

Журналистика Web 2.0 в КНР: мировые тенденции и национальные особенности

Выполнила:
Жэнь Хуэй

Руководитель:
Бекуров Руслан Викторович

Цель и задачи:

- Цель:

выявление особенностей китайских социальных медиа в контексте мировых тенденций.

- Задачи:

дать характеристику современного состояния социальных медиа КНР

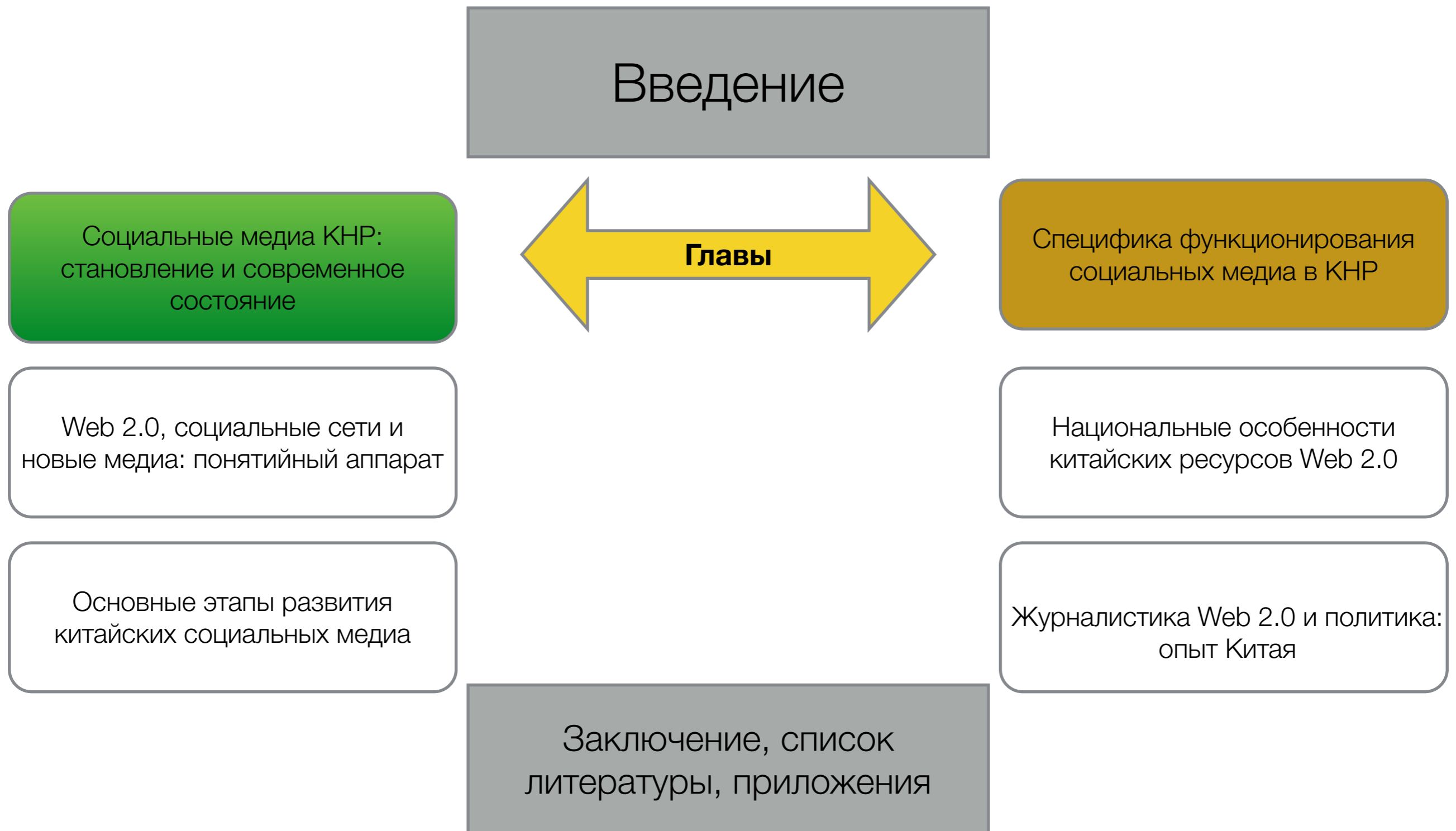
рассмотреть механизмы государственного регулирования таких ресурсов

провести сравнительный анализ китайских социальных медиа

определить принципы работы китайских журналистов в эпоху Web 2.0

изучить особенности функционирования таких платформ, как Weibo, WeChat, QQ, Ozone, Renren, Youku.

