

Приоритетные информационные стратегии развития прессы в цифровую эпоху

(на примере общенациональных газет

«СБ. Беларусь сегодня» и «Жэньминь жибао»)

УДК 070:654.197



ЧЖАО Лян, аспирант

Научный руководитель –
ФРОЛЬЦОВА Нина
Тихоновна,
доктор филологических
наук, профессор

ЧЖАО Лян. Приоритетные информационные стратегии развития прессы в цифровую эпоху. В статье освещается ситуация проблемного позиционирования принт-изданий в цифровую эпоху. Обобщены возможности сохранения прессы своей традиционно авторитетной роли. Исследуется пресса на современном рынке массовой информации. На примерах белорусской газеты «СБ. Беларусь сегодня» и китайской «Жэньминь жибао» характеризуется концептуальная роль общенациональных государственных изданий как института сплочения нации на основе общих созидательных проектов, а также как ценнейшего документального свидетельства жизни страны на определенном этапе ее истории.

Ключевые слова: принт-медиа, государственные издания, информационная повестка, консолидация, «СБ. Беларусь сегодня», «Жэньминь жибао».

ZHAO Liang. Priority information strategies for the development of the press in the digital era. The author highlights the problems with the positioning of print publications in the digital era and summarizes the possibilities of the press to retain its traditionally authoritative role. The article explores the problem with the positioning of the press in the modern information market. Citing the examples of the Belarusian newspaper "SB. Belarus Segodnya" and the Chinese "People's Daily" the author characterizes the conceptual role of national state publications as a) an institution uniting the nation based on common creative projects, and as b) the most valuable documentary evidence of the country's life at a certain stage in its history.

Keywords: print media, state publications, information agenda, consolidation, SB. Belarus Segodnya, People's Daily

Бумага vs цифра

Тотальное распространение процессов дигитализации и конвергенции СМИ поставило в критическую ситуацию печатные издания: газеты и журналы. Специалисты медиа Китая и Беларуси, начиная с 2010 года, активно обсуждают этот вопрос, единодушно признавая его глобальное значение, касающееся, прежде всего, угрозы гуманитарному потенциалу культуры в целом [1–6].

Общий посыл публикаций на эту тему можно сформулировать следующим образом: цифра вытесняет бумагу, виртуальная среда постепенно поглощает реальную, «человек читающий» предполагает все меньше ассоциаций с «человеком мыслящим» – все это за счет перенасыщенности информационного поля и спроса на наиболее мобильные и комфортные ресурсы ориентации в нем. Ситуация неумолимо нарастает, что в определенный момент

[ОБ АВТОРЕ]

ЧЖАО Лян.

Родилась в провинции Хэнань, г. Кайфэн. Окончила факультет гуманитарных наук Лоянского педагогического университета (2014), магистратуру факультета журналистики Хэнаньского университета (2017).

Аспирант факультета журналистики Белорусского государственного университета.

В 2014 году работала редактором веб-сайтов китайского городского портала Bian liang.

Автор десяти научных работ, из них девять опубликованы в Беларуси, одна – в Китае.

Сфера научных интересов: изучение технических и творческих стратегий развития традиционной прессы.

может означать утрату Логосом своего статуса первоосновы упорядочения хаотичности мироздания («В начале было Слово...»). С другой стороны, человечество, выстроив долговременную перспективу соответствующих мер, вероятно, найдет возможности для поддержания онтологического значения роли Логоса (в собирательном значении понятий Разум, Слово, Текст) как основы упорядочения мышления и бытия со всеми вытекающими перспективами оздоровления ментальности и экологии в самом широком смысле этих понятий. Основная из мер – возвращение востребованности твердых носителей информации, повышение роли авторского видения, продуктивное сообщение участников коммуникации. Все это прерогативы прессы и, шире, печати: журналистики и литературы.

