

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

Чжан Цзыянь

Китайские новостные приложения на мировом рынке новых медиа

Профиль магистратуры – «международная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
Кандидат политических наук
Нигматуллина Камилла Ренатовна

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ НОВОСТНЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.....	7
Глава 2. РЫНОК КИТАЙСКИХ НОВОСТНЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.....	21
2.1. Что такое новостные мобильные приложения?.....	21
2.2. Происхождение и развитие китайских новостных мобильных приложений.....	22
2.3. Особенности новостных мобильных приложений.....	24
2.4. Анализ рынка и аудитории новостных мобильных приложений в Китае.....	33
2.5. Бизнес-модели китайских новостных мобильных приложений.....	38
Глава 3. АНАЛИЗ ПРИМЕРОВ.....	53
3.1. Приложение «Жэньминь Жибао».....	53
3.2. Приложение «NetEase Новости».....	58
3.3. Приложение «Toutiao».....	67
Глава 4. ПРОБЛЕМЫ НОВОСТНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И РЕШЕНИЕ.....	77
4.1. Проблемы новостных приложений.....	77
4.1.1. Проблемы подражания и сходства.....	77
4.1.2. Проблемы стандарта.....	82
4.1.3. Единственный способ получения прибыли.....	84
4.2. Решение.....	85
4.2.1. Уменьшить сходство мобильных новостных приложений.....	85
4.2.2. Устанавливать норму регулирования контента новостей.....	88
4.2.3. Искать другие способы получения прибыли.....	90
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	92
Список литературы.....	97

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования:

Мобильный телефон стал первым терминалом для доступа в Интернет для китайских пользователей Интернета. Мобильные медиа стали первым выбором для людей. Мобильные медиа могут дать людям возможность эффективно использовать разбросанное время, чтобы адаптироваться к текущей быстро развивающейся жизни. Это не только изменяет привычки людей приема информации, но и постепенно изменяет способ передачи информации всем обществом.

По данным iiMedia Research, ведущего глобального агентства по анализу данных, в конце четвертого квартала 2017 года число пользователей мобильных новостных приложений в Китае составило 636 миллионов. Новостные мобильные приложения занимают второе место по популярности по сравнению с другими типами приложений.

Мобильное новостное приложение является новым продуктом развития интернет-технологий в XXI веке. Благодаря популяризации смартфонов и быстрому развитию мобильного Интернета жизненные привычки людей и привычки к чтению претерпели разрушительные изменения по сравнению с прошлым: от своевременных телевизионных новостей до мобильного видео, которое можно передавать в любое время, от бумажных книг до электронных книг, от подписок на газеты до браузеров и текущих мобильных новостных

приложений, теперь пользователям необходим только смартфон, чтобы получить всю необходимую информацию. Мобильное новостное приложение стало важным каналом для людей, чтобы получать новости и информацию. Энергию, создаваемую им, нельзя недооценивать, поэтому исследования в данной области также становятся значимыми.

Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу китайских новостных приложений, в попытке выяснить особенности новостных приложений и их существующие проблемы.

Цель исследования - анализировать китайские новостные мобильные приложения, выявить их особенности.

Для достижения цели необходимо решение следующих **задач**:

1. анализировать контекст развития китайских новостных мобильных приложений

2. анализировать рынок китайских новостных мобильных приложений

3. выяснить особенности новостных мобильных приложений

4. анализировать три самых популярных новостных приложения Китая: «Жэньминь жибао», «NetEase Новости» и «Toutiao».

5. выяснить существующие проблемы китайских новостных мобильных приложения и представить соответствующие решение.

Объект диссертационного исследования: китайские новостные мобильные приложения;

Предмет - особенности китайских новостных мобильных приложений.

Метод исследования: обобщения, Интернет-опрос, Метод анализа контента, Сравнительный метод.

В качестве **теоретической базы** были использованы научные труды китайских исследователей по мобильным новостным приложениям и новой медиа: Фан Хонгян, Цзя Лэжун, Лю Янь, Ван Юе, Шэн Цзун Ду, Чун Чун Ху, Лю Сунцзе, Чжан Чэньлу, Цзян Шэньхун, Инь Цюнь и др. Проанализированы также работы российских исследователей по мобильным новостным приложениям: А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, Д. Кульчицка, Н. Лосева, С. Паранько, О. Силантьева, Мансурова В.Д, К. Д. Эдуардович, Д.В.Тихоновой и др. Большую помощь в работе над диссертацией оказали труды зарубежных исследователей: Paul Levinson, Henry Jenkins, Amy Schmitz Weiss и др. На данный момент еще не было исследовано бизнес-модели китайских новостных мобильных приложений.

В качестве **эмпирического материала** использованы наиболее яркие и известные китайские мобильные новостные приложения «Жэньминь жибао», «NetEase Новости» и «Toutiao».

Структура диссертации: Работа состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка литературы. В введении сформулирована актуальность, объект, метод и цель исследования, описаны задачи, которые необходимо решить для достижения цели. В первой главе, анализировать контекст развития китайских новостных мобильных приложений. Во второй главе, выяснить особенности новостных мобильных приложений. В третьей главе, анализировать три самых популярных новостных приложения Китая:

«Жэньминь жибао», «NetEase Новости» и «Toutiao». В четвёртой главе, выяснить проблемы китайских новостных мобильных приложения и представить решение. В заключении даны выводы к работе.

Теоретическая значимость: Данная работа носит исследовательский характер и может быть использована для разработки образовательных программ, а также студентами и аспирантами, выбравшими объектом исследования китайских новостных мобильных приложений.

Практическая значимость: Выводы исследования носят рекомендательный характер для разработки китайских новостных мобильных приложений.

Глава 1. ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ НОВОСТНЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Перед детальным анализом контекста развития новостных мобильных приложений на мировом рынке новых медиа, изначально предлагаем разобраться, на основе каких факторов выстраиваются наиболее тесные отношения среди пользователей интерактивных сетей в контексте развития новостных мобильных приложений на мировом рынке?

Прежде всего, обратим внимание на такие составляющие как многоплановость аудитории и структурность аудитории в системе наиболее продуманных элементов применительно к новостным мобильным приложениям. Виднейшим фактором развития приложений является тесная связь в принципах кризиса на современном рекламном рынке. Что он собой представляет?

Дело в том, что по официальным данным за 2017 год в мире значительно увеличилось число пользователей сети не с традиционных устройств, а исключительно с мобильных гаджетов. Число смартфонов, айфонов, планшетов и иной техники увеличилось более чем в три раза, на что указывают как статистические данные, так и результаты исследования, в том числе объективная оценка ситуации.

Таким образом, у людей становится все больше сложностей с просмотром рекламы с домашних ПК, ноутбуков, нетбуков и иных

традиционных аппаратов¹.

Более 90% пользователей интернета на сегодняшний день пользуется именно встроенными гаджетами, при этом данная тенденция будет сохраняться еще многие годы и десятилетия. Новости сегодня доступны везде, где только возможно, но с учетом постоянно растущей конкуренции на рынке медиауслуг можно утверждать, что в принципах развития данной сети наиболее действенным моментом становится комплекс механизмов в сфере мобильных приложений.

Таким образом, в контекст развития новостных мобильных приложений входят такие компоненты, как перераспределение трафика в пользу того или иного системного механизма, так и наиболее сложные внешнеэкономические связи в мире, которые способствуют продвижению контента новостей на базе мобильных гаджетов.

В показателях XXI века наиболее сложным моментом в определении контекста новостных сообщений становится такая составляющая как высокий уровень конкуренции на базе новостных служб. Именно они традиционно хранят наиболее сложные коммуникационные составляющие, так как их принципы развития во многом обусловлены связями международной детерминации. Новостные мобильные приложения сопровождаются целым комплексом наиболее важных комплексов развития

¹ Вартанова Е.Л. Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 52-й Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, СПбГУ, 17-19 апр. 2013 г.) / Отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. - СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2013. - С. 218-221.

сведений касательно распределения на многие другие новостные составляющие целых факторов продвижения, на что указывают статистические показатели.

По целому ряду факторов, новостные сообщения намного более популярны, чем иные приложения. Связано это с высокой долей предпочтений клиентов к высокому спросу на новые информационные сводки. Новостные составляющие становятся, в большей степени, доступны и для простых обывателей, так как важнейшей задачей создания незащищенного контента становится внедрение механизмов увеличения трафика, а также комплексов, которые позволяют избежать кризиса на рекламном рынке².

Именно над этой проблемой и трудятся сотни и тысячи специалистов на современном медиарынке в России и в других странах, так как такая составляющая создает предпосылки для быстрого и качественного роста интернет-зависимости пользователей.

По этой причине новостные составляющие становятся все в большей степени зависимыми не от медийных корпораций, а от государственной власти.

