

Интеграция традиционных и новых СМИ (на примере Китая)

Научный руководитель – Мельник Галина Сергеевна

Лай Линчжи

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций" Кафедра международной журналистики,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: 1169478672@qq.com

В мировом масштабе традиционные СМИ сталкиваются с беспрецедентным кризисом, проблемой выживания в связи с потерей аудитории, сокращением объёмов тиражей и снижением экономической прибыли на фоне быстрого развития новых СМИ. Китай - не исключение. Интернет-технологии изменили медиарынок Китая: традиционные издания понесли миллиардные убытки. Традиционные средства массовой информации в стране вынуждены переопределить свое место в новой медийной среде и переориентироваться на новый путь развития.

Традиционные и новые СМИ конкурируют, но вместе с тем дополняют друг друга. Новые медиа способны привлекать массовое внимание благодаря скорости и удобству передачи информации, неограниченности времени и места, безлимитным объёмам информации, доступности для аудитории. Но следует признать, что новые медиа не могут заменить авторитет традиционных СМИ [3]. Интеграция, взаимодополнение двух видов СМИ представляется неизбежной, поскольку позволяет оптимизировать деятельность, распределить медийные ресурсы и максимизировать коммуникативный эффект. Новые СМИ позволяют редакторам и журналистам расширять свое влияние в более широком пространстве и вместе с тем предлагают традиционным СМИ более просторную жизненную площадку.

Китай уделяет пристальное внимание интеграции традиционных и новых СМИ. На четвертом совещании руководящей группы по реализации всесторонней реформы было принято «Руководство по содействию интеграции традиционных и новых СМИ» (18 августа 2014). В нем изложены четкие требования и конкретный план интеграции традиционных и новых СМИ в Китае [4]. Чтобы не растерять талантливых специалистов и не снижать планку качества ряд медиахолдингов принципиальным образом изменил формы общения с аудиторией (учитывая максимально клиентские интересы), а также формы подачи материала (минимум слов - максимум смысла). Даже самые консервативные издания отважились на перемены (медиахолдинг Caixin, компания Bytedance) [1].

Интеграция традиционных и новых СМИ в Китае развивается быстро. Однако из-за отсутствия четкой концепции медийной интеграции и ограниченности познания о быстром развитии коммуникативных технологий, в данный момент медийная интеграция пребывает на уровне новостного контента. Остаются проблемы: 1. Пока отсутствует четкая конечная цель интеграции традиционных и новых СМИ; 2. Уровень профессиональной подготовленности нынешних медиа-работников не соответствует современным требованиям и темпу медийной интеграции; 3. Нынешняя система медийного регулирования не может удовлетворять реальным потребностям в процессе медийной интеграции и не в силах решить все возникающие проблемы в данном процессе; 4. Традиционные СМИ пока

ещё не смогли в полной мере освоить передовые технологии новых СМИ; 5. Отсутствие совершенных и строгих правил в процессе саморазвития новых СМИ [2].

Предлагаемые пути интеграции: 1) необходимо изменение существующей концепции распространения массовой информации. В настоящее время читатели не могут быть удовлетворёнными, получая только традиционные пять элементов новостной информации — что, кто, где, когда, почему. Люди стремятся узнать истинные причины, возникновения социальных проблем. Именно в этом традиционные СМИ могут показать свои плюсы: делать последующие репортажи о новостных событиях, предоставить детальные, ответственные и авторитетные комментарии к ним; создавать бренды и влиятельные медийные имиджи; продолжать играть роль носителя доверия и авторитета. 2) в полной мере воспользоваться своевременностью, интерактивностью и другими отличительными особенностями новых медиа в процессе распространения информации. Своевременное информирование и вовлечение аудитории - это те преимущества новых СМИ, с которыми традиционные СМИ не в силах конкурировать. Надо сочетать интерактивность новых СМИ и авторитет традиционных СМИ, чтобы достигать максимальные медийные эффекты. 3) следует обращать внимание на сбор мнений интернет-пользователей и обработку новостных материалов. В эпоху диверсификации человек контактирует каждый день огромным потоком информации. Чтобы фильтровать самую значимую информацию из них, сетевые редакторы обязаны овладеть базовыми журналистскими навыками.

В целом в процессе интеграции традиционные СМИ должны научиться адаптироваться к новым особенностям медийной среды с участием аудитории и выражением ее мнения: уделять внимание анализу разных сторон явления, оценивать общественное настроение, поддерживать свой авторитет достоверного источника и на этой основе расширить собственное влияние. Новым СМИ также идти навстречу профессиональности, системности и авторитетности традиционных СМИ. Общество, государственные органы и другие соответствующие стороны должны оказать поддержку процессу интеграции.

Источники и литература

- 1) Как интернет добавил забот традиционным СМИ и изменил медиарынок Китая [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cntv.ru/2015/10/13/VIDE1444743126255356.shtml> 2015. 10.2013 г., свободный – Загл. с экрана.
- 2) Нынешняя ситуация и существующие проблемы в процессе интеграции традиционных и новых СМИ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fx361.com/page/2016/1219/406420.shtml>, свободный: – Загл. с экрана.
- 3) Сравнение плюсов и минусов традиционных и новых СМИ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.xzbu.com/3/view-4192595.htm>, свободный. – Загл. с экрана.
- 4) Сю Лэй. Стартовала медийная интеграция: должны осуществить глубинную интеграцию медиа и медиа- пользователей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://media.people.com.cn/n/2014/0822/c40606-25515675.html>. свободный.
- 5) Чжао Шань. Как эффективно продвинуть интеграцию традиционных и новых СМИ? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ce.cn/culture/gd/201409/24/t20140924_3587804.shtml, свободный