

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КИТАЯ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Ян Чжаоцзюнь

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
zhaojunyang060@gmail.com*

Научный руководитель – А. Д. Маркович, преподаватель

Рассматриваются особенности работы китайских медиа в интернет-среде. Приводятся данные отчета о состоянии развития интернета в Китае. Влияние современных интернет-СМИ на пользователей стремительно усиливается, появляются новые форматы и способы взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: интернет-СМИ; интернет-пространство; СМИ Китая; развитие интернета; медиа Китая.

PECULIARITIES OF WORK OF MASS MEDIA OF CHINA IN INTERNET SPACE

Yang Zhaojun

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk. Republic of Belarus
Corresponding author: Yang Zhaojun (zhaojunyang060@gmail.com)*

Scientific supervisor – A. D. Markovich, lecturer

The features of the work of Chinese media in the Internet environment are considered. The data of the report on the state of Internet development in China are presented. The influence of modern Internet media on users is rapidly increasing, new formats and ways of interacting with the audience are emerging.

Key words: Internet media; Internet space; Chinese media; Internet development; Chinese media.

В современном мире революция информационных технологий оказывает глубокое влияние на международное политическое, экономиче-

ское, культурное, социальное и военное развитие. Сегодня интернет уже интегрировался во все аспекты социальной жизни, и Китай, да и весь мир, находится в эпицентре подобных изменений [1].

В эпоху интернета новые медиа становятся все более полезными, все более проникающими и с более широкими границами, превращаясь в новое пространство для обучения, работы и жизни людей, а также в новую платформу для доступа к услугам. Согласно исследованию, опубликованному Ассоциацией GSM, к концу 2025 года количество глобальных подключений 5G достигнет 2 миллиардов. Услуги мобильной связи охватят три четверти населения планеты [2].

50-й статистический отчет о состоянии развития интернета в Китае, опубликованный Китайским информационным центром интернет-сети, показывает, что по состоянию на июнь 2022 года число пользователей интернета в Китае составило 1,051 млрд человек, а уровень проникновения интернета достиг 74,4 %. Согласно отчету, число пользователей интернета в Китае увеличилось на 19,19 млн по сравнению с декабрем 2021 года, а уровень проникновения интернета вырос на 1,4 процентных пункта по сравнению с декабрем 2021 года; строительство интернет-инфраструктуры в сельских районах было всесторонне усилено, и деревни Китая получили «широкополосный доступ», пользователи интернета проводили по 29,5 часа онлайн в неделю, а доля юзеров, использующих мобильные телефоны с доступом к сети, достигла 99,6 %, в то время как доля тех, кто использует настольные компьютеры, ноутбуки, телевизоры и планшетные компьютеры для доступа к интернету, составила 33,3 %, 32,6 %, 26,7 % и 27,6 % соответственно [3].

Наиболее очевидным является рост популярности коротких видеороликов. По данным отчета, по состоянию на июнь 2022 года количество пользователей видео такого формата в Китае достигло 962 млн и составляет 91,5 % пользователей интернета в целом. [3]. Широкое применение таких технологий, как Big Data (большие данные), облачные вычисления и искусственный интеллект, изменило способ сбора, производства и выпуска новостей, перестроив процесс распространения информации и изменив принципы производства контента. Популярность интернета снизила порог распространения информации. Аудитория перестала быть просто пассивным получателем информации, а широко вовлечена в ее производство. Можно сказать, что в рамках этой тенденции работа с новостями и общественным мнением претерпела глубокие изменения в эпоху интернета.

Итак, каковы особенности работы китайских медиа в интернет-среде?

Первый момент заключается в том, что мобильная социальная коммуникация является быстрой, влиятельной, широко распространенной, с быстрым ростом пользователей и сильной социальной мобилизацией.

Второй момент – способ коммуникации и модель общения претерпели глубокие изменения. Распространение новостей все больше характеризуется универсальной, разнонаправленной и массовой коммуникацией, с явной тенденцией к сегментированной и дифференцированной коммуникации. У разных людей разные информационные потребности и характеристики восприятия, поэтому необходимо ускорить построение новой модели управления общественным мнением.

Третий момент можно обозначить следующим образом: среда общественного мнения и медийный ландшафт претерпели глубокие изменения. Интернет является большой платформой для социальной информации, и многие люди, особенно молодежь, в основном получают информацию из сети. Потребности аудитории становятся все более разнообразными. Теперь каждый может заявить о себе и повлиять на общественное мнение через новые СМИ, а Weibo, WeChat и мобильные терминалы фактически стали китайским «информационным центром» и крупнейшим «рынком общественного мнения». Не только основные СМИ Китая, но и известные международные СМИ используют Weibo в качестве первоисточника информации.

Четвертый момент состоит в том, что с быстрым развитием новых медиа границы между международным и внутренним, онлайн и офлайн, виртуальным и реальным, внутри и вне системы становятся все более размытыми, образуя все более сложное поле общественного мнения.

Новые медиа играют уникальную роль во время текущей эпидемии. Сегодня потребность людей в информации и социальном взаимодействии беспрецедентна, а после социального дистанцирования у людей усиливается чувство беспомощности, особенно когда они нуждаются в информации из внешнего мира и тепле от социального взаимодействия. Уникальное очарование новых медиа, продемонстрированное во время эпидемии, также привело к их быстрому развитию [4].

Новые онлайн-СМИ с их богатством, интерактивностью и охватом оказали огромное влияние на политическую, экономическую, культурную и социальную среду. Все больше и больше людей становятся опорой новых онлайн-СМИ, уже не просто потребителями и пользовате-

лями информации, но и ее активными производителями и создателями. В настоящее время в Китае появились новые формы развития онлайн-СМИ, и существует большая потребность в повышении способности направлять общественное мнение, овладевать инициативой, чтобы эти медиа сохраняли свое преимущество и устойчиво развивались.

Библиографические ссылки

1. «Си Цзиньпин: Управление страной», том 1, Foreign Languages Press, издание 2018 г., с. 197.
2. Ассоциация GSM: количество подключений 5G превысит 1 миллиард в течение года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ciia.org.cn/news/17254.cshtml> (дата обращения: 16.09.2022).
3. Вышел 50-й статистический отчет о развитии интернета в Китае [Электронный ресурс]. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2022-09/01/content_5707695.htm (дата обращения: 16.09.2022).
4. Каковы новые особенности экологии общественного мнения в интернет-среде? [Электронный ресурс]. URL: http://www.zgix.cn/2021-06/08c_139995480.htm (дата обращения: 15.09.2022).