В настоящее время контекст развития новостных мобильных приложений в большей степени обусловлен развитыми отношениями, без которых не могут формироваться сложные системные связи, так как только

² Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиа-исследований // Медиаскоп. - 2014. - Вып. 4. - URL: <http://www.mediascope.ru/node/1658>, свободный.

они способствуют продвижению новостных сообщений на более высокий международный уровень.

Новостные мобильные приложения и борьба за включение новостных точек доступа проанализированы далее.

Распределение трафика в пользу государственных источников информации сопровождается целым комплексом новейших информационных систем, на базе которых сегодня выстраиваются долгосрочные отношения между образовательными ресурсами и новостными сводками.

Новостные мобильные приложения на мировом рынке новых медиа способствуют нейтрализации факторов роста и перехода на более высокий уровень продвижения маркетинговой составляющей. Маркетинг в системе формирования новостных мобильных приложений выступает в качестве основного звена в силу ряда факторов, которые способствуют включению в комплекс аналитических показателей, так как именно они сопровождаются пересмотром традиционных связей и системных изменений³.

По каким критериям мы можем определить факторы роста и развития в контексте новостных мобильных приложений? Прежде всего, обратим внимание на то, что роль и принципы перехода от одной составляющей системы к другой является наиболее продуманным шагом, который не может быть реализован посредством вывода на более высокий уровень тех связей, на базе которых созданы механизмы управления аудиторией.

³ Мансурова В.Д. Множественная субъектность субъекта в пространстве современной коммуникации // Медиа в современном мире СПбГУ, 2016. -URL: <http://jf.spbu.ru/conference/6081/6094.html>, свободный.

Новостные точки доступа становятся единственным средством перераспределения трафика в зависимости от того, в каком контексте выступает нейтрализующая информация.

Именно она по многим показателям становится виднейшим фактором роста и развития бизнеса на новостных анонсах, так как они выступают в качестве одного из немногих средств продвижения и управления трафиком по целому ряду показателей. Ведущую роль в данных компонентах играют компании гиганты IT индустрии, такие как Google, Apple, Facebook, Twitter и ВКонтакте. Все эти социальные сети, а также современные гаджеты содействуют внедрению наиболее сложных и важных механизмов, на базе которых выстраиваются принципы формирования общественной информационной ячейки.

В ближайшие годы все вышеназванные компании и интернет-сервисы будут в большей степени соотносить новостные мобильные приложения как основной фактор продвижения контента новостей на мировом рынке новых медиа. В силу каких критериев следует рассматривать данную составляющую и что за ней стоит? Прежде всего, в принципы внедрения новейших информационных источников можно включать те, без которых сформировать ячейку информационной новостной составляющей практически невозможно.

В еще большей степени в ближайшие годы роль социальных сетей и новостных сводок в них будет возрастать. Они в силу многочисленных факторов роста и развития не могут определяться исходя из тех исходящих

соображений, таких как новостные информационные механизмы и факторы их воздействия на рынок медийных услуг⁴.

Мы сказали много относительно ситуации на рынке мобильных приложений новостей применительно ко всем странам, но в еще большей степени имеет место развитие новостных сводок в концепции российской действительности. Более 85% современной российской молодежи проводит от 7 до 12 часов в день в социальных сетях, на что указывают многочисленные источники и информационные базы данных, а также аналитические факторы развития информационной сети. Таким образом, социальные сети в РФ и республиках СНГ становятся важнейшими факторами роста и развития информационной ячейки и базы новостных данных.

Мировой рынок новых медиа выступает в качестве важнейших постулатов рыночных отношений между информационными составляющими, а также в пределах важнейшей сети связей, которыми сопровождается реализация новейших форм отчетности. Россия как одно из государств, особо сильно поощряющих развитие новостной информационной ячейки и базы данных в структуре продвижения новостного бренда.

Под контекстом развития следует понимать такой фактор роста и пересмотра материально-технических способов управления бизнесом, в основе которого возникают структурные и системные связи и различия. В настоящее время возникла еще одна проблема, которая характеризуется

⁴ Бейненсон В.А. К проблеме определения понятия «новые медиа» // Век информации. - 2017. - № 2, ч. 2. - С. 144-146.

сложностями измерения аудитории и перехода на более высокий уровень включенности в традиционные формы ведения бизнеса и передачи новостной информации. в контексте развития новостных мобильных приложений именно концепция перехода к факторам роста и развития становится виднейшей в силу многочисленных факторов продвижения мобильных приложений на базе гаджетов Apple, Android, Facebook и ряда других⁵.

В связи с высокой долей спроса именно на данные модели ресурсов информационной сети имеет смысл реализовать только в смысле продвижения бизнес-процессов. Только во имя вывода информационной составляющей на более высокий уровень включенности в комплекс образовательных механизмов можно осуществлять многочисленные новостные мобильные приложения как факторы роста и продвижения на качественно новом уровне.

Исходя из сказанного выше, контекст развития новостных мобильных приложений на мировом рынке новых медиа в значительной степени может быть пересмотрен в пользу реализации тех средств связи, которые согласуются с веяниями времени.

Российская аудитория в наши дни значительно отличается от той, которая имела место когда-либо ранее, на что упирают новостные информационные сводки, которые характеризуются переходом на более высокий уровень развития.

Важно осознать, что в наше время развитых информационных

⁵ Lübke H. Im Zug der Zeit: Verkürzter Aufenthalt in der Gegenwart. - Berlin; Heidelberg: Springer, 2015. - XII, 411 S.

технологий звено мобильных приложений не может идти вразрез с теми факторами роста и пересмотра традиционных показателей, которые ранее использовались не в интернете, а в традиционных способах получения новостной информации. Таким образом, в наше время значительная доля новостных сводок будет принадлежать не традиционным телеканалам, а социальным сетям, как в России, так и за рубежом.

Китайский информационный сетевой Информационный центр (CNNIC) опубликовал свой 41-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае. Согласно отчету по состоянию на декабрь 2017 года в Китае насчитывалось 772 миллиона пользователей Интернета, что составляет половину всего населения страны, с коэффициентом распространения Интернета 55,8%. Из них число новых пользователей Интернета составило 40,74 млн. По состоянию на декабрь 2017 года число пользователей мобильного Интернета в Китае достигло 753 миллионов, и 97,5% пользователей Интернета использовали мобильные телефоны для доступа в Интернет⁶.

Как видно из приведенных выше данных, количество пользователей мобильных телефонов в Китае составляет немалое число. Мобильный телефон стал первым терминалом для доступа в Интернет для китайских пользователей Интернета.

В 2008 году Я.Н. Засурский писал, что сотовый телефон является самым популярным и распространенным инструментом доступа к

⁶ Китайский информационный сетевой Информационный центр (CNNIC) // Китайский информационный сетевой Информационный центр (CNNIC), - 2018. -URL: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201803/t20180305_70249.htm

информации, распространения информации и даже ее хранения⁷. Известный испанский социолог М. Кастельс, автор концепции формирования «глобальной деревни», указывал на то, что в связи с ростом количества мобильных устройств и одновременно с развитием Интернета происходит формирование «мобильного сетевого общества», главная отличительная черта которого — постоянная и непрерывная связь между его участниками⁸. В результате на наших глазах формируется принципиально новое пространство — «локальное и глобальное одновременно»⁹. Кроме того, по справедливому утверждению Ван Чжунминь, мобильная телефония изменила жизненный уклад, что позволит обществу стать более подвижным, сетевым и гибким¹⁰.

Справедлива суть следующей закономерности: «Если мобильный телефон будет находиться на расстоянии ближе 1,5 метров от нашего тела, человек может использовать его по 150 раз в день»¹¹. Мобильные медиа становятся приоритетом для людей. Мобильные медиа могут дать пользователям возможность эффективно использовать время, чтобы адаптироваться к текущей быстро развивающейся жизни. Это не только изменяет привычки людей при выборе информации, но и постепенно

⁷ Засурский Я.Н. От электронного общества к мобильному // Информационное общество // - 2008. Вып. № 5-6. - С. 34.

⁸ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. (под общ. науч. ред. О.И. Шкаратана). М.: ГУ-ВШЭ, - 2000

⁹ Castells M., Fernandez-Ardivol M., Qiu J.L., Sey A. Mobile Communication and Society // Globalperspective // Cambridge; Massachusetts - 2007

¹⁰ Ван Чжунминь Влияние современных информационно-коммуникативных технологий на развитие СМИ Китая - 2007

¹¹ Фан Хонгян Классический пример трансформации китайских традиционных СМИ — приложение “Paper Новости” // Юго-восточное распространение. - 2014. -С. 11-12.

изменяет способ передачи информации всем обществом.

Ещё несколько лет назад в Китае безусловными лидерами информационного пространства были только коммерческие сайты и онлайн-СМИ. Сегодня мобильные приложения также занимают передовые позиции. Благодаря поддержке правительства, развитию экономики и прогрессу техники, быстро развивается новостное мобильное приложение.