Структура работы



Социальные медиа КНР



КИТАЙСКИЙ ОНЛАЙН-РЫНОК

1,371,610,000

– оценка населения



Источник: Hackett, C. (11 июля 2014).
"Какие шесть стран представляют
половину мирового населения?"
Исследовательский центр Pew.
обновлен 13 марта 2015.



116,3 млрд \$

– объем рекламного рынка

Источник: Statista.com 2015.



649,000,000

интернет-пользователей



Использование интернета

составляет **47,9%**

Источник: China Internet Network
Information Center (CNNIC)



6,19 млрд \$

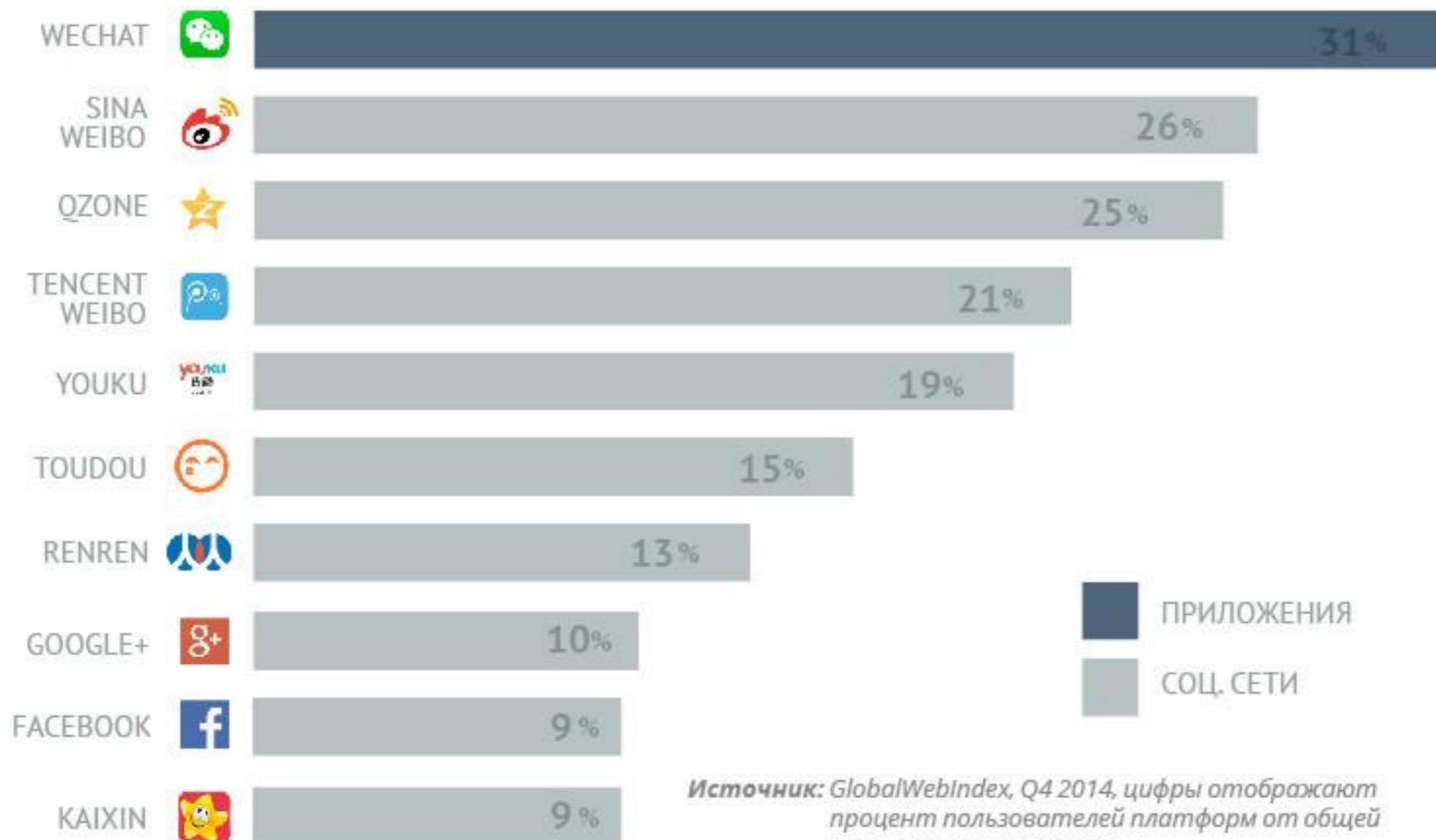
– масштабы рынка
онлайн-рекламы

Источник: China Internet
Watch (CIW) 2015.





РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КИТАЯ



Источник: GlobalWebIndex, Q4 2014, цифры отображают процент пользователей платформ от общей численности населения

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ:

Во-первых, в условиях определенного однообразия в КНР традиционных СМИ общественный интерес постепенно смещается в сферу социальных медиа. В настоящее время именно журналистика Web 2.0, как никто и никогда ранее, выполняет функции «сторожевого пса» (watch dog), являясь площадкой для информирования, дискуссий, диалога с государственными институтами, совместного решения тех или иных социальных проблем, а также восстановления справедливости. Вместе с тем, китайские социальные медиа представляют своей аудитории огромные возможности для развлечений, бизнеса и досуга. Иными словами, медиа-рацион современного китайца невозможно представить без присутствия в нем ресурсов Web 2.0, мессенджеров и мобильных приложений.

Во-вторых, государственная программа контроля интернет-потоков в КНР приводит к блокировке иностранных сетевых платформ, в частности, самых популярных в мире социальных медиа: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WordPress и так далее. С одной стороны, такая политика приводит к критическому отношению к китайскому правительству со стороны других (в особенности западных) стран