

# НОВЫЕ МЕДИА РОССИИ И КИТАЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

## NEW MEDIA OF RUSSIA AND CHINA AT THE MODERN STAGE

He Li

*Summary.* The article presents an analysis of trends in the development of new media in Russia and China at the present stage. Characterized the essence of the new media and identified their key characteristics. The key differences between new media and traditional media are recorded. The latest publications presented by Chinese and Russian scientists devoted to the study of new media are analyzed. The main trends in the development of new media in Russia and China are indicated. It is determined that Russia and China today are the leading countries in the development of information and communication technologies and new media. The state and political significance of the development of new media in Russia and China has been determined. The features of cooperation between the two countries in the development of new media are considered. According to the results of the study, the main trends in the development of new media in Russia and China are indicated. The conclusion is made about the relevance and practical significance of the development of new media in both countries. It was found that the role and importance of new media in the next few years will only increase. It is concluded that new media are a promising area of Russian-Chinese cooperation.

*Keywords:* new media, new media, information society, information technology, digital technology, media, information and communication technology, online media, Russian new media, Chinese new media, Internet media, Internet media, Russia, China.

Хэ Ли

Аспирант, Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова  
lilyhe201147@gmail.com

*Аннотация.* В статье представлен анализ тенденций развития новых медиа в России и Китае на современном этапе. Охарактеризована сущность новых медиа и обозначены их ключевые характеристики. Фиксируются ключевые отличия новых медиа от традиционных средств массовой информации. Анализируются последние публикации, представленные китайскими и российскими учеными, посвященные изучению новых медиа. Обозначены основные тенденции развития новых СМИ в России и Китае. Определено, что Россия и Китай на сегодняшний день являются лидирующими странами в области развития информационно-коммуникационных технологий и новых медиа. Определено государственное и политическое значение развития новых медиа в России и Китае. Рассматриваются особенности сотрудничества двух стран в области развития новых медиа. По результатам проведенного исследования обозначены основные тенденции развития новых медиа в России и Китае. Делается вывод об актуальности и практической значимости развития новых медиа в обеих странах. Выяснено, что роль и значение новых медиа в ближайшие несколько лет будет только возрастать. Делается вывод о том, что новые медиа являются перспективной областью российско-китайского сотрудничества.

*Ключевые слова:* новые медиа, новые СМИ, информатизация общества, информационные технологии, цифровые технологии, медиа, информационно-коммуникационные технологии, онлайн СМИ, российские новые медиа, китайские новые медиа, Интернет-СМИ, Интернет-медиа, Россия, Китай.

### Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами

**П**ожалуй, одним из главных достижений человечества в XXI веке является появление глобальной информационной сети и виртуального Интернет пространства. Информационно-коммуникационные технологии затрагивают и влияют буквально на все сферы жизнедеятельности современного человека. С каждым днем приобретают все большую и большую значимость новые медиа, которые являются продуктом и результатом развития инновационных цифровых и информационных технологий. Новые медиа, или как их еще принято называть — новые средства массовой информации (далее — новые СМИ), представляют собой динамическое сетевое образование, которое занимается не только сбором, обработкой и распространением информации, но также и обеспечивают функцию удобной обратной связи между аудиторией и автором, позволяет людям

обмениваться информацией, огромным объемом данных (в рамках социальных сетей, Интернет-блогов, микро-блогов и тому подобных образований) [1].

Новые медиа — понятие относительно не новое. Впервые о новых медиа заговорили в конце XX столетия. Так, уже в то время под новыми медиа принято было понимать объединение традиционных СМИ (телевидение, радио, печатная пресса) с интерактивной властью компьютерных технологий и коммуникационных технологий Интернетом. Термин «новые медиа» используется преимущественно в качестве синонима по отношению к термину «цифровые медиа», акцентирует внимание на отличии цифровых медиа от аналоговых «старых», традиционных, а также фиксирует революционный характер перемен, которые происходили и продолжают происходить в медийной сфере [2].

На сегодняшний день к составу новых медиа принято перечислять такие ресурсы, как Интернет-версии СМИ,

а также Интернет-СМИ, как таковые, Интернет телевидение (далее — Интернет ТВ), Интернет-радио, мобильное телевидение, блогосферу, социальные сети, виртуальные сообщества, виртуальные игры и тому подобные средства, которые отличаются цифровым форматом, для которых характерна интерактивность и мультимедийность. Так, в широком смысле данного слова под новыми медиа следует понимать СМИ, которые существуют в рамках виртуального пространства, глобальной сети Интернет.

