

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КИТАЙСКИЕ МАССМЕДИА

Современный Китай – динамично развивающееся государство, которое придерживается курса инновационного развития. Его осуществление приводит к трансформации множества сфер деятельности, одной из которых являются массмедиа.

После того как интенсивность интернетизации увеличилась, перед печатными СМИ встал вопрос о выработке дальнейшей стратегии, которая помогла бы организовать работу таким образом, чтобы печатные издания остались востребованными для читательской аудитории. Китайские печатные СМИ пришли к решению, принятому прогрессивными редакциями газет и журналов во всем мире, – создать интернет-версии своих изданий, которые позволят охватить большую читательскую аудиторию. Наличие интернет-версий предоставило китайским печатным СМИ возможность конкурировать с новостными интернет-порталами, интернет-изданиями, заимствуя сильные характерные черты, которыми обладают интернет-СМИ, а именно: быстроту распространения, возможность дополнить текст или исправить его после распространения, а также вместительность – размещение больших блоков информации, мультимедийность, интерактивность.

Данное решение привело к непосредственному взаимодействию между газетой и сайтом. В Китае такая модель пользуется успехом, поскольку позволяет сохранить уже имеющуюся аудиторию, а также увеличить ее охват с помощью интернет-пользователей: «Это наиболее известная модель распространения контента, позволяющая не только удержать аудиторию, но и расширить ее. Традиционная газета соединяется с медиасайтами, или покупает сайт, у которого уже есть хорошая репутация и влияние, чтобы развивались партнерские отношения. Таким образом, традиционная газета предоставляет текущую информацию не только в печатном издании, но и в электронном виде» [1]. Подобный подход позволяет создать единое информационное пространство как для аудитории, читающей печатные издания, так и для интернет-аудитории.

Для того чтобы достичь больших целей, правительство Китая принимает стратегию, результаты которой направлены на преобразование повседневной жизни Китая в целом. В 2013 году китайское правительство разрабатывает интернет-стратегию «Широкополосный Китай», которая подразумевает «покрытие» Китая широкополосным интернетом [2]. Преимущество широкополосного доступа заключается в следующем: во-первых, широкополосная связь представляет собой доступ в интернет на высокой скорости,

который по характеристикам на порядок выше, чем доступ через модем. Во-вторых, передача данных осуществляется посредством телефонной линии, мобильной связи (4G, 5G). Этот вид соединения в 40 раз быстрее всех остальных (Dial Up, DSL); он хорош и тем, что позволяет отправлять большое количество фото, видео документов и другой информации одновременно, а также совершать звонки, отправлять сообщения, просматривать почту [3].

В 2013 году Китай вступил в эпоху высокоскоростного 4G интернета. А уже в 2014 поставщик 4G услуг China Mobile обнародовал данные с годовыми результатами: за год количество абонентов связи 4G достигло «90 млн человек, компания реализовала 240 млн мобильных телефонов и 700 тыс. базовых станций 4G» [4]. Следующим шагом China Mobile стала разработка 5G связи [5]. Необходимо отметить, что «к концу 2014 года широкополосная связь в Китае охватила 45 % городов. К началу 2016 года планируется обеспечить 95 % китайского населения (как в городах, так и сельской местности)» [6].

Крупные китайские компании действуют с учетом сложившейся ситуации: китайские города готовы к внедрению широкополосного интернета, поскольку у них есть большой выбор мобильных устройств, которые поддерживают широкополосную связь. В свою очередь, сельское население нуждается в новых мобильных устройствах, цена которых будет соразмерна их доходам. В апреле 2015 года интернет-ритейлер Alibaba Group Holding и государственный телекоммуникационный оператор China Telecom начали осуществлять программу по продаже дешевых смартфонов в сельских населенных пунктах Китая. Цена мобильных устройств варьируется от 48 до 113 долларов [7]. Подобный шаг позволяет охватить как городское, так и сельское население, увеличить количество потребителей и дать им не только мобильные устройства в той ценовой категории, которая им подходит, но и снабдить широкополосным интернетом. Как видно, внедрение в обиход мобильных устройств и широкополосного интернета продвигаются сосредоточенно и планомерно.

Если первым шагом печатных СМИ Китая было создание интернет-версии в качестве дополнения к печатному изданию (газета China Daily создала интернет-версию в 1995 году, крупнейшая китайская газета «Жэньминь Жибао» в 1997 году создала свой новостной сайт «Жэньминьван»), то следующим шагом стала разработка мобильной версии газеты. Мобильная версия позволяет ознакомиться с информацией того или иного издания с помощью мобильного интернет-устройства, учитывая его параметры, характеристики и особенности. Создание и внедрение мобильной версии тем или иным изданием влияет на востребованность последнего читательской аудиторией.

