интернету в США открыта только для компаний, которые уважают открытость своей страны.

2.2. Ослабление предполагаемого статуса китайского «инструмента пропаганды» "TikTok".

Некоторые американские СМИ назвали "TikTok" инструментом культурного экспорта Китая, «опиумом», отравляющим молодых американцев, и символом «империалистических амбиций» Китая, стремящегося доминировать в мире. Основатель "Facebook" Цукерберг также заявил, что китайские технологические компании экспортируют ценности в другие страны. По мнению журнала "Foreign Policy", опасения по поводу китайского влияния через компанию "TikTok" [8], которая подвергает цензуре и распространяет критические видео, более расплывчаты, чем «безопасность данных». Некоторые американские СМИ раздувают из мухи слона «теорию китайской угрозы». Нью-Йорк Таймс 17 сентября опубликовала статью комментатора по вопросам Гонконга и Азии Лянь Ичжэна «За TikTok. Амбиции Китая в области мягкой силы становятся все опаснее», в которой он утверждает, что угроза, исходящая от TikTok, реальна и что китайские организации, работающие в США, такие как "TikTok", "Huawei" и Институт Конфуция, полностью укоренились в США, проникая в офисы и дома и определяя то, как американцы работают, учатся и играют. Компании, имеющие связи с Китаем или китайским правительством, сегодня занимают важное место двор в американском обществе. По мнению Нила Фергюсона, ученого из Гуверовского института Стэнфордского университета, опубликованному Bloomberg 9 августа, TikTok – это не угроза национальной безопасности США [7], а китайская месть Западу и проявление «империалистических амбиций» Китая.

2.3. "TikTok" рассматривается как конкурентная угроза для социальных сетей США

Американские СМИ также выступали за то, что "TikTok" представляет конкурентную угрозу, нападая на него за захват рынка американских платформ для социальных сетей. В отчёте "CNN International" цитируются слова генерального директора "Facebook" Цукерберга о том, что "TikTok" может быть единственным конкурентом, представляющим угрозу для "Facebook". Набрав за короткое время около 100 млн пользователей в США, многие из которых – молодые пользователи, желанные для рекламодателей и технологических компаний, "TikTok" представляет собой конкурентную угрозу для "Facebook" и "Google". Согласно "Washington Post", если "Microsoft" приобретёт "TikTok", он в одночасье станет основным конкурентом "Facebook", "Google's YouTube" и других технологических гигантов, кардинально изменив ландшафт социальных сетей США.

Основная задача данной статьи – изучить менталитет американского общества по отношению к Китаю через проблему "TikTok", чтобы составить научную и разумную повестку дня и выделить правильное международное общественное мнение. Проанализировав различные данные, мы обнаружили, что мнения различных секторов в США по вопросу блокировки "TikTok" администрацией Трампа разделились, будь то традиционные или социальные медиа, основной атрибут – быть средством массовой коммуникации, отражающим идеологические взгляды власть имущих или лидеров гражданского мнения – остаётся неизменным. Институты аналитических центров, наблюдательные организации и представители общества в основном критиковали и предлагали ответные меры на инициативы администрации Трампа с нейтральной или противоположной точки зрения. Политики – это в основном убежденные сторонники с крайними позициями.

От угрозы издать указ о запрете деятельности "TikTok" в США до принуждения к продаже "TikTok" американской компании, "TikTok" оказался в центре внимания не только из-за опасений по поводу вопросов конфиденциальности и национальной безопасности в информационную эпоху, но и из-за страха США перед Китаем, конкурирующим с ними за цифровую и культурную гегемонию. Для США появление "TikTok" нарушило монополию традиционных СМИ и интернет-гигантов на рынке речи. Правое крыло США считает, что растущее влияние Китая нарушит западнцентричный «мировой порядок», подорвёт традиционную западную либеральную идеологию и бросит вызов авторитету США. "ByteDance" как материнская компания также стала объектом «теории китайской угрозы», распространяемой США. С этой целью правое крыло США приложило максимум усилий для эскалации конфликта между США и Китаем, чтобы отвести потенциальную «угрозу».