За последние несколько лет общее количество пользователей глобальной сети Интернет по всему миру выросло в несколько раз, достигнув небывалых размеров. На сегодняшний день общее количество Интернет-пользователей по всему миру составляет 4 миллиарда человек, а это больше половины от всего населения планеты — 7,6 миллиарда человек. Статистические данные свидетельствуют, что рост осуществляется примерно на 7% пользователей в год. При этом по мере развития информационно-коммуникационных технологий поведение онлайн-пользователей изменяется буквально каждый день. Интернет-пользователи становятся все более и более мобильными, веб уступает часть трафика приложениям, а социальные сети становятся все более и более значимыми для современных пользователей, их ценность повышается с каждым днем в плане ведения и реализации современного бизнеса [3, 4, 5, 6].

Странами, которые демонстрируют особо бурный скачок в развитии информационно-коммуникационных технологий, новых медиа, на сегодняшний день являются Россия и Китай. Прежде всего, следует отметить, что Китай был и остается лидирующей страной по общему числу пользователей сети Интернет. Так, по состоянию на середину 2017 года данный показатель достиг внушительных размеров и составил 53% от общего населения страны. Россия же, в соответствии с данными «Internet World Stats» занимает 7-е место в данном рейтинге среди всех стран по количеству Интернет-пользователей. Как определяют аналитические центры Россия и Китай сегодня являются двумя ведущими странами по количеству пользователей сети Интернет и по показателям развития новых медиа [7]. Обе страны обладают сходными условиями в плане развития глобальной сети, постоянного повышения спроса на медийные ресурсы со стороны промышленного сектора экономики. В обеих странах новые медиа постепенно превращаются в лидеров общественного мнения. Также следует подчеркнуть, что Россия и Китай рассматривают информатизацию, как одну из стратегических задач модернизации национальной экономики в целом. В связи с этим изучение особенностей функционирования и развития, регулирования деятельности новых медиа в современной России и Китае представляет особую актуальность и практическую ценность.

В основу настоящего исследования были положены труды таких ученых, как Цзя Лежун, который занимался изучением Интернета и китайских онлайн-СМИ, Н. В. Ткачевой, которая изучала мировую индустрию СМИ, которой были обозначены основные пути развития информационного общества в России и Китае. Также особую ценность для нас представляют результаты исследования, освещенные китайскими учеными в периодических изданиях «Журналист», «Журналистика и коммуникации». Большой интерес для нас представляют результаты исследования, полученные Ван Юе, Н. С. Гегеловой, которыми были выявлены особенности развития мобильного Интернет-СМИ в Китае, Е. Г. Малышевой, которая изучала традиционные и новые медиа в современной России.

Так, эти и многие другие публикации, материалы исследовательских центров оказали неоценимую помощь в изучении российских и китайских новых медиа [1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9]. Однако, следует отметить, что на сегодняшний день в научной литературе представлено сравнительно небольшое количество исследований, посвященных особенностям развития новых медиа в России и Китае, а также тех, в которых был бы проведен анализ особенностей взаимодействия двух стран в рассматриваемой области.

В связи с этим нами было принято решение о проведении исследования, цель которого заключается в изучении основных тенденций развития новых медиа в России и Китае, а также в определении основных путей их развития.

Как уже было отмечено, Россия и Китай являются лидирующими странами по показателям информатизации и развитию информационно-коммуникационных технологий. По состоянию на сегодняшний день Россия и Китай в плане развития новых медиа реализуют ряд крупнейших проектов. Прежде всего, новые медиа в отношении сотрудничества двух стран выступают как посланники народной дружбы, мост правительственной связи, а также носители обмена по торговле и культуре. На протяжении нескольких лет в России успешно реализуются форумы «Интернет-СМИ: новые медиа. Сотрудничество молодежи». В процессе форума российские и китайские участники обмениваются мнениями относительно новых форматов и новых возможностей Интернет-СМИ, обсуждают вопросы информационной безопасности в Интернете. Главным редактором медиа-группы «China Daily» — Чжоу Шучунь в рамках церемонии открытия форума было отмечено, что в эпоху информатизации ключевые задачи и миссия китайских и российских новых медиа совпадают — необходимо рассказывать о новостях, культуре и тех фактах, которые происходят в России и Китае, непрерывно работать над

повышением международной конкурентоспособности и работать над увеличением влияния их голоса в общественном мнении посредством практического сотрудничества, расширения контактов. Представители обеих стран постоянно обмениваются опытом в плане развития и совершенствования новых медиа, что способствует наращиванию темпов инноваций. Кроме того, такое тесное сотрудничество обеспечивает более крепкую связь и российско-китайскую дружбу в целом. При этом, как отмечает заместитель министра связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (далее — РФ) — Алексей Волин, Россия и Китай сегодня сталкиваются со схожими проблемами, в связи с этим существует необходимость углубления сотрудничества в области новых медиа [10].

