Стратегии инновационного контента в новостной трансляции на русскоязычном канале CGTN в эпоху умных медиа

Научный руководитель – Трофимова Галина Николаевна

Цзян Шуи

Аспирант

Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

E-mail: jennie_01@foxmail.com

В эпоху умных медиа традиционные формы СМИ, такие как телевидение и газеты, больше не могут в полной мере удовлетворить разнообразные потребности аудитории в сфере новостного информирования. Быстрое развитие интернет-технологий привело к значительным изменениям в области распространения новостей. Одним из крупнейших международных медиа является China Global Television Network (CGTN), который активно адаптируется к этим изменениям, например, его русскоязычный канал. В области инноваций в контенте новостей этот канал провел ряд полезных экспериментов. В данном исследовании с использованием метода контент-анализа и кейс-исследований подробно анализируются стратегии инноваций в контенте новостей CGTN на русском языке и оцениваются их результаты[2]. Исследование показывает, что CGTN на русском языке предпринял серию активных попыток по инновации новостного контента, включая создание коротких видеороликов, интерактивных трансляций, инфографики и других новых форматов новостей, а также использование социальных медиа для многоканального распространения и персонализацию контента в зависимости от потребностей аудитории. Эти инновационные стратегии значительно повысили охват аудитории и эффективность распространения контента.

Во-первых, русскоязычный канал CGTN использует разнообразные подходы к инновациям в новостном контенте, такие как короткие видеоролики и интерактивные трансляции, что усиливает привлекательность и скорость распространения новостей. Короткие видеоролики популярны среди молодой аудитории благодаря своей удобной передаче и стремительному воздействию[1]. Интерактивные трансляции позволяют наладить реальное взаимодействие между зрителями и новостными событиями. Кроме того, канал экспериментирует с технологией виртуальной реальности (VR), создавая реалистичные новостные материалы, предоставляя зрителям более визуальный и интерактивный опыт получения новостей.

Во-вторых, русскоязычный канал CGTN активно использует платформы социальных медиа, такие как Facebook и VK, для поддержания тесной связи с аудиторией. Благодаря точной настройке контекстной рекламы и функции взаимодействия с аудиторией канал успешно повысил вовлеченность и доверие зрителей. Кроме того, канал использует данные исследования поведения пользователей для точной настройки контента и реализации персонализированного новостного предложения, что делает контент более соответствующим потребностям зрителей и усиливает их вовлеченность.

При оценке эффективности этих инновационных стратегий исследование показало, что зрители положительно оценивают новые форматы, особенно короткие видеоролики и интерактивные новости. Они высоко оценивают доступность и эффективность распространения новостей[4]. Внедрение персонализированного контента также улучшает релевантность новостей. Однако некоторые зрители выразили сомнения по поводу достоверности и объективности новостей, считая, что некоторые репортажи имеют склонность к предвзятости и не всегда объективны.

Несмотря на значительные успехи в увеличении инновационности контента, исследование также выявило, что канал сталкивается с определёнными проблемами в вопросах достоверности, объективности и качества новостей. Усложнение процесса отбора и проверки информации может привести к неточным репортажам, особенно в условиях быстрого распространения и персонализации контента. Важно найти баланс между качеством новостей и предпочтениями аудитории[5]. Поэтому рекомендуется CGTN усилить механизмы проверки контента, повысить профессиональные навыки журналистов и использовать технологии больших данных для улучшения точности и объективности контента.

В целом, инновационные стратегии новостного контента на русском языке CGTN представляют полезные примеры для других СМИ. С развитием технологий и изменениями в медиа сфере должны быть гибкими в ответ на изменяющиеся потребности аудитории, при этом сохраняя качество новостей. Через мультиплатформенное распространение, точную настройку контента и сохранение достоверности и объективности новостей, медиа смогут улучшить свою конкурентоспособность[3].

Источники и литература

- 1 Гуо Дженменг. Исследование инновационной стратегии распространения новостей в эпоху новых медиа. // Журнал «Media Forum», 2020, выпуск 3(11). С. 18 (кит).
- 2 Дон Шуай. Анализ инновационных стратегий новостной коммуникации в эпоху новых медиа. // Журнал «Communication Research» // 2021, выпуск 5. С.72-73 (кит).
- 3 Ли Чангчен, Ван Лей. Стратегия инноваций в медиа-обложках в эпоху умных медиа. // Журнал «Media» // 2020, выпуск 24. С. 57–59 (кит.).
- 4 Цао Чангчен. Инновационная стратегия интеграции и коммуникации новостей в эпоху всех медиа. // Журнал «Журналистское наблюдение: будущее» // 2020, выпуск 2. С. 20 (кит).
- 5 Цянь Оушен. Инновационные стратегии интеграции и коммуникации новостей в эпоху всех медиа. // Журнал «Viewpoint» // 2021, выпуск 17. С. 387 (кит).