Следует отметить, что существует три варианта исполнения мобильных версий:

1. Разработка отдельной мобильной версии. Помимо версии для стационарных ПК и ноутбуков, компания-поставщик информации разрабатывает

отдельную версию газеты для мобильных интернет-устройств: карманных ПК (смартфоны, коммуникаторы), планшетных ПК. Разберем этот пример с помощью газеты China Daily. В интернет-версии China Daily для стационарных ПК и ноутбуков основные рубрики расположены сверху, а в центральной части страницы находятся краткие описания свежих новостей (более 30), которые сопровождается фотографиями, в нижней части страницы – темы, которые входят в основные рубрики, а также дополнительная информация [приложение]. Мобильная версия (2008 г.) газеты содержит в центральной части страницы дайджест, который насчитывает не более 10 материалов, все остальные материалы можно прочесть, перейдя в ту или иную рубрику. Мы видим, что отдельная мобильная версия разработана в целях адаптации сайта газеты к размеру экрана мобильного устройства.

2. Адаптация сайта для использования на мобильных устройствах. В данном случае сайт не имеет никаких дополнительных функций или особенностей, связанных с организацией пространства. При использовании на мобильных устройствах его основная задача – дублировать образ сайта газеты и контент, автоматически подстраивая интернет-страницу под размер экрана того устройства, с которого его просматривают.

3. Мобильное приложение. В данном случае газета – компания-поставщик информации, которая разрабатывает мобильное приложение, учитывая особенности мобильных операционных систем – Android, IOS, Windows Phone и т. д. Пользователь, который скачал и установил приложение на свое мобильное устройство, с помощью этой программы получает ту же информацию, что находится и в интернет-версии газеты. Привлекательность данной мобильной версии заключается в том, что она предоставляет пользователю большой круг возможностей. Мобильное приложение China Daily, которое было запущено в 2014 году, отличается тем, что его необходимо скачать и установить на мобильное устройство. Интерфейс также выполнен иначе: скрытые рубрики в левой части экрана, развернутые рубрики, которые видны при перелистывании страниц слева направо. Также мобильная версия обладает следующими функциями:

- «добавить в избранное», что позволяет формировать собственный архив с необходимой информацией из материалов данной газеты,
- «режимы освещения» – два режима освещения экрана для чтения днем и ночью,
- «всплывающее окно» – уведомление о свежих новостях.

Нужно отметить, что приложение China Daily предлагает своим пользователям приложение с дополнительными возможностями – Bilingo, двуязычное приложение, разработанное в 2013 году, в котором размещены не только последние новости, но и аудио файлы, словарь [8]. Данное приложение создано для пользователей, которые изучают китайский и/или английский языки. Его задачи – расширить словарный запас пользователя, улучшить на-

выки перевода и письма. Одна из главных функций – прослушивание новостей, что по своей сути аналогично аудированию.

Подобные мобильные приложения расширяют спектр деятельности издания, привлекают новых партнеров, так как разработка и внедрение новшеств в рабочий процесс говорит о том, что данное издание следует определенной стратегии, которая учитывает нынешние тенденции и пытается создать основу для своей деятельности в будущем.

Продукция, создаваемая China Daily, направлена на удовлетворение потребностей читательской аудитории. Создание продукта, который учитывает интересы читателя, приводит не только к спросу со стороны последнего, но и к формированию положительного имиджа издания. Удобные мобильные версии и уникальные приложения – это забота об аудитории, которая имеет обратную связь в виде заинтересованности и привлечения новых читателей.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что разработка и внедрение мобильной версии газеты – процесс, направленный на создание новшества, которое отвечает основным критериям инновационных технологий, касающимся удовлетворения потребностей целевой аудитории: удобства для чтения газеты с мобильного устройства, эргономичности дизайна, дополнительных функции (создание собственного архива, режим освещения, изучение языка и т. д.), качественных изменений в определенной сфере жизнедеятельности, к числу которых относятся расширение спектра деятельности издания, привлечение новых партнеров, дополнительная прибыль, повышение конкурентоспособности.