Мы склонны согласиться с утверждением немецкого философа М. Хайдеггера, что проблемы современной культуры, и в частности медиасферы, имеют в своей основе онтологический сдвиг: позиционирование субъекта по отношению к внешнему миру (объекту) как внешнему и, таким образом, отчужденному феномену [7, с. 69]. Развитие визуальной культуры (кино, телевидения) усиливает и углубляет этот сдвиг, формируя привычку восприятия мира как картинки. Онтологический характер сдвига позиционирования субъекта по отношению к миру как к внешнему и (по)стороннему объекту обуславливает онтологические же последствия: редукцию восприятия мира [8], коммуникативный и лингвистический кризис [9], кризис индивидуальной и коллективной идентичности, в целом – кризис гуманитарный. Очевидно, что те проблемы социума и медиаполя, о которых принято говорить как о последствиях «цифровизации» («утрата авторитетов», «пластмассовая журналистика», «бизнес вместо миссии» и т. п.) имеют, таким образом, вторичный характер. В силу этого поиск из сложившегося и углубляющегося онтологического кризиса должен исходить из соответствующих – онтологических и гуманитарных – оснований и вестись в среде самих СМИ, в данном случае печатных [10].

Медиологи подчеркивают, что печатные СМИ обладают такими уникальными ресурсами, не свойственными другим медиа, как: способность играть роль ретранслятора и комментатора «вечных ценностей» [11, с. 78], служить источником сохранения целостности видения мира [12, с. 8], выполнять функцию консолидации информационной повестки [13, с. 32]. Все это на основании свойства концентрировать внимание аудитории, а не наоборот. К преимуществам печати следует отнести также высокий уровень доверия со стороны аудитории [12] и такой важнейший фактор, как долговечность физического носителя, являющего собой исторический материал [14].

К путям реализации позитивного потенциала прессы сегодня относят альтернативное позиционирование относительно универсализации журналистской деятельности, характерной для новых медиа, их шаблонности и жесткой форматизации – приоритетный акцент на уникальности авторского текста [2, с. 204]; а также реконституционализацию роли мысли и слова силами качественной прессы, в частности публицистики [15]. Возрождение роли публицистики представляется возможным на основании долговременных и последовательных усилий – стратегии, предполагающей ступенчатое (планомерное и постепенное) задействование таких ресурсов публицистики, как персонализированный характер контакта с аудиторией, диалогичность, стилистическая оригинальность и живость, образовательные и просветительские возможности на фоне информативных; универсальность звучания и историзм значения. Представляется, что сохранение этих ресурсов в цифровых версиях печатного текста обеспечит паритет обеих сфер и свободу пользовательского выбора.

Естественно, что соответствовать перечисленным принципам в первую очередь под силу государственным общенациональным газетам. Не только потому, что они более других изданий в состоянии привлечь лучших журналистов и наиболее оптимальные технические ресурсы. Кроме этого, общенациональные издания имеют возможность обеспечить максимальную широту отражения жизни социума, а государственные общенациональные – наиболее действенную реализацию этой возможности. Дело в том, что СМИ, транслирующие государственную идеологию, закрывают возможность идеологической «перебранки», предоставляя оптимальный объем своей площади отражению жизни социума (социология как приоритетная сфера вместо идеологии и политологии). «Управляющее ядро каждого государственного СМИ убежденно и открыто принимает на себя обязанность вести информационную политику так, чтобы СМИ выступало всеобщим представителем потребностей, интересов, запросов, вопросов, недоумений, замечаний, несогласий... всех информационных нужд всех социальных слоев» [10, с. 16]. Именно тогда газета превращается в «пиршественный стол, на котором каждый может найти, что ему... по вкусу». Эта метафора, зародившаяся на заре становления общенациональной прессы, уже имела в своей основе центрарующий, консолидирующий смысл – главное неотъемлемое свойство подлинно общенациональной прессы [16, с. 117].

Приоритеты государственной информационной политики составляют основу деятельности самой массовой газеты Республики Беларусь – «СБ. Беларусь сегодня». Она издается с 1927 года, выходит пять раз в неделю со вторника по субботу, распространяется по территории всей республики тиражом 400 тыс. экземпляров. Ее учредителем является Администрация Президента Республики Беларусь. Основную аудиторию «СБ. Беларусь сегодня» (до 70 % читателей) составляют граждане возрастной категории от 40 лет, имеющие сформированное мировоззрение, жизненные приоритеты и взгляды на основные проблемы действительности. Их объединяет лояльность к государственной политике Республики Беларусь (социально ориентированной и многовекторной), уважительное отношение к национальной культуре, личная заинтересованность в поступательном развитии страны в различных сферах, ее имиджевой привлекательности на международной арене. В таком контексте позиция общенациональной газеты и ожидания ее аудитории совпадают. Наиболее оптимальной стратегией издания в условиях этого совпадения является его научно-практическое обоснование, поддержание и развитие, а в отношении самой аудитории – консолидация. Об эффективности реализации такой стратегии можно судить по тематическим, жанровым, лингвистическим и другим характеристикам контента, в частности проектам редакции.