Для того, чтобы выявить основные тенденции развития новых медиа в России и Китае нами был проведен обширный теоретический анализ научных публикаций. В результате исследования мы можем обозначить ряд тенденций развития данной отрасли. Во-первых, фиксируется особо стремительное развитие всевозможных средств обеспечения интерактивности. Во-вторых, следует отметить тот факт, что большинство Интернет-СМИ на сегодняшний день используют возможности расширенного представления информации с помощью гиперссылок. Мультимедийность, несмотря на то, что востребована онлайн-СМИ сегодня реализуется не в полной мере. Интернет-СМИ предпочитают использовать текстовую форму представления информации, преимущественно избегая аудио- и видео-материалов.

Также мы считаем важным обозначить, что феномены информационного общества в России и Китае и новые медиа находятся в сложной многоплановой взаимосвязи. Так, современное общество с характерным для него увеличением скоростей информационного обмена и сокращения расстояний является порождающим фактором для новых моделей коммуникации, осуществляемой посредством новейших информационно-коммуникационных технологий.

На основании проведенного анализа мы можем обозначить перспективы развития новых медиа в России и Китае. Так, следует сказать о том, что дальнейшее развитие новых медиа в обеих странах будет зависеть не только от прогресса в области информационно-ком-

муникационных технологий, как таковых, но и от расширения доступа к компьютерным и мобильным технологиям для широкой аудитории. В качестве определяющих факторов здесь выступают в первую очередь государственная политика в области регулирования сферы новых СМИ, коммерческая эффективность медиа-проектов, а также интересы создателей виртуальных СМИ в медиа-сфере.

Таким образом, на основании проведенного исследования мы можем подытожить существование ряда тенденций в отношении функционирования и развития новых медиа в российском и китайском виртуальном пространстве [11, 12, 13]. Во-первых, новые СМИ несмотря на то, что начали свое существование и развитие сравнительно недавно, завоевали огромную аудиторию и продолжают увеличивать ее в настоящее время. Во-вторых, в силу последних революций и неблагоприятных событий, произошедших на востоке и многих других странах, связанных с террористическими актами, захватами, во всем мире возрастает роль компьютерных и информационных, цифровых технологий в области государственного и политического управления, Россия и Китай в этом также не являются исключением. В-третьих, за счет использования новых медиа значительно упрощается задача мобилизации населения с целью реализации ими каких-либо действий (имеется в виду организация массовых общественных выступлений, забастовок и тому подобных мероприятий). В-четвертых, по мере развития новых медиа в России и Китае, а также в ряде других стран усиливается ответственность политиков и государственных служащих за принимаемые ими решения и совершенные деяния, поскольку в случае реализации ими каких-либо неправомερных действий это обязательно повлечет за собой бурное обсуждение в сети Интернет, а в последствие может перенестись на улицы в виде общественных волнений. Кроме того, в современном мире новые медиа являются одним из воплощений принципов демократии и плюрализма в России и Китае, в частности, а также во всех остальных странах. На основании вышесказанного и проведенного анализа следует признать тот факт, что роль и значение новых медиа сегодня и в будущем будет только возрастать. В целом, можно сказать о том, что развитие индустрии новых медиа в России и Китае — актуальный вопрос, стоящий перед сообществом Интернет-пользователей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Юе, Гегелова Н. С. Особенности развития мобильного Интернет-СМИ в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. — 2016. — № 1. — С. 199–125.
2. Давлетшина С.Р. «Новые медиа» и тенденции развития мультимедийных жанров // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. — 2017. — № 2 (25). — С. 86–90.

3. Мальшева Е. Г. Традиционные и новые медиа в современной России: теория и практика исследования // Коммуникативные исследования. — 2014. — № 1. — С. 293–299.
4. Стинс О., Ван Фухт Д. новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. — 2008. — № 7. — С. 98–104.
5. Су Юйфан Интернет-журналистика КНР в контексте глобализации медиасреды: автореф. дисс. Канд. Филолог. Наук. Специальность: 10.01.10. — М., 2013. — 23 с.
6. Чернавский А.С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — 2015. — № 5. — С. 18–23.
7. Internet World Stats. — URL: <https://www.internetworldstats.com> (дата обращения 21.10.2018).
8. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // mediascope.ru: Портал научных исследований СМИ. — 2010. — URL: <http://mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 14.10.2018).
9. Jiang M. (2010). Spaces of authoritarian deliberation: Online public deliberation in China. In E. Leib & B. He (Eds.), In search for deliberative democracy in China (2nd ed.) (pp. 261–287). New York: Palgrave.
10. Пиковер А. В. Информатизация и электронная коммерция в Китае // Восточная аналитика. — 2017. — С. 61–68.
11. Ян Сюань. Китайские СМИ в условиях глобализации тенденции // Современные коммуникации. — 2004. — № 1. — С. 7.
12. Акопов А. И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник Ростовского государственного университета. — 2008. — № 3. — С. 43–51.
13. Инь Хун, Ли Бинь. Глобализация и СМИ — Конфликт, интеграция, интерактивность. — Пекин: Цинхуа дасюэ чубаншэ, 2002. — С. 3.

© Хэ Ли ( lilyhe201147@gmail.com ).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

