

СИНЬХУА АГЕНТЛАГИЙН WECHAT ОЛОН НИЙТИЙН
СҮЛЖЭЭГЭЭР ДАМЖУУЛСАН ПАРИСЫН ОЛИМПЫН НААДМЫН
СУРВАЛЖИЛГАД ХИЙСЭН ШИНЖИЛГЭЭ

Тана (TANA)*

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн докторант,
ӨМӨЗО-ны Бортохой дээд сургуулийн багш

Түлхүүр үгс: Синьхуа агентлаг,
WeChat олон нийтийн сүлжээ,
Парисын олимп

Дижитал шилжилт, хөдөлгөөнт интернэтийн технологи хурдацтай хөгжихийн хэрээр нийгмийн сүлжээ нь олон нийт мэдээ, мэдээлэл авах гол суваг болж хувирсан. Үүнд WeChat ч өөрийн гэсэн чухал үүрэг гүйцэтгэж байна. Энэ чиг хандлага нь Маршалл МакЛуханы “хэрэгсэл бол мэдээлэл юм” гэсэн онолтой нийцдэг. Мэдээллийн хэрэгсэл өөрөө мэдээллийн чухал бүрэлдэхүүн хэсэг бөгөөд дижитал медиа нь дамжуулах хурд, арга замыг өөрчилдөг төдийгүй нийгмийн шинэ зан үйлийг бүрдүүлдэг гэж МакЛухан үзэж байсан (Marshall, 1964). Өөрөөр хэлбэл, шинэ хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нэгэнт бий болсон бол ямар төрлийн контент цацах, хүмүүс түүний агуулгыг хэрхэн ашиглахаас илүү нийгэмд тодорхой өөрчлөлтүүдийг бий болгодог гэж дүгнэсэн байдаг. МакЛуханы онолоор WeChat нь шинээр гарч ирж буй дижитал мэдээллийн хэрэгсэл болохын хувьд

энгийн харилцаа холбооны хэрэгсэл байхаа больсон. Энэ нь хэрэглэгчдийг өргөнөөр холбохын зэрэгцээ технологийн онцлог, өргөн хүрээний хэрэглэгчийн баазаараа дамжуулан хүмүүсийн мэдээлэл олж авах, харилцах үйлд гүн гүнзгий нөлөөлсөн. WeChat нь БНХАУ, цаашлаад дэлхийн хэмжээнд мэдээлэл түгээх хөдөлгөөнт орчныг өөрчлөөд зогсохгүй нийгмийн харилцаа, олон нийтийн санаа бодлыг бүрдүүлэх механизмыг шинэчилсэн юм. WeChat-ын амжилт, түүний нийгмийн сүлжээний хөдөлгөөнт орчин дахь гол байр суурь нь энэхүү мэдээллийн хэрэгслийн үр нөлөөний тод илрэл юм. Хятадын Tencent технологийн компанийн хөгжүүлсэн WeChat 2011 оны 1-р сард нээлтээ хийсэн цагаас хойш дэлхийн хамгийн алдартай сошиал платформуудын нэг болтлоо хурдацтай хөгжиж байна. Tencent-ийн 2024 оны 2-р улирлын санхүүгийн тайланд дурдсанаар WeChat-ын сарын идэвхтэй дансны тоо 1.371 тэрбумд хүрсэн байна (Тенсент 2024 оны хоёрдугаар улирлын үр дүнг зарлалаа, 2024). KAWO нийгмийн

сүлжээний удирдлагын платформоос гаргасан “2023 оны Хятадын нийгмийн сүлжээний гарын авлага”-д дурдсанаар, 2022 оны байдлаар WeChat албан ёсны бүртгэлд сарын идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 1.116 тэрбумд хүрсэн байна (2023 оны Хятадын нийгмийн сүлжээний гарын авлага, 2024). WeChat-ын үндсэн функцүүдийн нэг болох WeChat олон нийтийн сүлжээг Tencent 2012 оны 8-р сард эхлүүлсэн бөгөөд хэрэглэгчдийг нийтлэл, зураг, бичвэр, видео нийтлэх платформоор хангаж, хувь хүний үзэл бодлоо илэрхийлэх хэрэгцээг хангаад зогсохгүй аж ахуйн нэгж, хэвлэл мэдээлэл, төрийн байгууллагуудад мэдээллийг түгээх үр дүнтэй сувгийг бүрдүүлдэг. Ялангуяа Синьхуа агентлаг зэрэг эрх мэдэл бүхий хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд дижитал эрин үед WeChat-ын олон нийтийн сүлжээгээр дамжуулан тэдний санаа бодлыг чиглүүлэх боломжоо үр дүнтэй өргөжүүлсэн. Үүгээрээ уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн олон нийтийн итгэл хүлээсэн найдвартай байдлыг хадгалахаас гадна хөдөлгөөнт интернэт платформын тусламжтайгаар хэрэглэгчдийн хамрах хүрээг тэлж байна.