Специальные проекты «СБ. Беларусь сегодня» реализуются в основном на портале (www.sb.by). Часть из них посвящена подвигу белорусского народа в годы Великой Отечественной войны. Проект «Партизаны Беларуси» создан для увековечивания памяти белорусских партизан, активизации поисковой работы, формирования патриотической позиции граждан. Ежедневно фактологическая база проекта пополняется документами о бойцах партизанских отрядов, сражавшихся с фашистскими оккупантами на территории Беларуси, России, Украины и других стран. После обработки информации оцифровываются и на портале создается интерактивная карточка партизана. Кроме картотеки партизан и подпольщиков, материалы проекта содержат их биографические данные, сведения о боевых операциях.

Интерактивный специальный проект «Беларусь помнит» посвящен 75-летию победы народов СССР в Великой Отечественной войне и республиканской акции «Беларусь помнит». У каждого посетителя страницы (victory.sb.by) есть возможность загрузить свое фото и/или видео в один из тематических разделов: «Начало войны», «Партизаны Беларуси», «Сожженные деревни», «Дети войны», «Освобождение день за днем», «Обелиски великого подвига», «Военные истории», «Школьные музеи с военными экспозициями», «Республиканская акция «Беларусь помнит», «Поздравь ветеранов».

Проект духовной направленности «Сапраўдныя каштоўнасці» возник как результат диалога редакции и читателей, а в качестве иллюстраций его материалов использованы рисунки художника О. Карповича. Контент проекта разделен на тематические рубрики «Перамога», «Дзеці», «Радзіма», «Бяспека», «Мір», «Праца», «Дабрабыт», «Сям'я», «Гасціннасць», «Справядлівасць», «Сяброўства», «Памяць». По мнению авторов проекта, названия рубрик отражают те вечные ценности, которые заложены в менталитете белорусского народа и являются кодом нации. Уже само написание логотипа проекта «НеОБЫЧАЙные деревни» говорит о том, что его материалы рассказывают об интересных фольклорных традициях, обрядах, обычаях, которые на протяжении многих веков передавались жителями белорусских деревень от поколения к поколению.

Дигитализация и развитие интернет-технологий постоянно вносят изменения в работу журналистов и деятельность редакций в целом. Отдел интернет-проектов был создан в редакции «СБ. Беларусь сегодня» в 2012 году, тогда же была отработана методика работы его сотрудников: в течение дня веб-журналисты размещают на сайте текущую информацию, а вечером – наиболее значимые материалы печатного номера. В августе 2015 года газета



На XXIII Международной специализированной выставке «СМИ ў Беларусі». 2019 год

выпустила приложение для мобильных устройств на базе операционной системы Android, а в декабре 2016 года был произведен редизайн портала sb.by. В настоящее время количество уникальных посетителей сайта составляет около 116 000 в сутки, количество просмотров, размещенных на нем материалов за этот же период, приближается к 408 000 (<https://a.pr-cy.ru/sb.by>). Среднее количество уникальных пользователей за месяц – около пяти миллионов. Материалы для новостной ленты готовят журналисты всех средств массовой информации, входящих в состав издательского дома, за сутки на портале появляется около 200 новых материалов различной тематики, жанров и форматов.

