

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Zherishtieva Zalina Musovna,
TV channel "First KBR"
GKU VTK "KBR Media",
Russia, Nalchik, Lenin Ave., 1
host of programs in the Kabardian language
Master's student of the Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education "Kabardino-Balkarian
State University named after Kh.M. Berbekov "
ORCID 0000-0002-9645-1441

УДК 070

Научная статья

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ МЕДИА НА РАЗВИТИЕ КИТАЙСКИХ ВОЕННЫХ СМИ

Лю Лимань

*ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный университет",
Санкт-Петербург, Россия*

АННОТАЦИЯ

Анализируя текущее развитие военных СМИ Китая, мы суммировали вызовы и новые возможности, с которыми сталкивается развитие военных СМИ Китая в эру новых медиа. Использовался метод сравнительного анализа и метод изучения документов. Вывод: исследование показало, что в последние годы значительно увеличился объем военной информации и, соответственно, охват аудитории, повысилась мотивация к потреблению такой информации со стороны гражданского населения, в частности студентов вузов и колледжей. Причина – включение новых медиа в реализацию государственной военно-оборонительной политики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: новые медиа, военные СМИ, Китай, интернет-технологии, форматы.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.018

Поступила в редакцию: 20.01.2021

В окончательном варианте: 20.02.2021

Для цитирования. Лю Лимань. Влияние новых медиа на развитие китайских военных СМИ / Лимань Лю – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 189–196. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.017

ВВЕДЕНИЕ

С быстрым развитием интернет-технологий наше общество вступило в эру новых медиа. По сравнению с традиционными СМИ, новые медиа распространяются быстрее,

с более богатыми формами контента и большей открытостью. Наступление эры новых медиа значительно изменило традиционный способ сообщения новостей и создало новую эпоху производства и распространения новостей [1]. Теперь требования для входа в индустрию СМИ значительно снижаются. Согласно 46-му “Статистическому отчету о развитии Интернета в Китае”, выпущенному Китайским информационным центром Интернет (CNNIC), по состоянию на июнь 2020 г. количество китайских пользователей Интернета составило 940 миллионов, уровень проникновения Интернета достиг 67,0% [2]. Количество пользователей коротких видео на мобильных телефонах достигло 818 миллионов. Это означает, что все больше и больше людей читают новости через Интернет и участвуют в новостных репортажах.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Использовался метод сравнительного анализа и метод изучения документов.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Новые медиа внесли “свежую” кровь в развитие новостной индустрии, и объем новостных сообщений быстро увеличился, тем самым китайские СМИ продемонстрировали большую жизнеспособность. Однако в эру новых медиа качество некоторых репортажей неравноценно, в подаче материала наблюдается беспорядочность, а система отраслевого надзора несовершенна, что также вносит определенные недостатки в развитие журналистики. Этот феномен очевиден в сфере военных СМИ.

Традиционные военные СМИ однообразны в своих методах репрезентации материала, и языковой стиль военных средств массовой информации относительно скуп, им не хватает привлекательности и близости к читателю. После появления новых медиа военные медиа Китая также активно приспосабливаются к этой тенденции, сочетая авторитет традиционных СМИ с открытостью новых медиа. Традиционные военные средства массовой информации открыли официальные аккаунты на таких платформах, как Weibo и WeChat, и своевременно публикуют информацию и взаимодействуют с читателями через платформы социальных сетей [3]. Например, газета “НОАК” (газета Народно-освободительной армии Китая), фотогазета “НОАК”, “Гофанбао” и другие. “НОАК” – официоз центрального военного совета, газета, издаваемая информационным агентством Народно-освободительной армии, впервые вышла 1 января 1956 г. 1 октября 1999 г. онлайн-версия “НОАК” появилась в Интернет и 1 октября 2004 г. получила официальное название “Китайская военная сеть”. 31 декабря 2013 г. на Sina Weibo было официально запущено Weibo компании “НОАК”, которое на сегодняшний день насчитывает 21,35 миллиона поклонников. “НОАК” всегда стремился транслировать авторитетные военные новости, предоставлять своевременные военные информационные услуги, пропагандировать государственную линию, политику и теоретические новшества партии, доносить до аудитории информацию о плодотворных достижениях революционизации, модернизации и упорядочения вооруженных сил, отражая при этом дух Армии [5]; “Фотогазета НОАК” – единственное всеобъемлющее крупно-