Репрессии администрации Трампа против китайских «выездных» компаний, таких как "TikTok", являются продолжением «теории китайской угрозы». Санкции Трампа против "TikTok" являются отражением растущей напористости политики США в отношении Китая. В связи с ухудшением отношений между США и Китаем администрация Трампа часто конфликтовала с Китаем во многих областях, таких как торговля, финансы, технологии, образование, права человека, Южно-Китайское море и Гонконг. Правительство США считает, что Китай не движется в сторону либерализации, как ожидает Запад, и хочет изменить международный порядок для продвижения собственных стратегических интересов против Запада. Однако с точки зрения общественного мнения, деловые организации США по-прежнему хотят сотрудничать с Китаем, а общественность с оговорками относится к стратегии администрации Трампа. На внутреннем фронте санкции Трампа в отношении "TikTok" способствовали гальванизации национализма среди американской общественности в интересах его политических выборов. В эпоху после эпидемии коронавирусной инфекции экономика Китая заняла лидирующие позиции в восстановлении, а его международное влияние росло, при этом соперничество между США и Китаем углублялось в экономической, технологической и других областях. Поскольку выборы в США вступили в свою фазу, Трамп не собирается корректировать свою позицию по отношению к эпидемии, а скорее надеется увеличить свои электоральные шансы за счёт сдерживания Китая. Подавление "TikTok" является важным инструментом для демонстрации его политической эффективности, пытается отвлечь внимание общественности от вопроса о его отношении к эпидемии, отвлечь внутренние конфликты в США и тем самым создать внутренний консенсус и социальное единство в США. На международном уровне санкции Трампа в отношении "TikTok" создают возможность сотрудничества с союзниками против Китая, который сталкивается с кризисами в нескольких странах, включая США, Индию и Австралию, в основном из-за того, что правительство США утверждает, что это проблемы безопасности и конфиденциальности пользователей.

3. Освещение дипломатических аспектов Китая в основных СМИ США

Из-за различий в социальных системах и идеологиях китайский сайт "Times" часто необъективен и неправильно трактует внешнюю политику Китая. В ходе дебатов об источнике коронавируса, разжигаемых антикитайскими силами в США, такая предвзятость превратилась в голые нападки и клевету, а СМИ начали злословить и мстить за ряд международных акций, проведённых МИД Китая [6, с. 1351].

3.1. Война общественного мнения между США и Китаем отражает двусторонние отношения

На дипломатическом уровне китайский сайт газеты «Нью-Йорк Таймс» сосредоточился на «источнике новой коронавирусной инфекции», что в определённой степени отражает отношение китайского правительства к дипломатии.

В определённой степени это отражает и конфронтационную стратегию США в отношениях между США и Китаем. Американские СМИ доминируют в негативной пропаганде двусторонних отношений между Китаем и США, и можно сказать, что ухудшение двусторонних отношений во многом связано с давлением и притяжением американских СМИ. В статьях "Senator Tom Cotton Repeats Fringe Theory of Coronavirus Origins" (18 февраля 2020 г.) и "China Spins Tale That the U.S. Army Started the Coronavirus" (18 февраля 2020 г.) американские СМИ смогли объяснить ухудшение двусторонних отношений. "US Army Started the Coronavirus Epidemic" (15 марта 2020 г.), в котором рассказывалось о происхождении вируса с разных позиций в Китае и США соответственно [5].

Первая статья отрицает теорию заговора о том, что новый коронавирус возник в Китае, а затем утверждает, что «коронавирус – это биологическое оружие, просочившееся из Уханьского завода».

Во второй статье говорится, что Китай считает, что «вирус мог быть завезён из США американскими военнослужащими, посетившими Ухань». Это мнение опровергается китайским сайтом "New York Times", который критикует китайское правительство за «распространение теории заговора в абсолютно корыстной манере». Из этих двух статей ясно, что администрация Трампа столкнулась с внутренним давлением и вместо того, чтобы скорректировать свою политику для борьбы с эпидемией, она возлагает вину на Китай и отравляет мягкую среду двусторонних отношений войной общественного мнения между Китаем и США.