Хүний үйл ажиллагааны чухал хэсэг болох спорт нь хувь хүний бие бялдар, өрсөлдөх чадварыг харуулахаас гадна соёлын солилцоо, нийгмийн эв нэгдлийг илэрхийлдэг. Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн хөгжил, орчин үеийн хүмүүсийн спортод тавигдах шаардлага улам бүр нэмэгдэж байгаатай холбогдуулан спортын сэтгүүл зүй нь орчин үеийн янз бүрийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр өвөрмөц зан чанар, мэргэжлийн үр чадвараа харуулж

байна. Энэ шинж чанар нь янз бүрийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр спортын сэтгүүл зүй улам бүр чухал үүрэг гүйцэтгэхэд тусгалаа олсон төдийгүй өргөн хүрээний үзэгчдийн дуртай мэдээний гол төрлүүдийн нэг болж байна. Үүнд спортын сэтгүүл зүй гэдэг нь спортын сэдэв, үйл явдал, тэмцээн, тоглолтын үр дүнгийн талаарх мэдээллийн хүлээн авагчдад хүргэж буй ОНМХ-ийн үйл ажиллагааны цогц юм. (Б.Наранбаатар, 2020) Спортын сэтгүүл зүй гарч ирснийг МЭӨ 776 онд болсон эртний Грекийн анхны олимпын наадмын үеэр хэвлэлийн ажилтнууд, сурталчид тэмцээний мэдээг амаар зарлаж, түгээн дэлгэрүүлснээс улбаатай. 1883 онд сонины шинэчлэлийн анхдагч Пулитцер анх удаа спортын сэтгүүл зүйн бие даасан хэлтсийг байгуулж, байнгын сурвалжлагчид ярилцлага, сурвалжилга хийж байв. (Цин, 2000)

Пулитцерийн алхам гайхалтай үр дүнд хүрч, бусад сонины дуураймал объект болжээ. Үүнээс хойш спортын сэтгүүл зүй нь олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр бие даасан мэдээний төрөл болж гарч эхэлсэн. Энэ хүрээнд спортын сэтгүүл зүйгийн чухал хэсэг болох олимп аажмаар дэлхий нийтийн анхаарлын төвд орж байна.

Олимпын наадам нь Олон улсын олимпын хорооноос зохион байгуулдаг дэлхийн хамгийн том бөгөөд хамгийн нөлөө бүхий спортын арга хэмжээ юм. Орчин үеийн Олимпын хөдөлгөөнийг үндэслэгч Пьер де Кубертиний дэвшүүлсэн Олимпын үзэл баримтлал нь "илүү хурдан, илүү өндөр, илүү хүчтэй, илүү эв нэгдэлтэй" гэсэн үзэл санааг дэмждэг

бөгөөд энэ нь зөвхөн спортын хөгжлийг дэмжээд зогсохгүй дэлхийн энх тайван, ойлголтыг түгээн дэлгэрүүлэхэд тусалдаг. Олимпын сүнс нь шударга байдал, хүлээцтэй байдал, нөхөрлөлийг онцлон тэмдэглэдэг бөгөөд энэ нь зөвхөн талбайн тоглолтоор хязгаарлагдахгүй, мөн янз бүрийн улс орнуудын соёлын харилцаа холбоо, нийгмийн үнэт зүйлсэд нөлөөлдөг. Олимпын хөдөлгөөний дэлхий дахинд үзүүлэх нөлөө нэмэгдэж байгаа нөхцөлд Олимпын наадмын талаарх мэдээ мэдээллийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр аажмаар спортын сэтгүүл зүйгийн тэргүүлэх чиглэл болж байна. Тодруулбал, Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээ нь олимпын үеэр мэдээлэл түгээх үүргийг гүйцэтгээд зогсохгүй, соёл урлагийг түгээн дэлгэрүүлэх, үндэсний дүр төрхийг бүрдүүлэх чухал үүрэг хариуцлага хүлээсэн юм.

Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээ нь албан ёсны хаяг бөгөөд 2013 онд нээгдсэнээс хойш шинэ хэвлэл мэдээллийн салбарт чухал харилцаа холбооны платформ болсон. Эхэндээ мэдээ мэдээллийг шуурхай нийтлэх, товч, бодитой мэдээллээр дамжуулан уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн нөлөө бүхий байдлыг хадгалах нь WeChat олон нийтийн сүлжээний гол үүрэг байв. Хөдөлгөөнт интернэт хурдацтай хөгжихийн хэрээр Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээ шинэ эриний хэрэглэгчдийн унших дадал зуршилд аажмаар дасан зохицож, цаг алдалгүй мэдээлэх тал дээр анхаараад зогсохгүй, зураг, текст, видео гэх мэт баялаг контен-

тын хэлбэрээр хэрэглэгчийн хэрэгцээг хангаж байв. Түүнчлэн Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээ мэдээний сэдэв сонгох, олон нийтийн санаа бодлыг удирдан чиглүүлэх, ялангуяа олон улсын спортын тэмцээн уралдаан зэрэг томоохон үйл явдлыг сурвалжлахад чухал үүрэг гүйцэтгэсэн бөгөөд нарийн боловсруулсан гарчиг, үнэн зөв контент, цацалт, олон платформын холболтоор WeChat олон нийтийн сүлжээ нь нэг мэдээний платформуос өргөн нөлөө бүхий интерактив харилцааны хэрэгсэл болж хөгжсөн.

Парисын Олимп орон нутгийн цагаар 7-р сарын 26-ны өдрөөс 8-р сарын 11-ний хооронд болсон бөгөөд цагийн зөрүүгээс шалтгаалан Бээжингийн цагаар 7-р сарын 27-ны өдрөөс 8-р сарын 12-ны өдрийн хооронд үргэлжлэв. Гэвч Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн дугаар 7-р сарын 21-ээс Олимпын талаар мэдээлж эхэлсэн бөгөөд 8-р сарын 24-ний өдөр хүртэл үргэлжилсэн. Тиймээс энэ судалгаа нь 7-р сарын 21-ээс 8-р сарын 24-ний хооронд Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээгээр дамжуулсан Олимпын наадмын талаарх бүх мэдээг гаргаж авч, мэдээ сурвалжилгын гарчигт дүн шинжилгээ хийсэн. Парисын Олимпын наадмын хугацаанд Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээгээр өдөрт дунджаар 12, нийт 173 мэдээ нийтэлсэн байна. Синьхуа агентлагийн WeChat сошиал платформуос гаргаж буй мэдээллийн шинж чанарыг цаашид шинжлэхийн тулд энэхүү судалгаа нь судалгааны агуулгыг мэдээлэх сэдэв, эх сурвалж,

тэмдэгт, гарчгийн хэлний хэрэглээ гэсэн дөрвөн зүйлд хуваана. Эдгээрээс мэдээ сурвалжилгын сэдэвт нээлт, хаалтын ёслолын сурвалжилга, спортын мэдээ (спортын тэмцээн уралдааны урьдчилсан мэдээ орно), тамирчдын мэдээлэл, тайлбар, Олимпын мэдлэг болон бусад агуулга орно. Мэдээ сурвалжилгын эх сурвалжид тухайн улсын мэдээний сайт, CCTV-ын платформууд, бусад хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, сүлжээний хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл, тэмдэгтэд текст, зураг, видео, GIF хөдөлгөөнт зураг, AI технологи ашиглан бүтээсэн контент багтдаг. Мэдээллийн бүтээлийн гарчгийн нөхцөл байдал нь нэгдүгээрт, субъектив үгс байгаа эсэх, хоёрдугаарт мэдээний эх сурвалж нэрээ нууцалсан эсэх гэсэн хоёр зүйлд хуваагддаг. Дүн шинжилгээний үр дүнгээс харахад WeChat олон нийтийн сүлжээ нь Хятадын гол хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болохын хувьд Олимпын наадам зэрэг томоохон арга хэмжээний тухай үзэхэд албаны арга хэмжээний мэдээ сурвалжилгын дийлэнх хувийг эзэлсээр байна. Гэсэн хэдий ч мэдээ сурвалжилгын тусгай арга, хэлний хэрэглээний тал дээр WeChat-ын дамжуулалтын онцлог илт харагдаж байна.