Контент информационного портала (<https://www.sb.by>) разделен на рубрики: «Эксклюзив», «Политика», «Общество», «Экономика», «Блоги и колонки» «Видео», «Теленеделя», «Спорт», «Культура», «Происшествия», «В мире», «Шпильки», «#Простокосмос», «Здоровье», «Драйв», «Окно в Китай», «Мозаика жизни», «Журнал «Спецназ». Новостная лента «Новости и статьи» представляет собой подборку информационно-аналитических материалов, создающих полную картину дня. Названия-ссылки актуальных тематических блоков, которые регулярно обновляются, например «Большой разговор с Президентом», «Борьба с COVID», «Вступительная кампания», «Урожай-2021», «Будни на Альфа Радио», вынесены поверх рубрик основного контента. А под ним расположен блок дополнительных рубрик-ссылок «Обращение граждан и юрист», «Тесты sb.by», «Электронный музей «Сельской газеты», «Конкурсы к Году народного единства», «ТВ-программа», «Проверка лотерейных билетов», «Новости компаний», «Рекламные игры», «Кулинарные рецепты», «Гороскоп» и другие. Главная страница структурирована таким образом, чтобы пользователям было легко находить нужные материалы в удобном формате. Примером конвергентных проектов редакции является ток-шоу «Будни на «Альфа Радио», эфир которого транслируется на радиоволнах, на «СБ ТВ», в социальных сетях, текстовые расшифровки программы размещаются на сайте. В 2021 году на XXVIII Международном форуме по информационно-коммуникационным технологиям «ТИБО-2021» портал был признан лучшим в номинации «Информационный ресурс».

Самыми популярными каналами передачи и распространения массовой информации сегодня являются социальные сети и мессенджеры, в которых пользователи объединяются в сообщества по интересам, обмениваются между собой текстовыми, аудио- и видеоматериалами, общаются. Редакция газеты «СБ. Беларусь сегодня» в сентябре 2012 года открыла аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, а в феврале 2014 года свой канал на видеохостинге YouTube. Позже были созданы корпоративные аккаунты в социальной сети для обмена фотографиями и видеосюжетами Instagram, в мессенджерах Viber и Telegram. Аккаунт газеты в социальной сети ВКонтакте, (<https://vk.com/sbbytoday>) насчитывает 66 859 подписчиков (здесь и далее все данные приведены на август 2021 года), его слоган «Мы рассказываем про Беларусь, которую любим!».

Цель, консолидирующая нацию

Схожей стратегии и редакционной политики придерживается и главная газета КНР «Жэньминь жибао», тираж которой на 1 января 2017 года достиг 3,18 млн экземпляров (15 лет непрерывного роста). На июнь 2017 года редакция газеты и ее аффилированные ресурсы располагали мультимедийными терминалами различных типов в количестве 294 единиц (мобильные приложения, блоги, портал), охватывающими в общей сложности 635 млн пользователей [17]. В идеологическом плане «Жэньминь жибао» как ведущее СМИ Китая отвечает за популяризацию основных национальных ценностей, а именно социализма с китайскими особенностями. Иными словами, концептуальной двоящей задачей «Жэньминь жибао» является распространение новостей и формирование общественного мнения согласно задачам благоприятного развития КНР.



О том, насколько универсально содержание газеты, позволяет судить анализ ее выборки за октябрь–декабрь 2020 года (15 равномерно взятых номеров) (табл. 1, 2).

2020-й – итоговый год 13-й пятилетки, поэтому в основе информационной повестки – подведение ее итогов, в первую очередь – анализ достижений в рамках основной цели Пятилетнего плана, обозначенной как общенациональная борьба с бедностью. В исследуемой выборке «Жэньминь жибао» этому вопросу посвящено 77 материалов.

Таблица 1. Тематическое наполнение газеты «Жэньминь жибао»

Источник: разработка автора на основе номеров газеты за октябрь–декабрь 2020 года.

