

НОВЫЕ МЕДИА КИТАЯ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Лю Ясинь

Белорусский государственный университет, г. Минск;

lyx975463787@gmail.com;

науч. рук. – И. В. Сидорская, д-р филол. наук

В работе анализируются характеристики новых средств массовой информации, а также данные, отражающие сложившуюся в настоящее время в Китае обстановку использования их населением. Рассматриваются также проблемы и возможности, возникающие на пути развития новых средств массовой информации. Практическая значимость работы заключается в понимании, детальном разборе актуальных проблем новых средств массовой информации с китайской точки зрения; в поиске и выявлении медиавозможностей, которые создает для нас новая эпоха; в улучшении профессиональной подготовки и уровня развитости профессионального сознания работников новых медиа с целью оптимизации перспектив развития новых средств массовой информации.

Ключевые слова: новые медиа; средства массовой информации; медийная сфера, онлайн-обучение, коммуникационные технологии.

Стремительное развитие новых средств массовой информации ускорило диверсификацию средств коммуникации. С наступлением интернет-эпохи изменился и образ жизни аудитории. Согласно опросу «China New Media Development Report» (2020), в настоящее время новые медиа стали важным источником новостной информации. Китайцы чаще всего получают информацию через *Wechat*, *Weibo*, *Douyin* и другие аналогичные каналы новых медиа. Более чем у половины китайского населения на телефонах установлены новостные приложения, 77,25 % получают новостную информацию из мобильных приложений и всего 0,68 % получают информацию только из печатных СМИ [1]. Это указывает на то, что перспективы развития новых медиа в Китае огромны, но при этом нельзя игнорировать проблемы и трудности, с которыми они сталкиваются в процессе своего развития.

Новые СМИ постоянно изменяются вслед за появлением и развитием традиционных СМИ. Формы новых медиа разнообразны. При поддержке традиционных СМИ и новых коммуникационных технологий китайские новые СМИ сегодня представлены главным образом цифровым, передвижным, сетевым и мобильным телевидением, беспроводной связью, автономными медиаплатформами и платформами с прямыми эфирами. У новых медиа высокая скорость передачи информации, широкая зона покрытия и высокая степень принятия общественностью. Это говорит о том, что, будучи формирующимся явлением в медиасфере, новые СМИ обладают жизненной силой и ценностью. Новые средства массо-

вой информации постепенно интегрируются в жизнь народа, оказывая на нее влияние.

Но в настоящее время из-за разного уровня профессиональных качеств у работников медиасферы, а также из-за присутствия в сфере людей, работающих с целью получения быстрой прибыли, новые СМИ столкнулись с серьезными вызовами, связанными с недостоверностью и низким качеством загружаемой и распространяемой информации. Появление ряда проблем, таких как освещение личной жизни, кибербуллинг и др., оказало негативное влияние на общество. Перед новыми СМИ открыты широкие перспективы, но в то же время они бросают обществу новые вызовы.

Доступность новых средств массовой информации – это первостепенная проблема, стоящая перед ними в процессе развития. Новые медиа сломали цензуру, характерную для традиционных СМИ, также была значительно снижена стоимость распространения информации, что привлекло в медийную сферу большое количество индивидуальных работников [2, с. 212]. Поскольку многие из них не получали профессионального образования, появились такие распространители информации, которые гонятся исключительно за вниманием и трафиком. Они публикуют информацию, которая нарушает нормы общественной морали и легко привлекает внимание общественности. Данный факт оказал значительное негативное влияние на новые СМИ. Например, количество фанатов у автора короткого ролика «Домохозяйки, спасибо за ваш труд» на *Douyin* с ником *Ван Момо* достигло 26 млн. В своих роликах путем гиперболлизации некоторых проблем в семейной жизни автор ставит мужчин и женщин на противоположные стороны, пропагандируя те идеи, которые, по ее мнению, являются феминистическими [3]. Фраза из видео «Пока женщины рожают детей, мужчины и женщины не должны быть равны» бурно обсуждалась в интернете и вызвала негативную реакцию со стороны общества. Подобное распространение информации оказывает негативное влияние на аудиторию и общественное мнение, обостряя социальные противоречия. Немало людей подвергаются влиянию подобных разрушительных идей, особенно подростки. По данным *Ai Media Network*, по состоянию на 2019 год 43 % китайских пользователей новых СМИ составляют люди 31–40 лет, 29,53 % – 26–30 лет [4]. Подростки и молодые люди находятся на том этапе жизни, когда ценности и мировоззрение еще не сформированы, поэтому легко поддаются влиянию негативного общественного мнения.