масштабное ежемесячное издание Народно-освободительной армии Китая, использующее фотографические изображения в качестве основного метода пропаганды. Оно основано в феврале 1951 г., и выход в свет подписан председателем государства Мао Цзэдуном. 14 февраля 2017 г. его официальный аккаунт в WeChat был официально зарегистрирован и запущен, и его содержание в основном было сосредоточено на военных учениях, жизни военного лагеря и демонстрациях отечественного и иностранного боевого оружия [6]; “Гофанбао” – это газета, основанная Китайской Народной Республикой с целью популяризации образования в области национальной обороны. Официально издание запущено на платформе WeChat 25 апреля 2017 г. В основном газета продвигает политику Центрального комитета Коммунистической партии Китая и Центральной военной комиссии по строительству национальной обороны. “Гофанбао” освещает такие аспекты военной деятельности, как: Доктрина национальной обороны и мысли Мао Цзэдуна о войне народов; распространение новых достижений в строительстве национальной обороны и новых разработок в области обороны стран по всему миру; продвижение героев и образцовых фигур на фронте строительства национальной обороны; комментирование основных событий, связанных с национальной обороной, и т. д. [7]. Эти традиционные бумажные СМИ публикуют информацию через Интернет и новые медиаплатформы, а также органично сочетают текст, звук, изображения и видео для улучшения читаемости новостей. В последние годы расширены каналы выпуска военных новостей и сокращено расстояние между военными СМИ и читателями.

Аудитория традиционных военных СМИ – это в основном офицеры и солдаты Народно-освободительной армии Китая. До недавнего времени народные массы не очень интересовались военными новостями. В контексте новых средств массовой информации каналы распространения новостей и их освещение претерпели изменения. Развитие военных медиаканалов и организация информационных потоков отличались скачкообразностью. Содержание военных новостей стало обогащаться, и пропорционально этому стал наблюдаться стремительный рост аудитории. На платформе Douyin короткий видеоролик о пограничном конфликте между Китаем и Индией набрал почти 10 миллионов просмотров.

В 2020 г. наводнение произошло на юге Китая. В течение этого периода многие люди записывали на свои мобильные телефоны процесс ликвидации последствий наводнения Народно-освободительной армией Китая. Этот контент также привлек много внимания в китайском Интернете. Явно, что внимание масс и их участие в военных новостях значительно улучшились.

Существует очевидное различие между обычными и военными новостями, в последних в основном рассказывается о военных действиях и военной политике страны, а их содержание в основном поступает от национальных военных ведомств и армии. Поэтому китайские военные СМИ в основном являются официальными. Тематика их новостных репортажей более серьезна, и методы репортажа относительно просты, а их привлекательность и сила распространения в Интернете не очень велика. Развитие новых медиа способствовало увеличению количества китайских военных “Мы-Медиа”.

Помимо официальных СМИ, некоторые военные энтузиасты, ветераны и персонал, у которых есть более богатые каналы получения военной информации, также распространяют военные новости и информацию в Интернете.

Стоит отметить, что появление новых медиа также предоставило больше возможностей для обучения национальной обороне в китайских университетах. Национальная оборона Китая – это национальная защита народа, и образование в области национальной обороны играет активную роль в качественном образовании в университетах. Согласно китайскому “Закону о военной службе”, все ученики старших классов средней школы должны пройти базовую военную подготовку при поступлении в школу, а все студенты пройти подготовку офицеров запаса, что позволит им овладеть основными военными навыками. Таким образом, у учащихся будет укрепляться чувство организованности и дисциплины, а со стороны руководства вузов – поощряться патриотизм учащихся. Кроме того, курсы “Военная теория” и “Текущее положение и политика” также являются основным направлением обучения в области национальной обороны для студентов. Они также являются обязательными курсами для студентов всех высших учебных заведений Китая.

Образование в области национальной обороны в китайских колледжах и университетах, как правило, имеет следующие проблемы: относительно единый источник учебной информации, относительно медленное обновление учебных материалов, отставание в представлении актуальных военных тем; студенты не заинтересованы в разработке курсов военной теории. В вузах пока не сформирована сильная мотивация к военному делу и не создана необходимая атмосфера понимания национальной обороны среди студентов колледжей.

Появление новых медиа эффективно решило эти проблемы, которые значительно расширили учебные ресурсы национального оборонного образования, обновили методы преподавания национального оборонного образования с его обширным содержанием и гибкостью методов коммуникации. Платформы онлайн-курсов, такие как “МООС”, “Дерево мудрости” и т. д., обеспечивают сегодня интерактивную обучающую платформу для учителей и студентов, преодолевая при этом ограничения традиционного обучения и способствуя равенству в образовании. Новые медиа успешно включились в повышение эффективности образования в области национальной обороны в колледжах и университетах и содействовали совершенствованию образования в области национальной обороны Китая [8].