Темы	12.10	13.10	24.10	29.10	30.10	03.11	04.11	15.11	25.11	26.11	07.12	08.12	19.12	30.12	31.12	Итого
Социально-экономическая	12	10	3	12	10	12	11	2	13	7	10	8	6	11	5	132
Финансово-экономическая	4	5	1	8	1	1	5		5	2	9	4	5		4	54
Рекреативная	3	3		3		4	1	1		4	1	11	1	2	5	43
Спорт		7	6	2	6					8	3	6		1	1	40
13-я пятилетка	4	1	2	10	6	4	7	1	2	5	4	4	4	2	2	58
Молодежь	2	1		2	1	2	2	3		1		1		1		16
Образование	2	4	1	4	3	5	1	1	1	4	2			3		31
Борьба с бедностью	4	8	1	12	8	7	3	3	1	6	4	10	2	6	2	77
Материнство и детство		1														1
Право	3	1		5	4	2	5	2	2	6	3	6	1	2	4	46
Политика	9	15	9	9	7	12	14	5	12	9	5	6	2	4	11	129
Международная (внешнеполитическая)	9	16	5	12	14	13	8	5	20	12	15	12	7	6	15	169
Криминальная	2	1		1		3	5	1		2	2	4		1	2	24
Бизнес (предпринимательство)	2	1		1	3		1			5	5	3	1	4	4	30
Человек труда	2	2	2	5	2	4	2	3	6	6	4	3	1	5		47
Медиаобраз страны	4	5		2	1	1	1	1			2	1	1		1	20
Культурно-историческая	1	2	4	2	4	4	1	2		2	1	4	1	3	2	33
Дети (подростки)	3	2	1	1	4	1		1		3	4	1		3	1	25
Туризм	4	1		1	3	1	2	1		2	1	3	2	5	1	27
Медицина				6	1		3	1	1	2	2	1				19
COVID-19	2	4	5	7	5	4	5	1	3	2	3	2	1	3	7	54

Таблица 2. Жанровое разнообразие материалов «Жэньминь жибао»

Источник: разработка автора на основе номеров газеты за октябрь–декабрь 2020 года.

Темы	12.10	13.10	24.10	29.10	30.10	03.11	04.11	15.11	25.11	26.11	07.12	08.12	19.12	30.12	31.12	Итого
Обзор	18	21	10	17	21	14	13	2	15	11	14	12	6	12	31	217
Аналит. статья	9	8	5	3	8	7	11	2	4	8	10	12	3	6	7	103
Аналит. комм-рий	5	5	1	11	8	3	7	5	8	12	8	14	3	9	6	113
Эксперт. интервью	4	1	2		3	1	3			2	1	1	3		3	24
Интервью	3	3		6	5	2	2	1		3	2	1	2	3	2	35
Репортаж	8	14	10	14	16	17	16	6	11	14	21	16	6	10	11	190
Заметка	5	10	3	5		3	1		1	9	1	3		1	2	44
Очерк	2	1	4	5	4	1	5	3	4	7	3	3	1	3	2	49
Житейская история	4	2	4	5	2	4	2	3	1	6	3	7	2	6		51
Хроника события	4	8	2	13	4	3	4	2		5	7	4	1	4	2	63

На 13-ю пятилетку КПК и правительством Китая была поставлена задача полной ликвидации нищеты в стране как на уровне домохозяйств, так и региональной, на уровне округов ситуации. Общее число выведенных из нищеты людей к концу 2020 года составило около 100 миллионов.

Проблема решалась многопланово. Прежде всего, за счет снижения уровня безработицы. Так, на 30 сентября 2020 года было трудоустроено около 30 млн безработных (107,52 % от числа людей, вышедших на работу в прошлом году). Еще один способ, облегчивший глобальный выход из нищеты, – задействование самих людей в решении проблемы их бедности, т. е. в работе по социальному обеспечению. В 22 провинциях центральных и западных (наиболее бедных) регионов около 5 млн низкооплачиваемых рабочих были перемещены на должности, учрежденные в рамках борьбы с бедностью, в том числе 1 278 600 лесников, 314 500 дорожных ремонтников, 1 558 000 уборщиков, 181 100 работников рыбных хозяйств, 62 700 воспитателей, 1 259 500 сотрудников других сфер.

Повсеместное благоустройство (воссоздание наибольшего числа мест отдыха на природе: природных и рукотворных парков, общественных зеленых насаждений, ландшафтного дизайна и т. п.) – еще один крупный ресурс создания базы рабочих мест, не говоря уже о роли в улучшении качества жизни нации. В рубрике «Важные новости» от 3 ноября представлен фотоматериал о Национальном шахтном парке в районе Лишань города Хуайбэй, провинция Аньхой. Некогда на руднике в этом месте произошла авария, рухнула шахта. Теперь территорию расчистили, в богатый минералами грунт высадили деревья, так что в скором времени это место станет желанным островком покоя и тишины, необходимой эмоциональной разгрузки для городских жителей.