Мэдээллийн түлхэц (push notification)-ийн агуулга нь ихэвчлэн үйл явдлын сурвалжилгад тулгуурладаг хэвээр байгаа боловч сэдвүүд нь илүү төрөлжсөн. 173 мэдээллийн агуулгад 78 тэмцээний мэдээлэл (тэмцээний үр дүн, тэмцээн уралдаан гэх мэт) байгаа бөгөөд нийт агуулгын 45%-ийг эзэлж байна. Тамирчдын тухай 52

мэдээлэл тавигдсан нь нийт агуулгын 29%-ийг эзэлж байгаа нь тамирчдын амьдрал, хувь хүний төлөвшил, гаргасан амжилтыг түлхүү анхаарч, үзэгчдийн сэтгэл хөдлөлийн нөлөөг нэмэгдүүлсэн байна. Тайлбар мэдээ 17 байгаа нь нийт мэдээ сурвалжилгын 10% -ийг эзэлж байгаа бөгөөд уралдаан тэмцээний дэлгэрэнгүй дүн шинжилгээгээр үзэгчдэд тэмцээнийг мэргэжлийн үүднээс ойлгоход чиглэсэн. Олимпын наадмын нээлт, хаалтын холбогдолтой 12 мэдээ 7%-ийг эзэлж байгаа бөгөөд Олимпын наадмын соёл, ёслолын ач холбогдлыг онцолж, олимпын наадмын талаарх үзэгчдийн мэдлэгийг баяжуулсан байна. Үүнээс гадна сонирхол, мэдлэг нэмсэн энтертаймент 2 мэдээ, Олимпын тухай мэдлэгийн 3 мэдээ байна. ХКН-ын Төв хорооны Ерөнхий нарийн бичгийн дарга, БНХАУ-ын удирдлагын илгээсэн 3 баярын мэндчилгээ, мөн Хятадын Ширээний теннисний холбоо болон Хятадын сэргээшийн эсрэг төвийн 2 мэдэгдэл нь Олимпын наадмын нийгэм, улс төрийн нөлөөллийг харуулж байна. Үлдсэн 4 мэдээ нь Олимпын наадам зохион байгуулж буй хотын өнгө үзэмжийг сурвалжилсан байна. Энэхүү төрөлжсөн мэдээ сурвалжилгын гол зорилго нь үзэгчдийн улам бүр нэмэгдэж буй хэрэгцээг хангах, хэвлэл мэдээллийн өрсөлдөөн ширүүссэн орчинд сэтгэл татам байдлыг нэмэгдүүлэхэд оршдог. Олон улсын соёлын солилцооны индэр болохын хувьд Олимпын наадмын бэлгэдлийг эдгээр баялаг сурвалжилгын сэдвүүдээр дамжуулан харуулахын зэрэгцээ улс орныхоо спортод өндөр ач холбог-

дол өгч, дэмжлэг үзүүлж буйг илтгэж байна.