(1) Поддержка правительства

В последние годы пророчество о глобальной деревне стало реальностью. Во всем мире инновации различных видов информационных технологий постоянно совершенствуются. Развивающаяся сфера информационных услуг получает все больше внимания в различных областях. Постоянное развитие информационного поля стимулирует людей к формированию нового потребительского спроса.

В 2013 году правительство Китая приняло «Несколько предложений о содействии потреблению информации и расширении внутреннего спроса» в целях содействия информационному потреблению отечественных граждан. Эта политика касается вопросов строительства, развития, целей развития и социальной ответственности во всех областях СМИ, в том числе в сфере цифровых средств массовой информации, радио, телевидение, кабельного телевидения, Интернет и других новых медиа.¹² В документе также указано, что государство будет оказывать политическую поддержку в аспектах

¹² Несколько предложений о содействии потреблению информации и расширении внутреннего спроса. Госсовет - 2013. -URL: http://www.gov.cn/zwggk/2013-08/14/content_2466856.htm

системы цензуры, политики финансов и налогообложения, правового строительства. В то же время составители документа отмечают, что правительство поощряет инновации и развитие, поощряет диверсифицированное развитие, чтобы ускорить исследование и разработку различных информационных технологий и информационных продуктов, при этом поощряет создание новых бизнес-моделей. Можно видеть, что медиа-индустрия Китая включена в общее планирование национальной политики в области потребления информации. Китай постоянно создает, совершенствует и осуществляет политику в области информационного потребления. В 2013 году китайское правительство начало осуществлять политику «широкополосного Китая», чтобы ускорить модернизацию сети Китая и увеличить проникновение широкополосной связи. В то же время правительство усиливает регулирование интернет-рынка и стандартизирует порядок управления, стремясь построить честную и безопасную сетевую среду.

С одной стороны, Китай поощряет потребление информации. С другой стороны, при быстром развитии интернет-технологий появилось много новых интернет-продуктов и услуг. Различные факторы помогли стимулировать потребительский спрос людей на цифровые интернет-продукты. В то же время в повседневной жизни людей постепенно появляются некоторые простые и удобные приложения.

(2) Развитие экономики

С развитием экономики смартфоны стали распространены по всему

миру. На начальном этапе смартфон считался высокотехнологичной продукцией: немногие люди могли себе позволить приобрести данную продукцию. В последние годы быстрое экономическое развитие привело к улучшению материальных условий жизни людей. Все больше и больше людей обладают мобильными телефонами, функциональный диапазон мобильных телефонов стал шире, а в ценовом отношении наблюдается тенденция снижения стоимости смартфонов.

Из приведенных выше данных мы видим, что Интернет Китая быстро развивается и оказывает влияние на образ жизни людей. Увеличение числа пользователей мобильных телефонов связано в основном с развитием Интернета и диверсификацией мобильных приложений.

(3) Прогресс техники

Развитие Интернета и технологии больших данных оказало значительное влияние на нашу жизнь, при этом все больше привлекая внимание людей. Такие передовые технологии ускорили развитие интеллектуализации. Сегодняшние телевизоры, радиоприемники, компьютеры, мобильные телефоны и другие электронные продукты, которые люди ежедневно используют, показывают тенденцию к интеллектуальной заинтересованности общества. Интеллектуальная тенденция при использовании мобильных телефонов достаточно очевидна: мобильный телефон может не только удовлетворять потребности в просмотре видео и прослушивании аудио, но также в удобстве использования в современных условиях.

В 2015 году разработчики смарт-мобильных терминалов начали широко распространять продукты 4G. Распространение сетей 4G значительно улучшило скорость передачи информации. Сеть 4G обуславливает быструю скорость передачи данных. В сети 4G пользователи Интернета могут просматривать и использовать изображения, видео, аудио и другие ресурсы в любое время и в любом месте и выполнять операции мгновенно.¹³ Увеличение скорости мобильного интернета значительно оптимизировало онлайн-опыт людей. В то же время Китай постоянно совершенствует беспроводную локальную вычислительную сеть, чтобы облегчить доступ к сети для всех типов мобильных устройств. В настоящее время три крупных оператора в Китае и правительства Китая также совместно создают беспроводной город и стремятся обеспечить полный охват беспроводных сигналов во всех общественных зонах, что значительно снижает ограничение трафика на использование Интернета.

Постоянная модернизация и ускорение интернета является основной движущей силой развития смартфонов. Сегодняшние смартфоны уже не только имеют функцию обмена информацией, но и предоставляют людям трехмерную функцию и удовлетворяют потребности пользователей в развлечении и получении информации. Увеличение скорости сети делает возможным передачу видео и аудио. Удобство мобильных телефонов и его богатое распространение позволяют мобильным телефонам стать более

¹³ Ван Юе, Гегелова Н.С. Особенности развития мобильного интернет–СМИ в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов // Серия: Литературоведение, журналистика № 3 - 2016

популярными.

С 2009 года слово «большие данные» стало популярным для интернет-индустрии. Мобильное новостное приложение появилось в эпоху больших данных. В контексте больших данных новостные приложения могут реализовать индивидуальные потребности с помощью технологий больших данных. Развитие мобильных новостных приложений неразрывно связано со средой больших данных. Информационные технологии в контексте больших данных являются движущей силой для быстрого развития новостных мобильных приложений.

Вывод

Мобильный телефон удовлетворяет потребности людей в обмене информацией и познании мира в любое время и в любом месте. В медиа-сфере новостные мобильные приложения выступают в качестве нового средства коммуникации, предоставляя новые возможности для развития в области средств массовой информации. По мере того как темп жизни становится ускоряется, проблемным стало рациональное использование времени. Большинство людей не способны самостоятельно решить данную проблему. В этом контексте мобильные терминалы постепенно становятся незаменимым инструментом в процессе получения информации и организации временных отрезков.

Глава 2. РЫНОК КИТАЙСКИХ НОВОСТНЫХ МОБИЛЬНЫХ

ПРИЛОЖЕНИЙ

2.1. Что такое новостные мобильные приложения?

Несмотря на активное распространение новостных мобильных приложений, в науке нет общепринятого определения.

Википедия дает следующее определение мобильных приложений: «программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах»¹⁴.

На наш взгляд, обобщая выводы исследователей, можно сформулировать следующее определение: «мобильное приложение – программный продукт, который при помощи мобильного терминала распространяет тексты, аудио, видео, фотографии и другие формы медиа-контента, используя при этом преимущество своего сотрудничества с рядом СМИ, представляет большое количество информации широкого тематического спектра, дает пользователям возможность чтения мультимедийной информации». Такое мобильное приложение для чтения, которое может предоставлять услугу Push-уведомления о новостях, услугу размещения информации в социальных программах, а также ряд других услуг. Новостное мобильное приложение охватывает IOS, Android, Symbian и

¹⁴ Мобильное приложение // Википедия. -URL:
https://ru.wikipedia.org/wiki/Мобильное_приложение

другие основные мобильные системы. Благодаря мобильным приложениям информация способна распространяться более быстрыми темпами.

2.2. Происхождение и развитие китайских новостных мобильных приложений

Новостные мобильные приложения имеют ту же основу, что SMS-новости. После вступления общества в эпоху цифровых технологий, мобильный телефон в качестве носителя информации выполняет также функцию вызова, и функцию приема и отправки SMS. Компании мобильной связи основываясь на данной функции, разработали новую форму распространения новостей и информации — SMS-новость. В Китае SMS-новость является формой публикации новостей путём отправки SMS абонентам. Пользователь может в любое время, в любом месте легко получать и просматривать 70 слов или меньше текста новостей с помощью мобильных телефонов. Существенным недостатком SMS-новости являются единственность символа распространения и краткое содержание распространения, т.е. можно только отправлять и получать текстовые сообщения, каждое сообщение не должно превышать 70 символов. В начале этого века с развитием цифровых технологий SMS новость начала развиваться активнее: теперь пользователи могут отправлять и получать текстовые сообщения, а также цветные изображения, голосовые сообщения и т.д., то есть MMS-новость. MMS-новость позволяет пользователям выбирать

боле широкий спектр получения информации, однако стоимость использования таких новостей значительно выше.

В Китае 3G-технологии получили развитие накануне пекинской летней Олимпиады 2008г., это оказало существенное влияние на дальнейшее успешное развитие Интернета на территории всей страны.¹⁵ С развитием мобильного Интернета появилось много новостных мобильных WAP-приложений, мобильный Интернет открыл новые пути для распространения новостей. Нажав на новостной мобильный сайт, пользователь может получить все виды новостей и информации, легко просмотреть видео-новости. Недостатком является то, что пользователям необходимо чаще обращаться к самому сайту, таким образом пользователь не может своевременно получать новости и информацию без обращения к сайту.

