

Трансформация имиджа китайских мейнстримных медиа на платформах короткого видео (на примере аккаунта People's Daily)

Научный руководитель – Соловьёв Анатолий Иванович

Лю Ясинь

Аспирант

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: lyx975463787@gmail.com

С быстрым развитием и повсеместным применением мобильного Интернета в Китае происходит стремительный рост платформ короткого видео, таких как *Douyin*, *Kuaishou* и *Bilibili*, которые решительно изменили привычки и образ жизни китайских пользователей сетевых медиа [1, с.1]. В данном контексте мейнстримные СМИ также претерпели значительные изменения. Эта трансформация выражается не только в диверсификации форм коммуникации и контента, но и оказывает глубокое влияние на способы взаимодействия с аудиторией, формирование имиджа традиционных СМИ и общественного мнения.

Являясь официальным ключевым новостным сайтом, *People's Daily* взяла на себя инициативу по расширению каналов распространения коротких видеороликов и, используя инновационный режим платформ для коротких видео, смогла изменить имидж самого медиа, сформировать бренд аккаунта и завоевать признание огромного числа пользователей. По состоянию на 8 марта 2025 года число подписчиков аккаунта газеты *People's Daily* на платформе *Douyin* достигло 67,03 млн, а количество лайков к публикациям составило 3,84 млрд [2].

Проанализировав короткие видеоролики, размещенные *People's Daily*, мы установили три основные причины изменения имиджа основных китайских СМИ:

1. Появление платформ коротких видеороликов привело к фундаментальным изменениям в способах коммуникации мейнстримных медиа. В прошлом традиционные СМИ в основном полагались на телевидение, газеты, радио и другие каналы распространения информации, и их способ коммуникации обычно был односторонним. С ростом популярности коротких видеоплатформ мейнстримные СМИ были вынуждены адаптироваться к этим изменениям и постепенно интегрировать форму коммуникации с помощью коротких видео. Например, видеоконтент, публикуемый газетой *People's Daily* на платформе *Douyin*, преимущественно длится 10-20 секунд, что не только повышает скорость распространения информации, но и позволяет представлять более разнообразный контент.

2. Платформы коротких видеороликов значительно повысили интерактивность между пользователями и СМИ, что заставило мейнстримные медиа внести коррективы в формирование своего имиджа. Китайские ведущие СМИ стали уделять больше внимания взаимодействию со своей аудиторией, особенно при подаче контента и выборе тем, которые ближе к потребностям аудитории. Такое взаимодействие не только усиливает ощущение участия и идентификации аудитории, но и приводит к тому, что имидж мейнстримных СМИ перестает ограничиваться единственным авторитетным источником информации, а становится средой для диалога и взаимодействия с общественностью.

3. Платформы короткого видео открыли новые возможности для мейнстримных медиа в плане инноваций и выражения контента. В то время как традиционные СМИ обычно делают ставку на длинные репортажи и аналитические материалы, контент на коротких видеоплатформах в большей степени ориентирован на оперативность, легкость и визуальное воздействие. По этой причине ведущие СМИ начали сочетать традиционные новостные сообщения с развлекательными элементами, юмором, чтобы представить больше

разнообразия в формах контента. Например, после просмотра видеоролика, выпущенного газетой *People's Daily* в честь Международного женского дня 8 марта, некоторые пользователи даже усомнились в том, что это официальный аккаунт *People's Daily*, так как видео было сделано в очень остроумном юмористическом стиле. Это преобразование сделало образ традиционных СМИ более молодежным, еще очевиднее интегрировав их в парадигму современной сетевой культуры.

Трансформация имиджа китайских мейнстримных медиа на платформах коротких видеороликов стало важным этапом модернизации, направленным на адаптацию к новым формам коммуникации, удовлетворение потребностей аудитории и повышение интерактивности. Это не только изменило способ коммуникации мейнстримных СМИ, но и выдвинуло новое определение их имиджа и функций. С помощью коротких видеоплатформ мейнстримные медиа привлекли более широкий круг молодых пользователей, употребляя инновационные формы, изменяя прежний образ традиционных СМИ как единственной и серьезной формы коммуникации. В будущем, с расширением платформ короткого видео и социальных медиа, мейнстримные СМИ могут получить дальнейшее развитие в области инноваций контента, интерактивности и контроля качества информации. Как найти баланс между развлечением и серьезностью, интерактивностью и авторитетностью – еще одна важная тема по изучению трансформации СМИ в современном мире.

Источники и литература

- 1) Чжан Ю. Исследование стратегии и эффективности выхода основных СМИ на короткие видеоплатформы (на примере распространения CCTV на видеосайте Bilibili). дисс. ... маги. журналистики. Шанхай, 2022.
- 2) People's Daily // Douyin [Электронный ресурс]. URL:<https://v.douyin.com/i5XwXnuR/> (дата обращения: 08.03.2025).