Мэдээллийн гол эх сурвалж нь Синьхуа мэдээллийн агентлаг, эх контент, Синьхуа агентлагийн Weibo болон бусад хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, интернэт хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл юм. Синьхуа агентлагийн WeChat-ын олон нийтийн сүлжээгээр нийтэлсэн 173 мэдээллийн эх сурвалж нь дараах байдалтай байна. News App, Weibo зэрэг Синьхуа агентлагийн бусад платформууд нь Синьхуа агентлагийн мэдээллийн гол эх сурвалж юм. WeChat албан ёсны бүртгэл нь энэ хэсэгт нийт 25 эх контентын 14% -ийг эзэлж байна. Бусад хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр эш татсан 17 мэдээлэл, интернэт сэтгэгдлүүд нийт мэдээллийн 10%-ийг эзэлж байна. Синьхуа агентлагийн бусад платформуос авсан 131 мэдээллийн дотор Синьхуа агентлагийн News App, Weibo, Xinhua Vision болон бусад платформуудын мэдээллээс гадна Синьхуа агентлагийн Weibo дахь хэрэглэгчдийн зарим мессежүүд байна. Синьхуа агентлагийн Weibo-ын нийт хэрэглэгчдийн тоо 100 саяас давсан нь энэхүү мэдээллийг ашиглах нь Weibo болон WeChat хоёр нийгмийн платформын хоорондох зайг нөхөөд зогсохгүй хэрэглэгчдийн контент бүтээх арга хэлбэрт үр дүнтэй туршилт юм. Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн дугаарын нийтлэгдсэн 25 эх контент байгаа бөгөөд ихэнх нь Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн дугаарын редакторуудын оруулсан мэдээлэл юм. Бусад 17 мэдээллийн эх сурвалжийг ихэвчлэн Xinhua Vision, CCTV News, The Paper, Chengdu

Commercial Daily, Sichuan Sports, People's Daily, Global Times, Liaoshen Evening News, China Youth Daily, Xinmin Weekly, Shanghai Songjiang, Хятадын ширээний теннисний холбооны албан ёсны вэбсайт зэрэг хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, интернэт хэрэглэгчдийн сэтгэгдлээс бүрджээ. Мэдээллийн эдгээр хоёр талын нийлбэр нь нийт мэдээллийн 1/4-ээс бага бөгөөд мэдээллийн дийлэнх хувийг Синьхуа агентлагаас авчээ. Энэ нь уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл дээр суурилсан шинэ медиа платформуудын дунд түгээмэл үзэгдэл юм. Синьхуа агентлаг мэдээллийн эх сурвалжийг өргөжүүлж, ахиц дэвшил гаргасан хэдий ч арилжааны цахим хуудас болон бусад олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр мэдээлэл сонгохдоо болгоомжтой хандсаар байна.

Дамжуулалтын тэмдэгтийн хэрэглээний тал дээр WeChat платформын засварлах функцийг онцлогийг тодруулахын тулд GIF хөдөлгөөнт зураг, богино хэмжээний видео, AI технологи ашигладаг. Текст, зураг, GIF хөдөлгөөнт зураг, видео, богино хэмжээний видео, аудио зэрэг нь WeChat-ын мэдээллийг түгээхэд ашиглаж болох хэд хэдэн хэлбэр юм. Энэ судалгаагаар мэдээлэл бүр нь текст, зураг агуулсан 173 мэдээллийг задалж, богино хэмжээний видео, GIF хөдөлгөөнт зураг, AI технологийн хэрэглээнд дүн шинжилгээ хийх болно. Нийтлэгдсэн 173 мэдээллийн дотор 9 мэдээлэл нь GIF хөдөлгөөнт зургийг ашигласан нь нийт нийтлэгдсэн мэдээллийн 5%-ийг эзэлж байна. Видео бичлэг агуулсан 26 зүйл байгаа нь нийт мэдээллийн 15%-ийг

эээлж, AI технологийг ашигласан 2 мэдээлэл байна. Синьхуа мэдээллийн агентлагийн WeChat албан ёсны бүртгэл нь Синьхуа мэдээллийн агентлагт тулгуурладаг бөгөөд маш их хэмжээний видео материалтай боловч WeChat олон нийтийн дугаарт видео ашиглахад хоёр асуудал гардаг. Эхлээд Tencent Video-д байршуулж, дараа нь текстэд оруулах ёстой. WeChat олон нийтийн дугаарт спортын тэмцээний бүрэн бичлэг хийх нь мэдээж зохисгүй. Синьхуа агентлагийн WeChat-ийн олон нийтийн дугаарт байршуулсан видео нь ихэвчлэн Синьхуа мэдээллийн агентлагийн видео дансны видеонууд байдаг бөгөөд видео бичлэгүүдтэй харьцуулахад GIF хөдөлгөөнт зургууд нь бага зай эзэлдэг төдийгүй мэдээллийг засварлахад илүү тохиромжтой байдаг. Хамгийн чухал нь давтагдсан хөдөлгөөнт зургууд нь тодорхой дүр зураг эсвэл үйлдлийг тодотгож чаддаг. Жишээлбэл, “Парисын Олимпын шинэ үйл явдал юу вэ?” энэ мэдээлэлд 4 хөдөлгөөнт GIF зургийг ашиглан Олимпын шинэ төрлүүдийн тэмцээний арга барил, онооны дүрмийг танилцуулсан болно. “Хятадын Олимпын одод гялал-