С 2010 года и по настоящий период времени мобильный Интернет развивается достаточно стремительно: увеличивается скорость передачи данных, намечается тенденция к снижению цены на некоторые услуги. Все это связано прежде всего с эволюцией технологических процессов.

В то же время быстро развиваются мобильные интеллектуальные технологии. Появление смартфонов в качестве представителя интеллектуальных устройств обеспечивает основу для появления новостных мобильных приложений.

¹⁵ Ван Юе. Гегелова Н.С. Особенности развития мобильного интернет–СМИ в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов // Серия: Литературоведение, журналистика № 3 / 2016

В июне 2010 года компания Sohu создала первое новостное мобильное приложение в Китае. В октябре этого же года первая версия новостного мобильного приложения Tencent поступила в продажу в магазине Apple, что ознаменовало собой официальное распространение новостного мобильного приложения.

2.3. Особенности новостных мобильных приложений

Для анализа особенностей новостных мобильных используется линейная модель коммуникации.

(1) Кто сообщает?

По типу операторов новостных мобильных приложений китайские новостные мобильные приложения можно разделить на три типа: а) приложения, создаваемые традиционными СМИ, например, Жэньминь жибо, агентство Синьхуа, телеканал CCTV, Наньфан жибо. Чтобы адаптироваться к новой медиасреде, традиционные средства массовой информации разработали свое собственное новостное мобильное приложение для того, чтобы привлечь большее количество пользователей Интернета. б) приложения, создаваемые интернет-порталами, например, “NetEase News”, “Sohu News”, “Sina News”, “Tencent News”. Технологии этих приложений существенно не изменились, и изменился только принимающий терминал. в) приложения, создаваемые интернет-компаниями, т.е. агрегатное новостное мобильное приложение, например, “Zaker” “Baidu News” и “Toutiao”. Его

основная характеристика заключается в том, что он не освящает оригинальные новости, а изымает контекст из различных источников. Это относительно новая операционная модель текущих новостных приложений.¹⁶

Новостные приложения первого типа имеют профессиональную опытную и отличную команду для производства новостей, именно поэтому их контент оригинален. Приложения этого типа разработаны традиционными средствами массовой информации и большинство из них являются продуктом деятельности издательской группы, которая имеет замечательные редакционные команды. Например, редакционная команда приложения “Paper news”, созданного Шанхайской газетной корпорацией, раньше работала в газете “Orient Morning Post” и заложила хорошую основу для приложения. Приложение “Paper news” — действительно редкое высококачественное мобильное новостное приложение. Например, в ноябре 2014 года “Paper news” опубликовало всего 2027 сообщений, из которых 1135 сообщений были созданы своей компанией, т.е. оригинальный контент составляет 56% от общего объема производства¹⁷. Это значительная доля оригинального контента.

Новостные приложения второго типа разработаны интернет-порталами. Их характеристика заключается в богатстве контента. Целевые пользователи составляют большинство пользователей мобильных терминалов, поэтому

¹⁶ Цзя Лэжун Новый этап трансформации китайских традиционных СМИ: влияние мобильного интернета // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия // Уральский федеральный университет - 2016

¹⁷ Фан Хонгян Классический пример трансформации китайских традиционных СМИ — приложение “Paper News” // Юго-восточное распространение - 2014

контент таких приложений охватывает почти все сферы: развлечение, политику, общество, финансы, спорт и т.д. Большинство представителей аудитории могут найти необходимую информацию на таких новостных приложениях. Хотя такие новостные приложения также имеют собственную редакционную команду, они в большинстве случаев перепечатывают сообщения из других источников, особенно связанные с крупными международными проблемами. В случае, когда дело касается крупных международных проблем, они перепечатывают сообщения из авторитетных средств массовой информации, чтобы обеспечить качество сообщений. Например, почти все сообщения на приложении “NetEase News” о присутствии Си Цзиньпин на G20 и АРЕС были получены из трех авторитетных средств массовой информации, таких как “агентство Синьхуа”, “Жэньминьжибо” и “информационное агентство Китая”.

Новостные приложения третьего типа являются особым способом передачи новостей. То есть они не издают новости, а агрегируют контент из различных источников, использует математические модели и научное вычисление, и затем представляют новости в соответствии с интересами пользователя. Сегодня показательным в этом отношении является приложение “Toutiao”. В настоящее время данная новая операционная модель из-за проблем с авторским правом имеет значительное количество спорных мнений. Однако в связи с низкой рыночной стоимостью приложения “Toutiao” и его растущего числа пользователей, можно сделать вывод о том, что именно приложение такого типа способно стать будущим

направлением в развитии новостных мобильных приложений.

(2) Что сообщает?

По сравнению с традиционными газетами, журналами, телевизионными программами и даже интернет-порталами в эпоху Web1.0 новости на новостных мобильных приложения, основанных на мобильных терминалах, также имеют свои очевидные характеристики.

(a) Интерактивность

Данная черта присуща всем новым новостным медиа, однако является более характерной для новостных приложений. В эпоху традиционных СМИ распространение новостей является односторонним. Аудитория может только получать новости, но из-за соответствующей политики и ограничения технологий пользователи не могут выразить свое мнение о новостях. Благодаря развитию технологий открытые платформы новых медиа предоставляют людям достаточно свободное пространство для выражения своего мнения.

Взаимодействие между аудиторией и автором становится наиболее распространенной особенностью, которая позволяет не только комментировать, ставить лайк и пересылать информацию. Приложение разработало новый метод участия аудитории. Например, в канале прямой передачи на приложение “Sohu новости”, когда ведущий транслирует события, аудитория может общаться и выражать свое мнение одновременно; приложение “Paper” также обеспечило специальную платформу для общения с аудиторией, на которой специалисты отвечают на вопросы аудитории.

Интерактивность новых медиа, с одной стороны, отражает то, что китайское правительство обращает большое внимание на свободу слова, с другой стороны, отражает пробуждение и повышение гражданского сознания. Такой процесс можно назвать проявлением свободы общественного мнения, а также основой развития общества.

(б) Своевременность

Благодаря зрелости технологий спутниковой связи и развитию интернет-технологий распространение информации больше не ограничено временем и местом, и можно мгновенно передавать в Китай информацию о событиях, происходящих за рубежом. Это обеспечивает своевременность новостей. В эпоху традиционных средств массовой информации люди получают новости главным образом через газеты, радио и телевидение. Между возникновением и сообщением новостных событий всегда бывает разница во времени. Из-за влияния расстояния и коммуникационных технологии на радио, синхронизация передачи и приема информации также не может быть достигнута. Несинхронный процесс передачи и получения информации более очевиден в теленовостях. В эпоху новых медиа люди через новостные приложения могут легко получить всю информацию в реальном времени, что влияет на своевременность получения новостей.

Новостные мобильные приложения с помощью передовых технологий собирают информацию из различных источников новостей, перепечатывают текстовую информацию из традиционных печатных средств массовой информации и высококачественных видео-ресурсов, из традиционных

телевизионных средств массовой информации, с помощью мощного поискового механизма в мобильном интернете собирают горячие новостные ресурсы из крупных новостных сайтов. Некоторые новостные мобильные приложения автоматически обновляются в течении каждых пяти минут один раз, чтобы пользователи могли всегда быть в курсе последних новостей и информации.

Некоторые мобильные новостные приложения с помощью интеллектуальной программы без ручного просмотра могут отправить горячие новости на мобильные телефоны пользователей, что позволяет пользователям получать новости в первые минуты их освещения в СМИ. Это особенно важно в случае чрезвычайных ситуаций, таких, как неожиданные бедствия, погодные условия и т.д. Пользователь может принимать такую информацию, которая быстро распространяется в первые минуты, знать в режиме реального времени тенденции, следить за развитием событий и готовиться к стихийным бедствиям.

(в) разнообразие формы сообщений

Сообщения мобильных новостных приложений объединяют различные формы, такие, как текст, звук, изображения, Flash и видео. Большинство новостных мобильных приложений создали раздел видео, то есть предоставило возможность после сообщений добавить видео или аудио, что делает формы информации более разнообразными.

Например, специальное сообщение на “NetEase новости” «Французский террористический акт в Париже» включает в себя прессу, а

также фотографии, видео-интервью, прямую трансляцию, т.е. объединение зрительного и слухового восприятия, обеспечивая тем самым своевременную всестороннюю передачу аудитории последней информации о терактах в Париже.

(3) По каким каналам?

Новостное мобильное приложение развивается на основании мобильных терминалов. Но по сравнению с другими традиционными медиа или новыми медиа в эпоху Web1.0, новостные мобильные приложения имеют некоторую отличительную особенность в процессе распространения информации — посредством анализа данных рекомендовать аудитории сообщения в соответствии с интересами пользователей.