Военное вещание также активно изучает возможности интеграции с новыми медиа. Китайская военная сеть “Восемь радио”, например, – это первый портал, совмещающий “Интернет + радио”, чрезвычайно богатый содержанием, и не знает границ времени пространства. В центре внимания создателей новостей военные события в различных частях армии, военные истории, военные песни и многие другие аспекты. Доступны для большинства низовых чиновников и солдат виртуальные коммьюнити, где в свободном режиме обсуждаются открытые военные новости. Ресурс отличается большей свободой в интерпретации информации. Военный сегмент Интернета содержит

разделы микроблогов с соответствующей тематикой, а интересующиеся ею пользователи могут взаимодействовать с большинством других. Это вдохновляет на использование новых технологий в традиционном военном вещании [3].

После получения эксклюзивной новостной информации радиопрограмма “Время и пространство национальной обороны” обычно публикует фрагментированную свежую информацию на Weibo, вначале осуществляется прямая онлайн-трансляция, а потом публикуются изображения и тексты в Интернете. Контент, выпущенный новыми медиа, больше не является копией вещательного контента, а больше является отдельно планируемым и эксклюзивным контентом [9]. Военное вещание также появилось на популярных онлайн-платформах для обмена мобильным аудио, таких как Himalaya. Himalaya как самая быстрорастущая и крупнейшая в Китае онлайн-платформа для обмена мобильным аудио имеет в общей сложности более 600 миллионов пользователей, из которых 78% моложе 35 лет. В Himalaya публикуются не только официальные военные новости, но и военные лекции, проводимые известными генералами и военными критиками, что также позволяет военному радиовещанию выйти на поле для юных зрителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новые медиа внесли большой вклад в популяризацию военных знаний и укрепление образования в области национальной обороны, а также добились хороших социальных результатов. Однако по мере того, как степень свободы распространения информации увеличивалась, сложность управления и контроля информации также возрастает. В этой информации неизбежно будут присутствовать некоторые злонамеренные высказывания и ложные новости, порочащие имидж военных и оказывающие негативное социальное воздействие. В то же время новая медиасреда также создала серьезные проблемы с конфиденциальностью некоторой военной информации.

В целом развитие новых медиа изменило традиционный способ распространения новостей и открыло новый путь для развития военных СМИ. Интеграция традиционных военных СМИ и новых медиа будет необратимой тенденцией. Однако в этом процессе также необходимо усилить систему обзора информации, улучшить общее качество практикующих медиа и усовершенствовать инновации в медиа-технологиях, чтобы правильно использовать преимущества новых медиа для развития военных СМИ.

КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ. Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1]. Сицин, У. Как выдающаяся сила военных СМИ/ У. Сицин – Текст: непосредственный // Военный репортер (Пекин). – 2005. – С. 2–6.

[2]. Статистический отчет о развитии Интернета в Китае. – Текст: электронный. – URL: https://www.sohu.com/a/422004081_99900352 (дата обращения: 30.09.2020).

[3]. Ли, Лю. Размышления об инновационном развитии военного вещания в эпоху все-медиа/ Лю Ли, Го Цзинь. – Текст: электронный. – URL: http://www.81.cn/jsjz/2019-06/28/content_9542100.htm (дата обращения: 28.06.2019)

[4]. Сасадью. Трудности и прорывы в распространении “большого взгляда на национальную оборону”. – Текст: электронный – URL: <http://www.lunwenstudy.com/zhanyi/79864.html> (дата обращения: 18.09.2015).

[5]. Хунжу, Тянь. Микроистория газеты “НОАК”/ Тянь Хунжу, Сян Сюй, Тан Шуай. – Текст: электронный. – URL: <http://military.people.com.cn/n1/2015/1225/c172467-27974196.html> (дата обращения: 25.12.2015).

[6]. Хаймин, Дин “Фотогазета НОАК” официальный общественный номер WeChat онлайн!/ Дин Хаймин. – Текст: электронный. – URL: http://www.81.cn/jlwh/2017-06/06/content_7630159.html (дата обращения: 06.06.2017).

[7]. Шаньцзин, Лю “Гофанбао”/ Лю Шаньцзин. – Текст: электронный. – URL: http://www.gfdy.gov.cn/education/2015-09/08/content_7692533.htm (дата обращения: 08.09.2015).

[8]. Янцзянь, Ли Обучение национальной обороне в колледжах и университетах: создание нового фронта с помощью новых СМИ / Ли Янцзянь. – Текст: электронный. – URL: <http://cmgc.jschina.com.cn/system/2015/12/17/027383076.shtml> (дата обращения: 17.12.2015).