В медийной сфере непросто подтвердить подлинность информации. А из-за длительного пребывания в виртуальном мире возникает кризис доверия между людьми, который может привести к сомнениям в под-

линности в процессе реального общения, тем самым негативно влияя на установление межличностных отношений между людьми. Вызовы новых СМИ диктуют необходимость проводить исследования теории и практики, совершенствовать понимание работы новых средств массовой информации [5, с. 10–11]. В сравнении с традиционными, новые СМИ усиливают желание публики знакомиться с новой информацией, и благодаря этому они развиваются и получают продвижение. К основным мерам для решения проблем новых СМИ можно отнести повышение уровня подготовленности работников медийной сферы, усиление сетевого надзора и совершенствование системы информационной цензуры.

Новые СМИ передают информацию с помощью цифровых технологий. В то же время аудитория с помощью новых медиа находит информацию. Новые СМИ способны в относительно короткий промежуток времени донести информацию в виде текста, графики или видео. Все это предоставляет китайским новым медиа новые возможности: с наступлением эпохи оплаты знаний уменьшились затраты общественности на их приобретение, так как возросло значение онлайн-обучения; на новые СМИ обратили внимание крупные предприятия, что обеспечило большое количество новых рабочих мест; обновление традиционных СМИ, создание их интернет-версий смягчили удар по ним со стороны новых медиа.

Коммуникационные технологии новых СМИ разрушили границы между реальностью и интернетом, существенно изменив некоторые важные характеристики в человеческом общении, например, люди стали скрывать такие свои качества, как внешность, социальное положение, возраст и т. п. Такой подход увеличил способность людей к психологической защите в процессе межличностного общения, возможность выражать истинные чувства по отношению друг к другу, общаться без стеснения.

В условиях растущей с каждым днем тенденции распространения информации через новые медиа ускорилось создание контента новыми СМИ, повысились своевременность и эффективность распространения информации. С появлением новых медиа также сократилось информационное расстояние между людьми, уменьшились настороженность и отчужденность, люди почувствовали равенство, была создана относительно спокойная обстановка. Известный блогер с ником *Процветание в поле* с платформы *bilibili* записывает на видео свою повседневную жизнь в сельской местности. Видеоконтент простой и реальный, за счет чего сокращается дистанция между блогером и его публикой, что позволяет людям понять реальную сельскую жизнь, косвенно уменьшая дистанцию между городом и деревней [6].

Таким образом, в условиях стремительного развития индустрии новых СМИ и наступления эпохи интернета новые средства массовой информации по-прежнему сталкиваются с различными проблемами и вызовами. Поэтому необходимо, чтобы работники медиасферы и редакторы пополняли необходимые знания, расширяли мышление, усиливали контроль для обеспечения развития. Необходимо своевременно замечать и решать проблемы, также следует тщательнее обдумать предоставляемые возможности и тогда, следуя за непрерывным обновлением и реформированием технологий, медиасфера вступит в новую эпоху.

Библиографические ссылки

1. Отчет о развитии новых медиа в Китае (2020) // Chinanet [Электронный ресурс]. URL: http://www.china.com.cn/zhibo/content_76270058.htm (дата обращения: 20.03.2021).
2. Хэ Г. Вызовы и возможности идеологического и политического воспитания студентов вузов в условиях новых медиа // Журнал заочного университета Хубэй. 2013. № 9. С. 10–11.
3. Ван Момо // Douyin короткое видео [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/eF6jRBB> (дата обращения: 10.03.2021).
4. Анализ данных по новым медиа-индустрии: 43 % китайских пользователей новых медиа – 31–40 лет в 2019 году // Aimedia.cn [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iimedia.cn/c1061/68367.htm> (дата обращения: 09.12.2020).
5. Ли Ю. Комментарии о проблемах, связанных с развитием новых медиа // Технологическая выставка. 2015. № 43. С. 212.
6. Процветание в поле // Bilibili Video Network [Электронный ресурс]. URL: <https://pace.bilibili.com/588278127?from=search&seid=8759282927029254268> (дата обращения: 08.01.2021).