Такой новый феномен возникает в контексте больших данных. Теперь почти все новостные приложения имеют опции «интересного типа новостей», и доставляют пользователям новости по интересам. Таким образом, информация, полученная аудиторией, персонализирована и соответствует личным интересам, что сокращает время выбора информации. Приложение “Today headline” является более показательным среди других приложений в отношении персонализированной подписки, так как пользователям приложения “Toutiao” не надо ставить галочку рядом с интересующими типами новостей: приложение самостоятельно анализирует поведение пользователя и передает информацию.

(4) Кому?

Поскольку информационный формат традиционных СМИ в основном

является текстовым, аудитория должна обладать определенными навыками грамотности для понимания информации. Однако, поскольку новые медиа объединяют различные формы коммуникации, такие как прессу, изображения, видео и мультфильмы, сложность понимания информации значительно сократилась. Поэтому можно сказать, что развитие новостных мобильных приложений значительно увеличивает возможность доступа каждого человека к информации. Независимо от уровня образования каждый человек может узнать о последних новостях, происходящих в разных местах в мире. Это сыграло позитивную роль в повышении степени цивилизации в обществе.

Традиционные средства массовой информации распространяют информацию, рассчитанную на широкий охват пользователей. Однако они не акцентируют внимание на интересах. Их целью является привлечение большего количества пользователей. Поскольку индивидуализация аудитории становится все более очевидной, или возрастает различие интересов между разными людьми, спрос на информацию у аудитории диверсифицирован. Особенно очевидно различие между потребностями элиты и простых людей. Поэтому некоторые новостные приложения начали ориентироваться на определенную группу людей и предоставлять новости в определенной области. Например, целевая аудитория приложения “Paper” является образованными людьми, потому что его политические новости требуют, чтобы аудитория имеет высшее образование. Аудитория приложения “Caixin”, очевидно, является элитой, потому что

профессионализм финансового контента требует более высокого уровня знаний пользователей.

Индивидуализация новостного мобильного приложения соответствует потребностям аудитории. Это позволяет быстро и точно находить нужную информацию для аудитории и сокращать время для поиска информации.

(5) С каким эффектом?

По мнению немецкого социолога Юрген Хабермаса, должно быть общественное пространство между государством и обществом, где люди могут свободно выражать свои взгляды без вмешательства правительства. Люди здесь выражают свое мнение, и затем формируется общественное мнение и общественная воля, которые защищают интересы граждан. Мобильное новостное приложение предоставляет такое общественное пространство, где аудитория может свободно выражать свое мнение. Такое мнение формирует общественное мнение, что влияет на повестку дня СМИ и даже на государственную политику. Это также является проявлением внимания средств массовой информации к мнению аудитории.

В традиционных средствах массовой информации существует четкое различие между новостями и рецензией. Но в новостных мобильных приложениях зрители могут выразить свои собственные комментарии к новостям, при этом формируется общественное мнение. Влияние общественного мнения велико, и СМИ должны обратить на это внимание. Многие новостные приложения показывают новости по степени их отнесения к спорным новостям. Это значит, что мнение аудитории усилило

влияние новостей и, таким образом, привлекло внимание СМИ.

Новости в новостном мобильном приложении отличаются от новостей традиционных СМИ. Эти особенности имеют положительное значение для аудитории, средств массовой информации и общества.

2.4. Анализ рынка и аудитории новостных мобильных приложений в Китае

По данным iiMedia Research, ведущего глобального агентства по анализу данных, в конце четвертого квартала 2017 года число пользователей мобильных новостных приложений в Китае составило 636 миллионов. Новостные мобильные приложения занимают второе место по популярности по сравнению с другими типами приложений.¹⁸

Мобильное новостное приложение является новым продуктом развития интернет-технологий в XXI веке. Благодаря популяризации смартфонов и быстрому развитию мобильного Интернета жизненные привычки людей и привычки к чтению претерпели разрушительные изменения по сравнению с прошлым: от своевременных телевизионных новостей до мобильного видео, которое можно передавать в любое время, от бумажных книг до электронных книг, от подписок на газеты до браузеров и текущих мобильных новостных приложений, теперь пользователям необходим только смартфон, чтобы получить всю необходимую информацию. Мобильное новостное приложение

¹⁸ 2017-2018 Отчет по результатам исследования рынка китайских новостных мобильных приложений // iiMedia Research - 2018. -URL:<http://iimedia.cn/60894.html>

стало важным каналом для людей, чтобы получать новости и информацию. Энергию, создаваемую им, нельзя недооценивать, поэтому исследования в данной области также становятся значимыми.

По мнению М. Маклюэна, «средство коммуникации является сообщением». Это предложение получило лучшее объяснение в эпоху мобильного Интернета. Теперь, если у нас есть мобильный смартфон, мы можем получить сообщения в неограниченном количестве. Развитие науки и техники принесло нам не только удобство жизни, но и привело нас к изменениям наших жизненных привычек. Все больше молодых людей уже не привыкли слушать радио, смотреть телевизор и читать газеты и журналы, используя традиционные СМИ. Все это можно сделать легко с помощью только одного мобильного смартфона. Мобильные новостные приложения действительно упрощают нашу повседневную жизнь. Эти привычки также способствовали бурному росту числа новостных приложений и постепенной замене сайтов портала. Уже в мае 2014 года «Отчет об анализе рынка мобильных новостных приложений», опубликованный Исследовательским институтом Sootoo, показал, что «мобильное новостное приложение перегнало Weibo, WeChat, новостные сайты, телевидение, сайты SNS, газеты, журналы и радио, и стало первым каналом для людей при получении новостей и информации»¹⁹.

Если мобильное новостное приложение установлено на мобильном телефоне, то можно получить любую информацию через Интернет в любое

¹⁹ Отчет о анализе рынка мобильных новостных приложений // Исследовательский институт Sootoo - 2014. -URL: <http://www.sootoo.com/content/535482.shtml>

время в любом месте, или можно заранее скачать новости, чтобы читать их оффлайн, также можно сохранить интересные статьи, чтобы иметь важную информацию под рукой. Форма сообщения – это не только текст, но и изображения, видео, аудио и другие формы. В то же время различные разработчики программ начали привлекать новые технологии и методы управления для различных потребностей пользователей. Появление мобильных новостных приложений оказало огромное влияние на традиционные средства массовой информации. Традиционные средства массовой информации стремятся развивать свои собственные новостные приложения, чтобы адаптироваться к постоянно меняющемуся рынку новых медиа.

Нами был проведен анкетный опрос в Интернете, чтобы проанализировать потребность пользователей в новостном мобильном приложении в Китае. В опросе приняли участие 221 респондента.

По результатам опроса доля пользователей новостных мобильных приложений в возрасте от 18 до 29 лет составляет 89,59%; пользователей до 18 лет — 1,36%; пользователей от 30 до 39 лет — 6,33% ; пользователей от 40 — 2,71%. Данные показывают, что молодёжь является основной аудиторией новостных мобильных приложений. С одной стороны, молодые люди достаточно любознательны, интересуются происходящими вокруг событиями, готовы принять и попробовать что-то новое, больше всего нуждаются в массовой информации. С другой стороны, молодые люди также являются основной группой пользователей смартфонов. Эти два фактора

приводят к тому, что молодые люди являются основной аудиторией новостных мобильных приложений.

Доля пользователей новостных мобильных приложений, которые получили высшее образование, составляет 70,03%. С одной стороны, высокообразованные люди заинтересованы в получении необходимой информации, чтобы знать о тенденциях развития общества, поэтому они активно используют новостное мобильное приложение и принимают активное участие в обсуждении. С другой стороны, высокообразованные люди имеют преимущество в мотивации к обучению, что помогает принимать и понимать различные функции мобильных новостных приложений.

Среди пользователей новостных мобильных приложений доля студентов составляет 40,77 %. Студенты имеют относительно больше свободного времени. В то же время студентам также нужно много информации, чтобы понять принципы общества, в котором они пытаются совершать самостоятельные значимые поступки. Эти причины приводят к тому, что студенты являются самой большой группой пользователей новостных мобильных приложений.

В результате опроса стало очевидным, что большинство (55%) пользователей используют новостные мобильные приложения более года. 41,63% пользователей устанавливают одно новостное мобильное приложение на своём смартфоне, 43,44% устанавливают два. Новостное мобильное приложение предоставляет медиаконтент в большом количестве, а

медиаконтент, который предоставляется разными приложениям, достаточно схожи. Поэтому одно или два новостных мобильных приложения могут в полной мере удовлетворить потребности пользователей в получении необходимой информации.