[9]. Ли, Сунь. Инновации в военном вещании в эпоху новых медиа / Сунь Ли. – Текст: электронный [j]//Журнал Сианьского политического университета.– Сиань, 2014. – С. 72-75.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Лю Лимань,
ФГБОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный университет”,
1-я линия В.О., д. 26, Санкт-Петербург, 199004, Россия
“Высшая школа журналистики и массовой коммуникации”,
магистр,
e-mail: st082002@student.spbu.ru

IMPACT OF NEW MEDIA ON THE DEVELOPMENT OF CHINESE MILITARY MEDIA

Liu Liman

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"St. Petersburg State University",
St. Petersburg, Russia*

ABSTRACT

In analyzing the current development of China's military media, we have summarized the challenges and new opportunities facing the development of China's military media in the era of new media. The method of comparative analysis and the method of studying documents were used. The research shows that in recent years, the amount of military information and the coverage of the corresponding audience have increased significantly, the motivation to consume such information on the part of the civilian population, in particular, students of universities and colleges, has increased. The reason is the inclusion of new media in the implementation of the national military defense policy.

KEY WORDS: new media, military media, China, Internet technologies, formats.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.018

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 20.01.2021

REVISION SUBMITTED: 20.01.2021

FOR CITATION: Liu Liman. Impact of new media on the development of Chinese military media. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost'*. 2021, vol. 1, no. 1, pp. 189–196. **DOI:** 10.24334/KBSU.2021.1.1.018

COMPETING INTERESTS. The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY. The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

BIBLIOGRAPHY

- [1]. W. Sitsin. (2005) As an Outstanding Power of the Military Media // War Reporter (Beijing), pp. 2– 6.
- [2]. Statistical Report on the Development of the Internet in China. Available at: https://www.sohu.com/a/422004081_99900352 (accessed 30 September 2020).
- [3]. Liu Li, Guo Jin. Reflections on the innovative development of military broadcasting in the all-media era Available at: http://www.81.cn/jsjz/2019-06/28/content_9542100.htm (accessed 28 June 2019).
- [4]. Sasadya. Difficulties and breakthroughs in the dissemination of the "big view of national defense". Available at: <http://www.lunwenstudy.com/zhanyi/79864.html> (accessed 18 September 2015).
- [5]. Tian Hongzhu, Xiang Xu, Tang Shuai. Microhistory of the PLA newspaper. Available at: <http://military.people.com.cn/n1/2015/1225/c172467-27974196.html> (accessed 25 December 2015).
- [6]. Ding Haiming. "PLA Photo Newspaper" WeChat official public number on-line! Available at: http://www.81.cn/jlwh/2017-06/06/content_7630159.html (accessed 06 June 2017).

[7]. Liu Shanjing. Guofangbao. Available at: http://www.gfdy.gov.cn/education/2015-09/08/content_7692533.htm (accessed 08 September 2015).

[8]. Li Yangjian. National Defense Education in Colleges and Universities: Building a New Front with New Media. Available at: <http://cmgc.jschina.com.cn/system/2015/12/17/027383076.shtml> (accessed 17 December 2015).

[9]. Sun Li (2014) "Innovation in Military Broadcasting in the New Media Era" [j]. Xi'an: Journal of Xi'an Political University, pp. 72-75.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Liu Liman,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"St. Petersburg State University",
1st line V.O., 26, St. Petersburg, 199004, Russia
"Higher School of Journalism and Mass Communication",
master,
e-mail: st082002@student.spbu.ru

УДК 070

Научная статья

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМАТА ТОК-ШОУ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Пшигошев Т. Ю.

*ФГБОУ ВО "Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова",
Нальчик, Россия*

АННОТАЦИЯ

В данной статье подчеркивается целесообразность использования формата ток-шоу на региональном телевидении. Изучен рейтинг популярности телевизионных передач данного формата. Рассмотрены цели современного ток-шоу на региональном телевидении. Изучены особенности функционирования развлекательных программ на региональном телеканале города Курска и Орла, а также телевизионная программа ток-шоу "Глушенковы", "Дискуссионный Клуб" Тульской области и другие. Проведено экспертное интервью с авторами и ведущими программ "Отцы и дети" и "Глушенковы". Выявлены основные проблемы, сдерживающие развитие регионального телевидения. Разработан алгоритм повышения эффективности использования данного формата на региональном телевидении.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: телевидение, формат, ток-шоу, регион, целесообразность.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.019

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ: 20.01.2021

В ОКОНЧАТЕЛЬНОМ ВАРИАНТЕ: 20.02.2021

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ. Пшигошев, Т. Ю. Целесообразность использования формата ток-шоу на региональном телевидении / Т.Ю. Пшигошев – Текст: непосредственный //