и международных общественных организаций. По их мнению, цензура в интернете на государственном уровне является попыткой ограничить демократические процессы и формирование гражданского общества. С другой стороны, на наш взгляд, государственное регулирование онлайн-пространства принесло много пользы как Китаю в целом, так и китайскому обществу в частности. Как оказалось, это крайне положительно сказывается на экономке, в особенности на бизнесе в сфере IT. Отсутствие иностранных агентов в этом поле дает возможность активно и эффективно развиваться китайским стартапам. Иными словами, если бы в Китае работали Facebook и Twitter, мы не имели бы сейчас Weibo и WeChat; если бы не заблокировали Amazon и eBay, вряд ли был бы успешным в настоящее время сервис AliExpress.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ:

В-третьих, выделенные нами характеристики китайской журналистики Web 2.0. (непосредственное участие пользователей в создании и распространении контента, доступные интерактивные коммуникации, универсальность и мобильность) доказывают то, что она является состоявшимся социальным институтом, который позволяет людям мобильно реагировать на актуальные политические события, формировать и наращивать социальный капитал.

В-четвертых, такие платформы, как Weibo, WeChat, QQ, Ozone, Renren Youku обладают собственными механизмами формирования повестки дня, медиатизируют общественно-политические процессы как внутри Китая, так и вне его, и, в немалой степени, являются площадкой для гражданской журналистики, по определению.

И, наконец, в-пятых, из-за своей в каком-то смысле анархической основы журналистика Web 2.0. характеризуется огромным объемом лживой информации и фальсификаций. Китайские социальные медиа – не исключение. Очень часто, даже в условиях жесткого контроля государства, Weibo, WeChat, QQ являются платформами для организации противоправных, экстремистских действий и националистических акций.

Спасибо за внимание!