Литература

1. Смирнова, О. В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий / О. В. Смирнова // Белорусская цифровая библиотека [Электронный ресурс] – 2017. – Режим доступа: http://library.by/portalus/modules/love/print.php?subaction=showfull&id=1411990238&archive=&start_from=&ucat=. – Дата доступа: 14.01.2017.
2. Оськин, А. Печать Китая / А. Оськин // Эхо Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.echo.msk.ru/blog/oskin/1301914-echo/>. – Дата доступа: 15.12.2014.
3. В Поднебесной разработали интернет-стратегию «Широкополосный Китай» [Электронный ресурс] / visitchina.ru. – 2013. – Режим доступа: http://visitchina.ru/news/nauka_i_tekhnika/14877/. – Дата доступа: 15.12.2014.
4. Преимущества широкополосной связи [Электронный ресурс] / Дам Ответ. Ру – 2014. – Режим доступа: <http://computer.damotvet.ru/other/847310.htm>. – Дата доступа: 16.12.2014.
5. Преимущества широкополосной связи [Электронный ресурс] / Дам Ответ. Ру – 2014. – Режим доступа: <http://computer.damotvet.ru/other/847310.htm>. – Дата доступа: 16.12.2014.
6. «Чайна Мобайл» разрабатывает мобильную связь 5G [Электронный ресурс] / Жэньминь Жибао – 2015. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n/2015/0202/c31517-8844341.html>. – Дата доступа: 02.02.2015.

7. К 2016 году широкополосная связь в Китае охватит 95 % городов [Электронный ресурс] / 3DNEWS: Daily Digital Digest – 2014. – Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/904124> – Дата доступа: 09.01.2014.
8. В конце прошлого года количество пользователей новостных порталов достигло 495 млн человек [Электронный ресурс] / Жэньминь Жибао – 2015. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n/2015/0206/c31517-8847309.html>. – Дата доступа: 06.02.2015.

Алена Марозава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ЭВАЛЮЦЫЯ МУЛЬТМЕДЫЙНЫХ ФОРМАЎ ЖУРНАЛІСТЫКІ Ў ПЕРАДАЧЫ «ВЕЦЕР ВАНДРАВАННЯЎ» (1967–1994)

Форма ў журналістыцы змяняецца даволі хутка, але найбольш трапныя яе набыткі захоўваюцца, забяспечваюць эвалюцыю, прагрэсіўную пераемнасць жанру. Папулярны сёння накірунак – гэта влог (ці відэаблог), вэб-сайт, дзе запісы рэгулярна дадаюцца. Характэрна, што ў влогу адначасова існуюць паведамленні ў розных формах – тэкст, фота, графіка, музыка, але пераважаюць відэазапісы. Трэвел-влогі (влогі аб падарожжах) на думку Х. Фолкера і Е. Зурыхабылі ля вытокаў эры блогінгу [3, с. 100–101]. З сярэдзіны 60-х гг. тэлеclub «Вецер вандраванняў» з’яўляўся адзінай у БССР цыклавай перадачай у жанры тэлепадарожжа. Перадача мела вялікую папулярнасць: у рэдакцыю пастаянна прыходзілі лісты, дзе гледачы прасілі паўтарыць пэўныя выпускі. У 1992 годзе вядучая расійскай праграмы «Пілігрым» Галіна Прыязжаева назвала перадачу «Вецер в а н д р а в а н н я ў» *старейшей и популярной программой белорусского телевидения* [13].

Асноўная рыса блога як мультымедыйнага жанру – вакол яго ствараецца *сетка камунікацыі*: у ім можна пакідаць каментарыі, сачыць, як на іх рэагуюць не толькі аўтары праграмы, але і іншыя гледачы, спрачацца. Напрыклад, пад кожным сюжэтам папулярнага польскага відэаблога «Гісторыя без цензуры» можна ўбачыць дзясяткі каментарыяў, аўтары адказваюць практычна на кожны з іх, спрачаюцца з гледачамі, улічваюць іх пажаданні ў наступных выпусках. Камунікацыя з аўдыторыяй адбываецца таксама на старонцы «Гісторыі без цензуры» ў Фэйсбуку. Влогер – гэта сучасны грамадскі карэспандэнт. Як сведчыць супрацоўнік спартыўнай рэдакцыі Белтэлерадыёкампаніі А. Супанёў, на беларускім савецкім тэлебачанні ў 60–70-я гг. абавязкова павінна было працаваць 60 % пазаштатных (грамадскіх) карэспандэнтаў. Гэта цяжка давалася, бо не ўсе рабселькоры мелі адпаведную падрыхтоўку і добра валодалі мовай. У тэлеclubе «Вецер вандраванняў» аматары спартыўнага турызму (у пераважнай большасці гэтую супольнасць складалі кандыдаты і дактары навук) былі і экспертамі-