Исследование показывает, что пользователи используют новостные мобильные приложения обычно в течение 18 - 22 часов, т. е. в свободное время после работы или учёбы. 80,54% пользователей используют новостные мобильные приложения чаще всего дома, что соответствует часу пик использования новостных мобильных приложений. Кроме того, многие люди используют новостные мобильные приложения в транспорте, на месте работы и учёбы, или в общественных местах. Результаты показывают, что в настоящее время ритм жизни достаточно быстрый, и многие люди предпочитают использовать новостные мобильные приложения для того, чтобы с пользой тратить свое свободное время. Поскольку мобильные устройства можно носить с собой, пользователи могут свободно читать новости в любом месте, где они могут подключиться к Интернету. Таким образом, у аудитории нет определённого времени и места чтения. Они полно и эффективно используют свободное время для получения разнообразных новостей; перерыв на обед и время перед сном – это часы пик использования приложений.

По результатам опроса большинство пользователей (81,45%) предпочитают приложения, создаваемые интернет-порталами. 47% пользователей используют приложения, создаваемые традиционными СМИ.

56,7% пользователей используют агрегатное новостное мобильное приложение. Данные показывают, что по сравнению с другими типами новостных мобильных приложений приложения, создаваемые интернет-порталами, более популярны.

75,11% пользователей узнают через новостные мобильные приложения социальные новости. 64,25% пользователей — политические новости. 55,2% пользователей — развлекательные новости. 46,61% пользователей — международные новости.

2.5. Бизнес-модели китайских новостных мобильных приложений

В эпоху быстрого развития Интернета количество информации неуклонно растет: информация уже не в дефиците, а в избытке. При этом наблюдается относительно редкое внимание пользователей к получению большего количества информации. Только привлекая больше внимания людей, создатели приложений могут получить больше прибыли. Основанные на этом принципе новостные мобильные приложения исследуют привычки чтения пользователей с помощью технологии больших данных, дают точные рекомендации по новостям для пользователей и привлекают внимание аудитории.

Из анализа рынка новостных мобильных приложений в предыдущем разделе мы видим, что у них огромное количество пользователей. В эпоху мобильных новостных приложений привычки, место и способа чтения

пользователей сильно изменились. Из анализа пользователей новостных мобильных приложений мы видим, что пользователи предпочитают читать новости в фрагментарное время и уделяют больше внимания собственной степени участия в процессе чтения.

Мобильные новостные приложения являются не только носителем информации, но каналом для пользователей при взаимодействии с информацией. Для мобильного новостного приложения трафик пользователя влияет на его доход. Чем больше трафика оно имеет, тем больше прибыль может получить, соответственно, в определенной степени приложения обладает большим коммерческим потенциалом.

(1) Стратегическое позиционирование мобильных новостных приложений

Термин «позиционирование» появился в 1982 году. Его ввели в маркетинговый лексикон Эл Райс и Джек Траут в своей книге «Позиционирование: битва за узнаваемость». Позиционирование – маркетинговая задача определения места (позиции) нового товара (услуги) в сознании потребителя. Разработка маркетингового позиционирования – деятельность, базирующаяся на особом представлении товаров потребителю, отличающихся от предложенных конкурентами. Стратегическое позиционирование предприятия предполагает не только правильный выбор рыночной позиции, но и выбор направления дальнейшего развития.

Мобильное новостное приложение как новое явление действительности находится на этапе осмысления использования

позиционирования для укрепления позиции на рынке среди конкурентов. Его стратегическое позиционирование определяет, какие продукты и услуги оно будет предоставлять пользователям.

Люди называют мобильные новостные приложения «средствами массовой информации под рукой», подчеркивая их мобильность. Мобильный телефон может удовлетворить потребности людей в том, что в любой момент зайти в Интернет и прочитать самые свежие новости по самым разнообразным темам. Это не только снижает временные затраты людей на чтение новостей, но также нарушает ограничения времени и места, делая людей более свободными в процессе получения информации. Так как стратегическое позиционирование мобильных новостных приложений заключается в том, что, используя его мобильность, оперативность, оно соответствует привычкам людей к чтению в любом месте и в любое время.

Кроме этого, что касается содержания, стратегическая позиция мобильных новостных приложений заключается в предоставлении пользователям новостей, которые объединяют текст, изображения видео и другие формы информации, что делает новости более всеобъемлющими источниками информации, и удовлетворяет разнообразные потребности людей в области новостных сообщений.

Что касается услуги мобильных новостных приложений, во-первых, операторы мобильных новостных приложений используют технологии больших данных для анализа поведения пользователя в чтении, а затем передает пользователю соответствующую информацию, которую собирают в

Интернете в соответствии с интересами пользователей. Многие мобильные новостные приложения в данное время предлагают пользовательские функции автоматической настройки категорий в зависимости от предпочтений пользователя и функции push-уведомления. Во-вторых, социальная функция мобильных новостных приложений более очевидна. Когда пользователи изначально используют их, они могут выбрать использовать учетные записи QQ, WeChat, Weibo и другие записи и регистрировать их, чтобы упростить процесс регистрации пользователя. Как только пользователь регистрируется с этими учетными записями социальной сети, приложения будут автоматически связывать друзей пользователя, и пользователь может взаимодействовать с друзьями или незнакомцами при использовании приложений. В-третьих, у каждого пользователя мобильного телефона есть свои индивидуальные. Мобильные новостные приложения уделяют больше внимания персонализации и диверсификации дизайна интерфейса и настройки рубрик.

(2) Операционная стратегия мобильных новостных приложений

В настоящее время на рынке мобильных новостных приложений наблюдается жесткая конкуренция: на рынке представлены разнообразные продукты. Операция мобильных новостных приложений играет важную роль для их развития.

(a) Контентная эксплуатация

Благодаря непрерывным инновациям науки и техники новые технологии постоянно применяются ко всем областям, и те же новые медиа

становятся основным каналом распространения информации. Однако независимо от того, как меняется носитель информации, качество новостного контента по-прежнему остается важным фактором для выбора пользователем канала приема новостей. В век информации с появлением технологий больших данных и изменением идей не только традиционные профессиональные журналисты могут создавать новости. Разнообразные способы производства новостей делают содержание новостей более богатым. Контентная операция каждого мобильного новостного приложения также имеет свои собственные характеристики. В настоящее время существует, главным образом, три способа производства новостей для мобильных новостных приложений: пользователи создают контент; профессиональные журналисты создают контент; технология больших данных создает контент.

Пользователи создают контент следующим образом: пользователь может публиковать новостной контент на платформе мобильных новостных приложений по желанию. То, что они публикуют, может быть их комментарием к новостным событиям, или к тому, что происходит вокруг пользователя. Наиболее типичным представителем является приложение «NetEase новости». Особенностью приложения «NetEase новости» являются комментарии пользователей. Мы часто видим, что некоторые пользователи говорят в комментарии: «Мы не создаем новости, мы их комментируем». С активным развитием Интернета у каждого пользователя появился «микрофон» в руках, а также свобода слова. Если вы привыкли к регулярным новостям, то иногда смотреть то, что пользователи публикуют, бывает

достаточно интересно.

Контент, созданный профессиональными журналистами, является наиболее распространенным источником новостного контента. В Китае многие традиционные средства массовой информации и новостные порталы, такие как Жэньминь жибо, Sina и т. д., применяют такой способ производства новостей. Мобильные новостные приложения, создаваемые традиционными СМИ и новостными порталами, напрямую перепечатывают содержание своих печатных СМИ или содержание на портале. Обычно эта информация является авторитетной, при этом легко завоевать доверие пользователей.

Технология больших данных создает контент. Такой процесс связан с тем, что мобильные новостные приложения с помощью технологии больших данных анализируют поведение пользователей, собирают новостной контент из различных источников, и рекомендуют новости в соответствии с интересами пользователей. Самым представительным является приложение “today headline”, которое автоматически собирает, форматирует и рекомендует новости в соответствии с привычками и предпочтениями чтения зрителей.

(б) Пользовательская эксплуатация

При выборе каналов распространения информации пользователи предпочитают выбирать канал с более высоким качеством информации и большом количеством информации. В эпоху информации на рынок постоянно поступает огромное количество информации. Традиционные средства массовой информации и различные новостные сайты обновляют

новости в режиме реального времени, предоставляя пользователям массовую новость. Пользователь не в состоянии освоить весь объем предложенной информации. Пользователи не хотят тратить много усилий для получения того, что они не хотят знать. Они обращают внимание только на важную информацию, которая им необходима. Мобильное новостное приложение может помочь отфильтровать в большом количестве информации ценную новостную информацию, которую пользователи хотят знать. В настоящее время мобильные телефоны быстро заняли прочное место на рынке технологий благодаря портативности и удобству в использовании, поэтому число пользователей мобильных телефонов постоянно растет. Пока у вас есть смартфон, вы можете скачать и установить новостное мобильное приложение бесплатно, что очень удобно. Рыночная конкуренция мобильных новостных приложений становится все более ожесточенной. В настоящее время как увлечь лояльность потребителей очень важно.