Согласно планомерному и кардинальному решению проблемы нищеты в каждом регионе созданы системы соответствующего мониторинга. Задача этих структур – не только помощь в выходе из бедности, но и меры для предотвращения возврата к ней. Эта практика нашла отражение в материале от 12 октября «Следуйте системе социальной защиты, избавьтесь от бедности и не возвращайтесь к ней». В том же номере «Жэньминь жибао» опубликовано обзорное интервью на тему общенационального характера задачи, о которой идет речь: беседа с секретарем КПК и председателем China Three Gorges Group Лэй Миншанем («Роль ведущих государственных предприятий в борьбе с бедностью»). Лэй Миншань, как очевидно, – не просто «чиновник в мягком кресле»: возглавляемая им организация China Three Gorges Group, крупнейший субъект поставки экологически чистой энергии в Китае, в рамках проекта ликвидации нищеты обеспечивает сотни тысяч рабочих мест за счет локально проживающего населения (компания охватывает восемь провинций: Хубэй, Хунань, Шанхай, Цзянси, Цзянсу, Аньхой, Чунцин, Сычуань), производя при этом крупные инвестиции в систему образования данных районов. Кроме того, компания создала специальный фонд в размере 8,5 млрд юаней для конкретной адресной поддержки малоимущих.

Масштабное ведение борьбы с бедностью побудило нацию к поиску решений применительно ко всем сферам жизни. «Жэньминь жибао» целенаправленно отражала этот процесс. В частности, в экспертном комментарии от 29 октября речь велась о роли профессионального образования: сотрудник отдела комментариев Чжан Фань подчеркнул, что развитие системы профессионального образования, предоставление образовательных возможностей детям из бедных семей – прочная основа для повсеместной занятости и, соответственно, – мощный ресурс для повышения благосостояния жителей страны («Использование профессионального образования для облегчения борьбы с бедностью»). 13 октября опубликован репортаж «Использование электронной базы данных в спонсировании учащихся из малоимущих семей»: 18-я средняя школа города Бочжоу, провинция Аньхой, использует специальное приложение, помогающее оперативно оценивать материальное положение семей учащихся с целью такого же оперативного предоставления тем, кто в этом нуждается, грантов на получение высшего образования. Здесь же отметим планомерное содействие людям старшего поколения в освоении возможностей цифровых технологий. Им помогают таким образом адаптироваться к современным реалиям, что в свою очередь повышает статус людей зрелого возраста на рынке труда: они могут найти подходящую посылную работу.

Особый раздел – аграрная сфера. В материале от 13 октября ряд экспертов рассуждают о том, что производимые в тех или иных районах специфические сельскохозяйственные продукты, продаваемые в регионах, где таких продуктов нет, – важнейший ресурс поддержания экономической стабильности на местах («Когда у всех продуктов есть сбыт, у бедных есть все необходимое»). Особенно это касается горных районов, располагающих ценными молочными продуктами, продуктами пчеловодства, уникальной рецептурой местной кухни – всем тем, что можно с большой выгодой продавать и популяризировать по всей стране, важно только создать эффективные механизмы сбыта. Что касается регионов со сложными климатическими условиями, в них необходимо обеспечить доступность использования современных

автоматизированных теплиц для выращивания всех возможных агрокультур. Подобная практика существует в округе Байланг города Шигадзе (Тибетский автономный район): об этом повествует материал в номере от 12 октября «В до- мике для овощей растет новая жизнь».

К слову, региональная тема – важнейший вектор обсуждения проблемы бедности. Помимо Тибетского автономного района, еще один регион, требующий особо пристального внимания, – Внутренняя Монголия. 13 октября в публикации Дин Чжицзюня («Помощь в деле») рассказано об использовании государственных ссуд бедными домохозяйствами, вкладывающими средства не только в разведение крупного рогатого скота, но и в экологические проекты, такие как совершенствование ирригационных систем и внедрение барьерной зеленой среды для борьбы с песками.