зах үед” мэдээлэлд Синьхуа агентлагийн шинэ хэвлэл мэдээллийн төв нь Алибабагийн хиймэл оюун санааны дизайны платформ “Duiyou”-тэй хамтран “Хамгийн гайхалтай Хятадын хэв маяг” хэмээх том загварыг гаргаж, AI технологийг ашиглан Олимпын тамирчдын торгон мөчүүдийг Хятадын уламжлалт уран

зургийн хэв маягаар дүрслэн харуулсан байна.

Хэлний хэрэглээн ний тал дээр илүү энтертайнмент хандлагатай, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд илүү ойр хэлний хэв маягтай байна. Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээнээс мэдээний гарчигт субъектив үг ашигласан талаарх статистикийн дүн шинжилгээгээр мэдээллийн 90 орчим хувь нь бодитой буюу харьцангуй бодитой байна. Хэдийгээр шинэ үеийн хэрэглэгчид бай-

гаа боловч уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл дээр суурилсан WeChat нь Синьхуа мэдээллийн агентлагийн мэдээ сурвалжилга бэлтгэх гол зарчмаа баримталсаар байна. Түүнчлэн мэдээний гарчгийн 10% нь субъектив үгсийг ашигласан бөгөөд үүнд “Гайхалтай”, “Үнэхээр гайхалтай”, “Дэндүү бардам” зэрэг

«

Парисын Олимпын мэдээ сурвалжилгын тухайд Синьхуа агентлагийн уламжлалт мэдээтэй харьцуулахад WeChat олон нийтийн сүлжээгээр дамжуулж буй мэдээ сурвалжлагууд нь хэл найруулга амьд, нийгмийн сүлжээний харилцааны хэлний онцлогтой байжээ. Нэгдүгээрт, гарчигт сэтгэл хөдлөлийн хүчтэй өнгө бүхий үгс ашиглан үзэл бодлоо шууд илэрхийлсэн нь WeChat Moments дахь хайр, үзэн ядалтын тод сэтгэл хөдлөлийн илэрхийлэлтэй нийцэж байна. ... Синьхуа агентлагийн уламжлалт мэдээнд ийм илэрхийлэл тун ховор байдаг

»

хүчтэй субъектив өнгө бүхий тэмдэгт нэр байна. Гарчгийн 70% нь жинхэнэ нэрийг ашигласан ба бараг гуравны нэг нь нууцласан нэр ашигласан байна.

Парисын Олимпын мэдээ сурвалжилгын тухайд Синьхуа агентлагийн уламжлалт мэдээтэй харьцуулахад WeChat олон нийтийн сүлжээгээр дамжуулж буй мэдээ сурвалжлагууд нь хэл найруулга амьд, нийгмийн сүлжээний харилцааны хэлний онцлогтой байжээ. Нэгдүгээрт, гарчигт сэтгэл хөдлөлийн хүчтэй өнгө бүхий үгс ашиглан үзэл бодлоо шууд илэрхийлсэн нь WeChat Moments дахь хайр, үзэн ядалтын тод сэтгэл хөдлөлийн илэрхийлэлтэй нийцэж байна. 8-р сарын 03-нд Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн дугаарт Хятадын усан сэлэлтийн тамирчин Жан Юфэйгийн сарын тэмдгийн үеийн таагүй байдал, халууныг хэрхэн тэвчсэн тухай “Жан Юфэй: Яагаад Америкийн тамирчдаас асууж болохгүй гэж?” гэсэн гарчигтай мэдээ нийтэлжээ. Парисын олимпоос эмэгтэйчүүдийн 200 метрийн эрвээхэй сэлэлтийн төрөлд хүрэл медаль хүртэж, Хятадын усан сэлэлтийн түүхэнд хамгийн олон Олимпын медаль хүртсэн тамирчин болсон. Гэвч тоглолтын дараах хэвлэлийн бага хурал дээр гадаадын хэвлэлүүд Хятадын тамирчдаас допингийн асуудлаар асуулт асууж, ялангуяа Пан Жанлегийн дэлхийн рекордыг эвдсэн амжилтыг онилсон байна. Хариуд нь Жан Юфэй өөрөөр хариулж, Америкийн усан сэлэлтийн супер одод болох Фелпс, Ледеки нар яагаад ийм асуултад өртөж байгаагүй гэж асууж, шинжлэх ухааны