Пользовательские операции связаны с тем, что операторы должны серьезно относиться к опыту пользователя. Мобильные новостные приложения стараются разработать оптимальный интерфейс, надеясь сначала визуально привлечь внимание пользователей. Потом предоставляют пользователям больше свободы. Мобильные новостные приложения в данное время становятся все более эргономичными. Они полностью учитывают психологию пользователя в процессе вёрстки и выборе рекламы, уделяют большое внимание индивидуальным потребностям пользователя в настройках. Например, пользователь может выбрать размер шрифта в

соответствии с его собственными потребностями и интересами. С учётом трафика многие мобильные новостные приложения имеют функции автономной загрузки, или пользователи могут сам решить, загружать ли фотографии в соответствии с их конкретными условиями. Они учитывает как можно больше деталей, таких как: пользователи могут выбирать в соответствии со своими привычками период времени для push-уведомления; предоставлять пользователям настройки ночного режима, уменьшать яркость, чтобы не раздражать глаза пользователя и так далее.

В настоящее время мобильные новостные приложения сотрудничают со многими социальными сетями, такими как WeChat, Weibo и QQ. С одной стороны, пользователи используют эти учётные записи для регистрации, и система автоматически формирует список друзей пользователя. Затем пользователи могут перепечатывать информацию или делиться ей со своими друзьями, что улучшает процесс коммуникации. С другой стороны, пользователи могут также взаимодействовать с незнакомыми людьми. Ниже раздела с новостями обычно имеется блок с комментариями, где пользователь может публиковать свое собственное мнение о новостях или мнение относительно позиций других пользователей. Приложение “NetEase новости” активно применяет данную функцию. Пользователи могут через опубликование комментариев общаться друг с другом, создать виртуальное сетевое сообщество. Комментарии пользователей делают новости более богатыми и интересными.

(в) Эксплуатация продукта

Для мобильных новостных приложений как новая явления действительности продвижение продуктов имеет важное значение. В настоящее время существует примерно два способа продвижения. Во-первых, продвигать через рекламы или акции, через которые люди получают награду при сканировании QR-кодов. Во-вторых, продвигать через сотрудничество с операторами мобильных телефонов, чтобы установить мобильное новостное приложение до выхода с завода, или порекомендовать установку приложений в магазинах.

Традиционные средства массовой информации обычно верстают информацию в соответствии с важностью новостей, которые они сами оценивают. Такой способ влияет на внимание людей, обращенное к новостям и доверие к новостным событиям. Появление Интернета нарушило традиционное мышление людей. Пользователи могут искать новости в соответствии с их собственными потребностями и иметь возможность делать выбор. Однако энергия пользователя ограничена, и очень трудно для пользователей найти нужную информацию в большом количестве предлагаемой информации. В соответствии с этим разработчики мобильных новостных приложений установили функции рекомендации заголовков, чтобы предлагать пользователям самые свежие заголовки.

Кроме этого, существует персонализированная функция рекомендаций, которая использует технологию больших данных для анализа поведения пользователя, географического положения и т. д., быстро извлекает привычки и интересы пользователя при чтении. Затем на основе этих данных

мобильные новостные приложения автоматически рекомендуют пользователю новости, которые они хотят знать. Таким образом, пользователи открывают любой сайт или новостное мобильное приложение и могут получить много информации. Однако пользователи не хотят, чтобы информация была доступна в большом количестве, напротив, хотят получить информацию, которую они хотели знать и которая соответствует их потребностям. Самым представительным является приложение “Today Headline”, которое эффективно развивает метод индивидуальных рекомендаций. Приложение “Today Headline” полностью перевернуло традиционный способ распространения новостей, который опирался на точный алгоритм машины. Согласно стратегии эксплуатации приложения “Today Headline” пользователь позиционируется в течение 5 секунд, через 10 секунд выбирается информация, которую пользователь хочет знать, затем приложение предоставляет данную информацию пользователю.

(3) Способы получения доходов

Мобильные новостные приложения охватили большое количество пользователей благодаря высококачественным продуктам и услугам. Они улучшают лояльность пользователей благодаря персонализированной настройке и персонализированным рекомендациям. Затем в зависимости от активности пользователей и количества кликов они получают прибыль. В настоящее время существуют три основных метода получения прибыли: реклама, электронная коммерция и дополнительные услуги.

(a) Реклама

Профессиональная аналитическая компания EMarketer в 2015 году провела опрос о рекламе во всем мире и составила статистику. Анализируя данные, компания сделала следующий прогноз: в этом году мировые инвестиции в мобильную рекламу, как ожидается, достигнут 100 миллиардов долларов, что примерно в три раза больше, чем в 2013 году. Раньше также проводился статистический анализ рекламы в Китае. Согласно данным опроса, общий доход от мобильной рекламы в Китае занимает второе место в мире, в котором доля мобильной рекламы в Китае составляет около одной пятой в мире. Согласно его прогнозу, инвестиции рекламодателей в китайскую мобильную рекламу в 2016 году, вероятно, достигнут 22,1 миллиардов долларов, что в три раза больше, чем в 2014 году.

В контексте больших данных реклама на мобильных новостных приложениях более эффективна. Мобильные новостные предложения обычно с помощью передовых технологий анализируют модели мобильного телефона пользователей, местоположения пользователей, тип новостей, которые они часто просматривают и т.д. Затем определяют покупательную способность и интересы пользователей и создают персонализированную рекламу, что помогает получить больше прибыли. Согласно отчету о поведении пользователей Интернета в Китае, причина, по которой большинство пользователей принимает мобильную рекламу, заключается в том, что она может предоставить им в любое время и в любом месте больше информации об акциях и скидках. Это очень удобно: реклама может помочь пользователям найти дополнительную информацию о продукте и стать

методом понимания тенденций развития рынка. Реклама на мобильных новостных приложениях, скорее всего, позволяет пользователям повысить уровень симпатии к бренду, при этом играет определенную роль в принятии решений о покупке.

В настоящее время существуют четыре распространенные формы рекламы для мобильных новостных приложений: полноэкранная реклама, баннер, нативная и скрытая реклама.

Полноэкранная реклама появляется, когда пользователь открывает мобильное новостное приложение. Такая реклама занимает весь экран приложения, и продолжается в течении 5 секунд. В содержании рекламы обычно имеется информация об автомобилях, недвижимости и туризме. Такая реклама отличается от других видов рекламы: она является обязательной, ее нельзя отключить. Пользователям необходимо подождать несколько секунд, прежде чем использовать мобильное новостное приложение. Такая реклама краткая и видна всем пользователям. При этом именно такая реклама может обеспечить хороший результат применения рекламы и приносит неплохой доход.

Баннер: когда пользователь открывает приложение, реклама появляется в верхней или нижней части экрана, занимая очень мало места. Такую рекламу легче отключить: пользователь может закрыть ее в том случае, если она не представляет интерес.

Нативная реклама появляется в ленте новостей между новостями в соответствии с интересами пользователей. Такие рекламные блоки не могут

быть отключены. Пользователи могут выбирать – просматривать ее или нет.

Скрытая реклама обычно вставляется в новостной контент, который читает пользователь. При этом к контенту рекламы будет более высокое требование, чтобы пользователи не могли понять истинных намерений рекламодателей в процессе просмотра рекламы, при этом воспринимали такую рекламу как обычную новость. Мобильное новостное приложение анализирует поведение пользователя и его интересы с помощью технологии больших данных и тем самым выбирает необходимую рекламу. Такая реклама незаметно влияет на поведение пользователя на покупке.

(б) Электронная коммерция

Мобильные новостные приложения с помощью технологии LBS (Location-based service) определяют текущее местоположение мобильного телефона пользователя, находят и рекомендуют интересные продукты и развлекательные места вокруг пользователя. Они также помогают продавцам находить потенциальных пользователей. В настоящее время электронная коммерция стала выгодным способом для клиентов мобильных новостей. В настоящее время электронная коммерция стала одним из способов получения доходов для мобильных новостных приложений. Некоторые компании электронной коммерции начали сотрудничать с мобильными новостными приложениями, такими как Taobao, Mogu Street, Meilishuo и т. д. Аккредитация компаний электронной коммерции является, по сути, их рекламой. Мобильные новостные приложения используют большие данные для анализа пользователей, предоставляют целенаправленную рекламу

пользователям и соответствующие ссылки на сайты, что повышается точность доставки рекламы, при этом повышается потенциальная ценность пользователей.

(в) Дополнительные услуги

Дополнительные услуги являются новым способом получения доходов для мобильных новостных приложений, которые предоставляют дополнительные услуги пользователям в зависимости от их характеристик и потребностей. Существует два типа общих дополнительных услуг: один для компаний, а другой для пользователей. При этом получение прибыли зависит от трафика пользователей и предприятий.

