

## Современные тенденции трансформации рынка новостей в китайских средствах массовой информации

Научный руководитель – Шевелев Григорий

*Чжао цзытун*

*Выпускник (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

*E-mail: Im.ZZT@outlook.com*

С быстрым развитием сетевых технологий традиционные методы освещения новостей просто не могут эффективно удовлетворять потребности текущего социального развития и в то же время не могут достичь коммуникационного эффекта прошлого.

В контексте больших данных носители информации начали развиваться в направлении трехмерности и комплексности. В прошлом аудитория могла узнавать о соответствующих новостях и информации только из передач или газет. Если говорить о Китае, то в новой медиа-среде люди могут просматривать информацию через Weibo, WeChat и мобильные веб-страницы[1]

С появлением самостоятельных медиа-платформ, таких как Weibo и WeChat, способ получения новостей и информации, а также предмет распространения претерпели большие изменения.

В новой медиа-среде новости и информация в основном генерируются обычными людьми как источником творчества и быстро расходятся через платформы для самостоятельных медиа, такие как Weibo и WeChat, формируя нынешнюю среду, в которой каждый пользователь может стать медиа. Такая диверсификация субъектов коммуникации сделала правительственные медиа-платформы больше не единственным источником информации.

В соответствии с характеристиками новостей и распространения информации в новой медиа-среде и в отличие от ее требований к телевизионным новостям, сбор и редактирование новостей должны изменить концепции, усилить планирование и стремиться к инновациям с точки зрения выбора темы, ракурса репортажа, метода организации, языкового стиля и формы коммуникации.

*Выбор темы программы должен быть близок к жизни*

Телевизионные новости должны вводить новшества в тематику репортажей, думать о том, что предпочитают люди, и беспокоиться о том, что волнует людей. Объектив камеры должен больше фокусироваться на гражданской жизни, а также находить темы и создавать программы с точки зрения интересов аудитории.

*Подход к освещению событий должен быть новым и уникальным*

Большая часть содержания телевизионных новостей - это обычные репортажи о событиях, таких как политика, заседания партии и другие государственные вопросы. Хотя предмет такой деятельности не может быть обновлен, подход к отчетности может быть новаторским. При разных ракурсах освещения будут наблюдаться большие различия в форме и эффекте освещения. Благодаря инновационным ракурсам освещения новости на схожие темы могут выглядеть новыми и уникальными, а интерес аудитории к просмотру может быть стимулирован.

*Способ создания должен отвечать веку современных-технологий*

При упорядочивании новостей необходимо изменить прежний способ освещения событий и простой их сортировки, изучить функцию воссоздания новостей в упорядочении, дополнить фон, интерпретацию и анализ важных новостных событий и органично соединить похожие новостные события в группу. Благодаря инновационному расположению потребности аудитории в понимании новостей могут быть максимально удовлетворены.

1 апреля 2016 года наступил сезон весенних цветов, и приближался фестиваль Цинмин. В колонке "Утренние новости мира" того же дня новостной канал CCTV-13 собрал и передал подборку новостей на тему "Весна и фестиваль Цинмин": "Гуанчжоу, Гуандун: "Экологических захоронений" на пригородных кладбищах становится все больше с каждым днем".

Вот почему редактор сознательно организует подобные подборки новостей в группу вокруг темы, которая в полной мере демонстрирует обширную территорию страны и различные природные ландшафты различных регионов одновременно, отражая, что концепция охраны окружающей среды, заключающаяся в защите экологии и гармоничном сосуществовании человека и природы, становится все более популярной.

*Языковое выражение должно быть точным и ярким*

Необходимо обратить внимание на изучение напряженности языка новостей и использовать простой, удобный для людей и приемлемый стиль онлайн-языка, чтобы сделать его стимулом для привлечения аудитории телевизионными новостями.

В 2013 году в социальной сети Weibo появился аккаунт "Лунохода Юту".[1] Данный аккаунт использовал съемку от первого лица для трансляции процесса посадки на Луну первого в КНР лунохода в режиме реального времени с момента его прибытия. Этот аккаунт в Weibo изменил официальный тон прошлого, пошел по народному пути и очень приятен для зрителей.

Такого рода формулировки изменили грубое и жесткое выражение новостных репортажей в прошлом, что заставило аудиторию почувствовать себя бодрее и заслужило всеобщую единодушную похвалу, что можно заметить просто почитав комментарии под постами Юту. Па сегодняшний день под постом 130 тысяч комментариев, с подбадриваниями Юту от подписчиков, и более 230 тысяч лайков. [3]

*Форма сообщения должна быть связана между устройствами*

В новой медиа-среде аудитория является не только получателем новостей и информации, но и создателем новостей и информации.

Совершенная деятельность по распространению новостей неотделима от коммуникатора, распространения информации, средства коммуникации, получателя, а также обратной связи с информацией и другого связанного с ней контента.

В заключение стоит сказать, что новая медиа-среда выдвинула совершенно новые требования к новостям. Традиционные медиа должны изменить редакторское мышление, усовершенствовать методы работы и эффективно внедрить инновации в способ представления телевизионных новостей, чтобы новости можно было омолодить и оживить.

Популярность Интернета постепенно заставила людей избавиться от зависимости от традиционных телевизионных средств массовой информации, и люди могут использовать Интернет для реализации своих собственных потребностей в новостях.

Глобальная сеть не только предоставляет каждому большое количество разнообразной информации, которую участники могут выбирать самостоятельно, но и предоставляет участникам открытую и беспрепятственную коммуникационную платформу.

## Источники и литература

- 1) 1. Лю Цзин, Лю Вэньхань. Методы и стратегии редактирования телевизионных новостей в эпоху новых медиа // Исследование новых медиа, 2015 .№1, -С. 7-8. 2. <http://weibo.com/u/3926428816> (Дата обращения: 5.10.2022) 3. <https://weibo.com/u/3926428816> (Дата обращения: 5.10.2022)