3.2. Избирательное распространение информации о Китае в американских СМИ

Помимо выделения теории заговора между Китаем и США, американские СМИ избирательно освещали дипломатическую сферу Китая, фокусируясь на дипломатической контратаке Китая после стигматизации, которой он подвергся. СМИ избирательно освещали китайские проблемы, избегая любого упоминания о вкладе Китая в кризис общественного здравоохранения, вызванный новой коронавирусной инфекцией, и продвигая негативные темы и дезинформацию [4], которые наносили ущерб национальному имиджу Китая, в попытке подавить и ослабить влияние Китая в международных организациях. Например, в статьях "China Pushes Back as Coronavirus Crisis Damages Its Image" (9 марта 2020 г.), "Its Coronavirus Cases Dwindling, China Turns Focus Outward" (20 марта 2020 г.), Китай, как говорят, выслал иностранных журналистов и напал на расистов, очернявших Китай за предположение, что другие правительства слишком медленно реагируют, и за предположение [9, с. 17], что вирус возник в другом месте. Помощь Китая была представлена в ложном свете как «дипломатический блиц», который рассматривался как попытка изменить его негативный имидж на имидж мировой державы, которая берёт на себя ответственность во время кризиса. Американские СМИ нападают на Китай за присвоение себе роли «поставщика международных общественных благ» и злонамеренно искажают внешнюю политику Китая. Считается, что «дипломатия масок» и «политика щедрости» Китая призваны вовлечь Европу и родственные страны в международный альянс, ориентированный на Китай. Таким образом, очевидно, что правительство США придаёт большое значение геополитическому воздействию эпидемии, а СМИ под давлением правительства начали использовать неподобающие средства для очернения национального имиджа Китая.

Китайский сайт газеты "New York Times" предполагает, что в этой эпидемической информационной войне Китай и США могут принять больше ограничительных мер в отношении СМИ.

Факты доказывают, что США, в отместку за высылку китайским правительством журналистов из "Wall Street Journal", "New York Times" и других американских ангажированных СМИ в Китае, усилили подавление и дискриминацию китайских СМИ в США, серьёзно нарушив их нормальную международную репортерскую деятельность. Его практика является проявлением геополитики, ещё больше формируя атмосферу напряжённости, угрозы и конкуренции в двусторонних отношениях между Китаем и США и в значительной степени препятствуя международному сотрудничеству против эпидемии в контексте глобальных инфекционных заболеваний.

Выводы

При освещении чрезвычайных ситуаций в области общественного здравоохранения государственные меры находятся в центре внимания СМИ. Об этом свидетельствует негативное освещение усилий китайского правительства по предотвращению эпидемии и свободы слова людей на китайском сайте "New York Times".

Негативное освещение усилий китайского правительства по предотвращению эпидемий и свободы слова людей на китайском сайте "New York Times" показывает, что СМИ сформировали политическую среду «авторитаризма» и «контроля слова» в Китае. В его освещении связь между двумя вопросами – «предотвращением эпидемий» и «правами человека» – явно не прослеживается, и китайское правительство остаётся непонятым и предвзятым. Отчёты о секторе здравоохранения очерняют Китай, ведя войну мнений

о «происхождении коронавируса», используя «политически предвзятую» коммуникационную ориентацию для освещения социальной, дипломатической и экономической сфер и представляя Китай в самом оскорбительном и клеветническом свете [10, с. 42].

США использовали свою государственную власть для оказания давления на внутреннее общественное мнение в отношении Китая, а также использовали свою тактику «развязывания» в экономической и торговой сфере, чтобы вывести на передний план настроения «холодной войны». За рубежом США поставили вопрос о вакцинах как повод представить влияние Китая в качестве разрушительной силы для единства ЕС и разжечь антагонизм ЕС по отношению к Китаю, но ЕС остался рациональным и сохранил разногласия между Китаем и Европой в разумных пределах. Из приведённых выше инициатив по мобилизации общественного мнения становится ясно, что намерения США на этапе осады и осадного положения заключались в противодействии давлению на доминирование западной системы, вызванному постепенным расширением китайского влияния, а на этапе осады – в «изоляция» Китая с целью доминирования в международном порядке в постэпидемическую эпоху западных ценностей [11, с. 140–149].