үндэслэлтэй бэлтгэл сургалт, шударга өрсөлдөөнөөр Хятадын усан сэлэлтийн амжилтад бат итгэдэг гэж хариулав. Дэлхийн усан сэлэлтийн холбоо, сэргээшийн эсрэг агентлагаас энэ эргэлзээг олон удаа тодруулж, чин шударга хүмүүс өөрөө өөрийгөө цэвэрлэх болно гэдгийг тэрээр онцлов. “Яагаад Америкийн тамирчдаас асууж болохгүй гэж?” гарчиг ашигласан нь интернэт хэрэглэгчдийн хэл ярианы хэвшилд нийцсэнээс гадна хэвлэл мэдээллийнхний хандлагыг ч тодорхой илэрхийлж байна. Синьхуа агентлагийн уламжлалт мэдээнд ийм илэрхийлэл тун ховор байдаг.

Хоёрдугаарт, интернэт хэллэгийг өргөнөөр ашиглах нь сошиал медиа хэрэглэгчдийн хэлний хэвшилтэй нийцэж байна. Жишээлбэл, <<Дахин алт хожоорой! Gan Fan ахад баяр хүргэе>>, <<Өнөөдрийн онцлох үйл явдал: “Queen Wen” титэм хүртэж, “Фэйюү” дахин алтан медаль хүртэнэ гэж найдаж байна!>> <<”Бяцхан эгч”, “Бяцхан ах” нар зуны амралтаа аваад Олимпод оролцсон!>> гэх мэтээр “Gan Fan ах”, “Фэйюү”, “Бяцхан эгч”, “Бяцхан ах” гэж нэрлэсэн нь Парисын Олимпын эрэгтэйчүүдийн 10 метрийн хийн урт бууны аварга Шэн Лихао, теннисний аварга Жэн Цинвэн, Bowl Pool тамирчин Жэн Хаохао, эмэгтэйчүүдийн скейтбордын гудамжны хэв маягийн 4-р байрт орсон Цүй Чэнси нар юм. Эдгээр интернэт үгс нь уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн WeChat олон нийтийн сүлжээний мэдээ сурвалжилгад гарч, сошиал медиа хэрэглэгчдийн хэлний сонголтод нийцэж, уншигчидтай

харилцах боломжийг нээдэг. Эцэст нь гарчиг өгөхдөө уншигчдын анхаарлыг татахын тулд нэр нууцлах арга ашиглажээ. Цуглуулсан 173 мэдээнээс 37 гарчигт мэдээний гол дүрүүдийн нэр нууцлах арга хэрэглэсэн нь уламжлалт мэдээний зарчимтай зөрчилдөж байгаа боловч энэ нь WeChat платформ дээр мэдээ сурвалжлах онцлог шинж юм.

Синьхуа агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээнд хийсэн дүн шинжилгээнээс харахад ерөнхийдөө уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн мэдээлэх хэм хэмжээг дагаж мөрддөг боловч хэл, гарчиг, мэдээллийн эх сурвалжийн хувьд уламжлалт мэдээллүүдээс ялгаатай шинж чанартай болохыг харуулж байна. Синьхуа мэдээллийн агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээ нь хэлний түгээмэл хэв маяг, агуулгын хэлбэрээрээ хэрэглэгчидтэй харилцах ойр дотно байдлыг нэмэгдүүлж, уламжлалт эргэх холбоогүй гэсэн мөн чанарыг өөрчилжээ. Энэхүү мэргэжлийн бус тайлагналын арга нь хэрэглэгчдийн хэрэглээний зуршилд нийцэхээс гадна мэдээ унших хэмжээг нэмэгдүүлдэг. Мөн Синьхуа агентлагийн WeChat-ын олон нийтийн сүлжээний Олимпын талаарх мэдээ мэдээллийн ихэнх хэсэг нь 100,000 гаруй хандалттай байгаа нь нийгмийн платформ дээрх уламжлалт бус мэдээлэх аргын зах зээл өргөн бодитой буйг харуулж байна. Хэдий тийм боловч харилцааны шинэ орчинд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд хэт зугаа цэнгэлээс зайлсхийхийн тулд хэрэглэгчийн хэрэгцээ, мэдээний мэргэжлийн ур чадварыг тэнцвэржүүлэх шаардла-