Достижения Китая в борьбе с бедностью высоко оценены международным сообществом. В «Жэньминь жибао» материалов на эту тему множество. 13 октября: в статье «Опыт Китая в ликвидации нищеты имеет огромное гуманитарное значение» – отзывы национальных лидеров Лаоса, Камбоджи, Кении, Намибии и посла Азербайджана в Китае. Они отметили: китайский опыт заслуживает самого пристального изучения и поэтапного применения повсюду в мире, что в перспективе может послужить значительному сокращению количества людей, живущих за чертой бедности. 29 октября опубликована подборка «Меры по сокращению бедности в Китае в оценке иностранными СМИ»: британское агентство Reuters, бельгийско-голландский сайт Chinasquare, испанский Nation, швейцарский веб-сайт «Новый Цюрих», российский веб-сайт Free Media, малазийский Star, французский веб-сайт Entrepren- dre – все они содержат материалы, оценивающие эффективность мер по сокращению бедности в Китае, при этом неизменно отмечается, что накопленный опыт можно и должно использовать в других странах.

В отличие от печатной версии «СБ. Беларусь сегодня» бумажная версия «Жэньминь жибао» не содержит большого количества редакционных проектов. В качестве такого проекта можно рассматривать рубрику «Приложение», размещаемую на последней странице практически каждого номера. Эти приложения посвящены определенному кругу тем: «Кино и телевидение», «Обзор литературы и искусства», «Чтение», «Изобразительное искусство», «Земля» и «Международное приложение».

На конец 2020 года центральные и партийные газеты продолжали возглавлять список 100 лучших интегрированных (конвергированных) информационных ресурсов, а лидером являлась редакция «Жэньминь жибао». Интернет-версия новостной газеты (<http://www.people.com.cn>) была запущена 1 января 1997 года. Для удобства навигации контент разделен на рубрики: «Актуальные события», «Кадры», «Противодействие коррупции», «Теория и история партии», «Новости партийного строительства», «Онлайн-обзоры», «Мнения читателей», «Доска объявлений для руководителей», «Интервью», «Защита прав потребителей», «Видео», «Фотоиллюстрации», «Рисунки», «Все провинции», «Зона отчетности», «Совместные веб-сайты». С момента запуска в 2017 году мобильного приложения для телефонов «Жэньминь жибао» практически стало универсальной информационной платформой. Мобильному приложению «Жэньминь жибао» принадлежит третье место в рейтинге крупнейших сетевых ресурсов (после WeChat и Weibo).

Популярная китайская социальная сеть Weibo, созданная в 2010 году по примеру американской сети микроблогов Twitter, ограничивает один текст 140 символами, включая знаки препинания, и обеспечивает своевременную публикацию и распространение таких сообщений. В процессе интеграции традиционных СМИ в новые медиа газета «Жэньминь жибао» одной из первых в стране создала серию новых медийных продуктов, обладающих достаточно сильным влиянием на аудиторию. Запущенный редакцией в 2012 году микроблог Sina Weibo превратился в крупнейший аккаунт этой социальной сети, насчитывающий около 85 млн пользователей. В сентябре 2016 года в Китае была запущена платформа короткометражных видеороликов Douyin (в международном варианте она получила название TikTok), формат которой стал самым востребованным аудиторией как на внутри страны, так и за ее пределами. Редакция «Жэньминь жибао», решив использовать и этот инструмент в своей работе как новый этап экранной визуальной коммуникации, выбрала именно социальную сеть Douyin. С 2018 года краткие видео в аккаунте стали своеобразным приложением к традиционным текстовым новостям газеты, политической, экономической, социальной и другого рода информации, что привлекло внимание большого количества пользователей.

Еще одна веб-платформа, которая объединяет в себе возможности общения, развлечения и распространения информации, – китайский мессенджер WeChat. Он пользуется большой популярностью, получение новостей через WeChat стало привычным для многих пользователей сети. Официальный аккаунт «Жэньминь жибао» в мессенджере WeChat служит прежде всего для транслирования новостей, предлагаемых читателям в соответствии с их личными интересами. В ленте подаются только заголовки новостей в виде гиперссылки, на которую необходимо нажать, для того чтобы

прочсть текст новости полностью. Официальный аккаунт «Жэньминь жибао» в WeChat содержит новостной контент на разные темы: жизнь, здоровье, литература в форме заметок, а также литературные и художественные статьи.