Сообщения американских СМИ о Китае оказали глубокое влияние на стратегию внешней коммуникации Китая на данном этапе. В ответ на необоснованную клевету и нападки со стороны США, Китай, китайское правительство и общественность должны занять твёрдую позицию и использовать уверенный дискурс для интерпретации коронавирусной эпидемии и распространения китайского духа. Играть ведущую роль в качестве интеллектуального лидера мнений в Интернете, чтобы разумно противостоять международным неточным заявлениям против коронавируса, приложить все усилия для экспорта китайской культуры, сделать китайские сообщения источником для иностранных СМИ о Китае и восстановить истинный образ Китая в постэпидемическую эпоху для международной аудитории. Кроме того, на фоне попыток американских СМИ запутать и очернить достижения Китая в борьбе с эпидемией, для китайского правительства тем более важно своевременно, точно и мощно заявить о себе, чтобы мировые СМИ услышали голос Китая. Китайским СМИ необходимо усилить своё влияние на международные социальные медиа-платформы, сосредоточить своё освещение на интерпретации данных об эпидемии и преуменьшить политическую пропаганду Китая. Более того, они должны задействовать возможности китайских и иностранных частных коммуникаторов для борьбы с эпидемией и поощрения создания китайских и иностранных культурных произведений [12, с. 57–59]. В соответствии с вехами времени, мы должны активно участвовать в международном сотрудничестве в борьбе с эпидемией, делиться последними достижениями в области профилактики и контроля эпидемии, делиться результатами последних исследований новой коронавирусной инфекции и способствовать созданию «общества здоровья человека».

Список литературы

1. Автушенко, Е. М. Отношение московских школьников и студентов к социальной сети «TikTok» / Е. М. Автушенко, В. С. Андриянова, Е. А. Белкина, А. Ю. Блохина // COVIDO ERGO ZOOM: трансформация и цифровизация общества в современных реалиях? мат.-лы Междуз. студ. науч.-практич. конф. – Москва : Московский пед. гос. ун-т, 2021. – С. 100–105.
2. Градюшко, А. А. Потенциал TikTok в системе альтернативных медиа: особенности контента / А. А. Градюшко // Пользовательский контент в современной коммуникации : сб. мат.-лов I Междунар. науч.-практич. конф. – Челябинск : Челябинский гос. ун-т, 2021. – С. 27–31.
3. Тарасов, А. Н. Социальная сеть «TikTok» в жизни современного подростка / А. Н. Тарасов, А. А. Стрельникова, Е. В. Кумановская // Russian Journal of Education and Psychology. – 2022. – Т. 13, № 1–2. – С. 115–119.
4. Angle, Justin W. New York Times' Ross Douthat on the State of American Politics (2022). A New Angle Podcasts. – URL: https://scholarworks.umt.edu/aneangle_podcasts/230 (дата обращения: 12.06.2022).
5. Delkic, M. Wuhan Coronavirus, Australia Firefighters, Myanmar Ruling: Your Friday Briefing / M. Delkic // The New York Times. – 2020. – 23 January.
6. Samaie, M. US News Media Portrayal of Islam and Muslims: A Corpus-Assisted Critical Discourse Analysis / M. Samaie, B. Malmir // Educational Philosophy and Theory. – 2017. – Vol. 49, iss. 14. – P. 1351–1366. doi: 10.1080/00131857.2017.1281789.
7. Trump says he's banning TikTok in the U.S. – URL: <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/trump-may-force-tiktok-sell-its-u-s-operations-n1235525> (дата обращения: 12.06.2022).
8. Trump issues executive orders against TikTok and WeChat, citing national security concerns. – URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/06/trump-tiktok-executive-order/> (дата обращения: 12.06.2022).
9. 韩晨、高山行 [Чэнь Х., Шаньсин Г]. 战略柔性、战略创新和管理创新之间关系的研究 [Исследование взаимосвязи между стратегической гибкостью, стратегическими инновациями и управленческими инновациями]. 管理科学 [Управленческая наука]. – 2017. – Iss. 2. – P. 16–27.
10. 王勇 [Ван Юн]. 后疫情时代经济全球化与中美关系挑战与对策 [Вызовы и ответы экономической глобализации и отношения США и Китая в постэпидемическую эпоху] // 国际政治研究 [Исследование международной политики]. – 2020. – № 3. – P. 39–45.
11. 刘建华 [Лю Цзяньхуа]. 美国对华网络意识形态输出的新变化及我们的应对 [Новые изменения в экспорте американской интернет-идеологии в Китай и наши ответы] // 马克思主义研究 [Марксистские исследования]. – 2019. – № 1. – P. 140–149.
12. 张健 [Чжан Цзянь]. 美国对华政策前瞻 [Политика США в отношении Китая] // 载国际经济评论 [International Economic Review]. – 2020. – № 2. – P. 57–59.