гатай хэвээр байна. Үүний зэрэгцээ WeChat-ийг бусад шинэ медиа платформуудтай холбож, хэрэглэгчидтэй харилцах харилцааг сайжруулах нь хэрэглэгчийн хандалтыг нэмэгдүүлж, контентыг илүү оновчтой болгоход тусална.

Эшлэл

1. Marshall McLuhan. 1964. Understanding Media, The Extension of Man. New York Signet. p 23.
2. <https://static.www.tencent.com/upload/s/2024/08/14/424baf5fd758722f4d0c0c6362488b67.pdf>
3. 2023 оны Хятадын нийгмийн сүлжээний гарын авлага.
4. Б.Наранбаатар. 2020. Спортын сэтгүүл зүйн онцлог онолын үндэслэл. «Сэтгүүл зүй» МУИС-ийн эрдэм шинжилгээний бичиг. х21.
5. 郝勤. 2000. 论体育新闻学的性质特征及学科建设. 成都体育学院学报. 05:12. (Хао Цин. 2000. Спортын сэтгүүлзүйн мөн чанар, шинж чанар, сахилга батыг бий болгох тухай. Чэндугийн биеийн тамирын хүрээлэнгийн сэтгүүл. 05:12.)

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. 麻跃强. 2024. 智媒视域下做好巴黎奥运会报道路径探析. 传媒评论. Ма Юэсян. 2024. Ухаалаг хэвлэл мэдээллийн үүднээс Парисын олимпын тайлангийн замд хийсэн дүн шинжилгээ. хэвлэл мэдээллийн сэтгэгдэл.
2. 王爱玲. 朱金德. 王泽鹏. 2022. 专业媒体微信平台的内容传播可供性分析——以《人民日报》和新华社微信公众号的内容推送为例. 当代传播. Ван Айлин. Жу Жиндэ. 2022. Ван Зэпенг мэргэжлийн хэвлэл мэдээллийн WeChat

платформуудын контентын харилцааны боломжийн дүн шинжилгээ - "Ардын өдөр тутмын" болон Шинхуа мэдээллийн агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээгийн жишээн дээр. Орчин үеийн харилцаа холбоо.

3. 孔维一. 新华社微信公众号标题制作的特点与方法. 中国记者. 2022. Конг Вэйи. Шинхуа мэдээллийн агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээгийн шинж чанар, гарчиг авах арга . 2022.(06).
4. 张玲玲. 2022. 微信公众号标题制作策略研究——以新华社微信公众号为例. 新闻知识. Zhang Lingling. 2022. WeChat олон нийтийн сүлжээгийн гарчиг авах стратегийн судалгаа - Шинхуа мэдээллийн агентлагийн WeChat олон нийтийн сүлжээгийн жишээн дээр .мэдээний мэдлэг.

Summary

This study analyzes the characteristics of Xinhua News Agency's WeChat public account's coverage of the Paris Olympics. Through diversified reporting themes, such as event reports, athlete stories and event reviews, the official account not only meets the diverse needs of the audience but also enhances the public's emotional connection and patriotic feelings towards Chinese athletes. The reporting style is relatively lively and lively, and incorporates the language characteristics of social media, such as the use of emotional vocabulary and Internet slang, to attract readers' attention. The official account also innovatively uses GIF, short video and AI technology to enhance interactivity and visual impact. Despite this, the report still maintains Xinhua News Agency's consistent rigor and objectivity, achieving a balance between entertainment and professionalism.

Keywords: Xinhua News Agency, WeChat social network, Paris Olympics.