Важнейшей особенностью редакционной политики национальной качественной газеты являются ее миссия объединения общественности на основе общепризнанных духовных идеалов, норм и ценностей. Деятельность современной национальной общественно-политической газеты основывается на миссии информационного обеспечения эффективного устойчивого развития государства, интеграции и консолидации различных групп общества на принципах гуманистической идеологии и достижения социального благополучия, формирования и выражения общественного мнения. Главной целью редакционной политики газет «СБ. Беларусь сегодня» и «Жэньминь жибао» является транслирование приоритетов государственного развития и национальных интересов Республики Беларусь и Китайской Народной Республики. Эффективность деятельности изданий достигается за счет предоставления аудитории целостной позитивной картины жизни общества в контексте его исторической судьбы, традиционных ценностей, актуального геополитического положения. «СБ. Беларусь сегодня» и «Жэньминь жибао» позиционируют себя как объективный источник освещения событий в стране и за рубежом, трансляции авторитетных мнений, содержащихся в качественной публицистике, создаваемой членами редакционного коллектива, внештатными авторами и экспертами. Редакционная стратегия газет в полной мере соответствует глобальным трендам концентрации, интеграции и дигитализации прессы, создания кросс-медийных СМИ. При активном внедрении изданий в сегмент информационных веб-ресурсов менеджеры и творческие работники осознают необходимость сохранения традиций качественной журналистики, что не всегда возможно в цифровом формате. Прежде всего, это достигается за счет преимущественного сохранения идентичности печатной и цифровой версий материалов на корпоративных порталах.

Статья поступила в редакцию 27.05.2021 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Казарова, Т.В. СМИ в условиях ценностного хаоса / Т.В. Казарова, Л.В. Хочунская // Вестник РУДН. Литературоведение. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 77–82.
2. Загидуллина, М.В. Панмедиазация: закат вербальной коммуникации: монография / М.В. Загидуллина. – Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2019. – 225 с.
3. Золотухин, А.А. О рисках журналистики в XXI веке / А.А. Золотухин // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2015. – № 1. – С. 100–104.
4. Алексеева, А.О. Мобильное общество и общество знания / А.О. Алексеева // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 4. – С. 8–22.
5. Колесниченко, А.В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-СМИ / А.В. Колесниченко // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 3–22.
6. Золотухин, А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? / А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2015. – № 2. – С. 93–96.
7. Хайдеггер, М. Время картины мира / М. Хайдеггер // Время и бытие: Статьи и выступления / пер. с нем.; комм. В.В. Бибихина. – М., 1993. – С. 192–220.
8. Ежова, Е.Н. Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции / Е.Н. Ежова // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 132–135.
9. Касперович-Рынкевич, О.Н. Медиапотребление представителей поколения Z – студентов журфака БГУ / О.Н. Касперович-Рынкевич // Журналистика-2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навуц.-практ. канф., Мінск, 15–16 ліста. 2018 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2018. – С. 415–419.
10. Лазутина, Г.В. Печатные издания в процессе ценностного ориентирования аудитории: возможности и результаты / Г.В. Лазутина // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 56–77.
11. Засурский, Я.Н. 20 лет свободы прессы / Я.Н. Засурский // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 3. – С. 5–8.
12. Смирнова, О.В. Стратегии печати в эпоху цифры / О.В. Смирнова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 26–32.
13. Шкондин, М.В. Печатные СМИ: ресурсы публичности / М.В. Шкондин // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2011. – № 5. – С. 7–21.
14. Падаляк, Т.У. Гісторыя сведчыць: прэса жыве не адзін дзень / Т.У. Падаляк // Гісторыя журналістыкі: урокі мінулага і практыка сучасных СМІ: матэрыялы Міжнар. навуц.-практ. канф., Мінск, 19–20 красавіка 2013 г.; [прысвечана 450-годдзю беларускай журналістыкі, 175-годдзю стварэння рускамоўнага друку на тэрыторыі Беларусі / пад агульнай рэдакцыяй П. Л. Дарашчонка]. – Мінск, 2013. – С. 170–176.
15. Машарипова, Т.Ж. Сущность публицистики / Т.Ж. Машарипова // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2015. – № 1. – С. 105–113.
16. Пруцков, Г.В. Введение в мировую журналистику / Г.В. Пруцков; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: АспектПресс, 2010. – 433 с.
17. Введение в изучение практики «Жэньминь жибао» [Электронный ресурс] // Жэньминь жибао. – Режим доступа: <http://www.people.com.cn/GB/50142/104580/index.html>. – Дата доступа: 28.01.21.