References

1. Avtushenko, E. M. Andriyanova, V. S., Belkina, E. A., Blokhina, A. Yu. Otnoshenie moskovskikh shkolnikov i studentov k sotsialnoy seti "TikTok" [The attitude of Moscow schoolchildren and students to the social network "TikTok"]. COVIDO ERGO ZOOM: transformatsiya i tsifrovizatsiya obshchestva v sovremennykh realiyakh [COVIDO ERGO ZOOM: transformation and digitalization of society in modern realities]. Moscow: Moscow Pedagogical State University; 2021, pp. 100–105.
2. Gradyushko, A. A. Potentsial Tiktok v sisteme alternativnykh media: osobennosti kontenta [Tiktok potential in the system of alternative media: peculiarities of the content]. Polzovatel'skiy kontent v sovremennoy kommunikatsii [User content in Modern Communication]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University; 2021, pp. 27–31.
3. Tarasov, A. N., Strelnikova, A. A., Kumanovskaya, E. V. Sotsialnaya set "TikTok" v zhizni sovremennogo podrostka [Social network "TikTok" in the life of a modern adult]. Russian Journal of Education and Psychology. 2022, vol. 13, no. 1–2, pp. 115–119.
4. Angle, Justin W. New York Times' Ross Douthat on the State of American Politics (2022). A New Angle Podcasts. Available at: https://scholarworks.umt.edu/aneangle_podcasts/230 (accessed: 12.06.2022).
5. Delkic, M. Wuhan Coronavirus, Australia Firefighters, Myanmar Ruling: Your Friday Briefing. The New York Times. 2020, 23 January.
6. Samaie, M., Malmir, B. US News Media Portrayal of Islam and Muslims: A Corpus-Assisted Critical Discourse Analysis. Educational Philosophy and Theory. 2017, vol. 49, iss. 14, pp. 1351–1366. doi: 10.1080/00131857.2017.1281789.
7. Trump says he's banning TikTok in the U.S. Available at: <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/trump-may-force-tiktok-sell-its-u-s-operations-n1235525> (accessed: 12.06.2022).
8. Trump issues executive orders against TikTok and WeChat, citing national security concerns. Available at: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/06/trump-tiktok-executive-order/> (accessed: 12.06.2022).
9. 韩晨、高山行. 战略柔性、战略创新和管理创新之间关系的研究 [Chen H., Shanxing G.A study of the relationship between strategic flexibility, strategic innovation and management innovation]. 管理科学 [Management Science]. 2017, iss. 2, pp. 16–27.

10. 王勇. 后疫情时代经济全球化与中美关系挑战与对策 [Yang W. Challenges and Responses to Economic Globalization and U.S.-China Relations in the Post-Epidemic Era]. *国际政治研究* [International Politics Research]. 2020, no. 3, pp. 39–45.

11. 刘建华. 美国对华网络意识形态输出的新变化及我们的应对 [Jianhua L. The New Changes in the U.S. Internet Ideology Export to China and Our Responses]. *马克思主义研究* [Marxist Studies]. 2019, no. 1, pp. 140–149.

12. 张健. 美国对华政策前瞻 [Zhang Jian. U.S. China Policy Outlook]. *载国际经济评论* [International Economic Review]. 2020, no. 2, pp. 57–59.

Информация об авторе

Хань Вэньсинь – аспирант.

Information about the author

Han Wenxin – postgraduate student.

Статья поступила в редакцию 29.06.2022; одобрена после рецензирования 02.09.2022; принята к публикации 30.09.2022.

The article was submitted 29.06.2022; approved after reviewing 02.09.2022; accepted for publication 30.09.2022.