Дополнительные услуги для компаний направлены на официальную учетную запись компаний, предоставляют услуги аутентификации компаний, функцию массовых рассылок их подписчикам.

Кроме предоставления новостей пользователям, мобильные новостные приложения также стремятся разработать дополнительные услуги для пользователей. Например, некоторые мобильные новостные приложения предоставляют платную подписку, то есть взимают плату за какой-то уникальный и высококачественный контент, который пользователи могут видеть только после оплаты.

Вывод

По сравнению с другими каналами, источники новостей новостных мобильных приложений более разнообразные, информации более богатые,

более привлекательным является то, что пользователи могут по своим интересам подписать рубрики. Новостное мобильное приложение стало важным средством получения информации. Новостные мобильные приложения, как новая среда распространения информации, имеют огромный потенциал развития на медиарынке. Благодаря непрерывному развитию технологий будущее мобильное новостное приложение станет более интеллектуальным и персонализированным, функция будет более совершенной, и конкуренция будет более интенсивной.

Глава 3. АНАЛИЗ ПРИМЕРОВ

3.1. Приложение «Жэньминь Жибао»

В эпоху мобильного Интернета, когда влияние традиционных СМИ на формирование общественного мнения в Китае существенно ослабело, наша власть, с одной стороны, активно регулирует новую информационную сферу, а с другой – пытается влиять на нее. Так, 18 августа 2014 года лидер КНР Си Цзиньпин на 4–м совещании руководящей группы ЦК КПК по всестороннему углублению реформ высказался за развитие конвергенции традиционных СМИ и новых медиа. Он, в частности, призвал приложить общественные силы к созданию разнообразных онлайн СМИ. Речь шла о создании нескольких медиагрупп нового типа, которые бы обладали политическим влиянием и пользовались общественным доверием. Выступление Си Цзиньпина послужило сигналом для начала нового этапа трансформации китайской медиасферы. Именно после этого, мобильный Интернет стал играть более существенную, чем когда–либо, роль в развитии СМИ.²⁰

«Жэньминь Жибао» – одна из ведущих газет в мире и самая влиятельная в КНР, является официальным печатным изданием Центрального комитета Коммунистической партии Китая. В июне 2014 года

²⁰ Цзя Лэжун Новый этап трансформации китайских традиционных СМИ: влияние мобильного интернета // В сборнике: Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия // Уральский федеральный университет -2016

официально вступило в работу новостное мобильное приложение «Жэньминь Жибао». Это важный шаг редакции по ускоренному продвижению совместного развития традиционных и новых средств массовой информации на фоне радикальных изменений в сфере СМИ. В последние годы продолжается конвергентное развитие газеты «Жэньминь Жибао». За три года китайскую версию приложения скачали уже 200 млн пользователей.

В настоящее время приложение «Жэньминь Жибао» имеет четыре основные раздела: «Новости», «Прямая трансляция», «Дело правительства» и «Я». Раздел «Новости» включает 18 рубрик, и вы также можете добавить рубрику местных новостей по местоположению пользователя. 18 рубрик состоят из: новостей, комментариев, задать вопрос, газета, путешествия, радио, картинки, видео, общественное благосостояние, социальная сфера, финансы, культура, образование, здравоохранение, военное дело, наука и техника, автомобилестроение и недвижимость. Раздел «Я» предоставляет пользователям услуги заказа еды, билеты в кино, аренда гостиницы и развлечения.

В рубрике «Новости» приложение предоставляет для читателя авторитетные новости. В рубрике «Комментарии» приложение «Жэньминь Жибао» собирает наиболее уникальные комментарии, представляя авторитетные точки зрения. В рубрике «радио» предоставляет новости в радиформате или в виде подкастов, тексте и изображений. В рубрике «задать вопрос» пользователи могут вступить в переписку с местными представителями власти. Эта рубрика позволяет вести диалог между

правительством и населением. В рубрике «газета» пользователь может читать выпуски газеты «Жэньминь Жибао» на мобильном телефоне. В то же время, пользователям предоставляется доступ к архиву газеты, что позволяет им читать газету именно в то время, когда это удобно самому читателю.

Приложение «Жэньминь Жибао» в полной мере использует свои преимущества как партийное СМИ и своевременно освещает деятельность правительства через раздел «Дело правительства», предоставляя людям более удобную платформу административного контроля за властью и оказываемыми ими услугами для людей. В настоящее время платформа «Дело правительства» открыта только для партийных и административных органов, университетов, крупных компаний и СМИ. Этим разделом активно пользуется около 1400 компаний. Это позволяет пользователям самостоятельно подписываться на информацию из интересных им источников и своевременно получать оперативные новости, а также этот раздел предоставляет авторитетную платформу для публикации информации от имени учреждений и организаций. Среди официальных аккаунтов государственных учреждений абсолютными рекордсменами по количеству подписчиков можно безоговорочно считать «Верховный народный суд» и «Верховная народная прокуратура» с их 10 миллионами человек у каждого. В рубрике «Верховный народный суд» опубликованы некоторые положения Верховного суда и информация о судебных делах, которые находятся сейчас в разработке. Наиболее интересные и познавательные судебные процессы публикуются во вкладке «Газета народных судов». Это позволяет населению

Китай повышать свою юридическую грамотность. Массовая коммуникация играет важную роль в передаче правильных ценностей обществу. В качестве голоса народа и представителя СМИ, в качестве продолжения газеты «Жэньминь жибао» в эпоху мобильного Интернета, приложение «Жэньминь Жибао» должно хорошо распространять мнения партии и правительства. Приложение «Жэньминь Жибао» стремится задавать направление общественного мнения, предоставляя пользователям «высококачественные новости», и стремится стать влиятельной платформой аккумуляции информации.

Роль авторитета для общественного мнения формируется благодаря следующим аспектам: во-первых, содержание получено из авторитетных газет, веб-сайтов и официальной информации от правительства, что обеспечивает её достоверность и оперативность. Во-вторых, редакторы «Жэньминь Жибао» стремятся форматировать контент так, чтобы он был понятен всем читателям и пользователям приложения, независимо от их социального статуса или уровня образования. Например, статья «Как доклад премьер-министра влияет на вас и вашу жизнь» был положительно воспринят пользователями. Он успешно объединил официальную повестку новости с повседневной жизнью людей. Кроме того, приложение «Жэньминь Жибао» предоставляет авторитетные комментарии через рубрику «Комментарии», что может помочь пользователям более полно, объективно и рационально реагировать на новостные события. Наконец, приложение «Жэньминь Жибао» предоставляет пользователю Интернета, который

находится в бурном информационно потоке, авторитетные новости и их интерпретацию.

Кроме новостей, приложение «Жэньминь Жибао» предоставляет пользователям социально важную информацию, чтобы повысить лояльность пользователей.

В эпоху мобильного Интернета продвижение приложения очень важно для его развития. Только, когда у приложение большое число активных пользователей, тогда приложение может играть максимальную роль в руководстве общественного мнения. Приложение «Жэньминь Жибао» распространялось с помощью следующих методов: в первую очередь к приложению привлекались читатели газеты «Жэньминь Жибао» и веб-сайта «Жэньминьван». На первой странице газеты «Жэньминь Жибао» есть QR-код для скачивания приложения, и веб-сайт «Жэньминьван» также публикует ссылку для скачивания приложения в конце большинства статей. Во-вторых, были организованы акции для увеличения количества скачиваний. Например, во время Олимпийских игр 2016 года была проведена акция «Угадай Олимпийские игры и выиграй приз». Количество скачиваний было увеличено посредством стимуляции пользователей различными призами. Кроме того, чтобы укрепить возможность местного правительства направлять общественное мнение и повысить положительный эффект распространения информации о работе правительства, некоторые местные чиновники продвигали приложение посредством административных указаний.

Главной задачей приложения «Жэньминь Жибао»— это стать автором самых качественных и актуальных новостей Китая. Самая главная особенность приложения «Жэньминь Жибао» – «авторитет», так как газета «Жэньминь жибао» оказывает сильную поддержку и своевременное предоставляет новости о работе правительства. Приложение «Жэньминь Жибао» использует преимущества газеты «Жэньминь жибао», подчеркивает авторитет, эксклюзивность, оригинальность новостей и ставит высокую планку качества для своих журналистов. С другой стороны, они также воспользовались опытом других новостных приложений на рынке: настроили обратную связь с пользователями, используют передовые медиатехнологии, постоянно оптимизируют дизайн, интерфейс и визуальную часть приложения. Разработчики стремятся создать приложение «Жэньминь Жибао» так, чтобы оно стало лучшей платформой на рынке мобильного Интернета для предоставления пользователям авторитетной информации и стать надежной и влиятельной информационной платформой.

Основным источником дохода приложения «Жэньминь Жибао» сейчас является реклама. Реклама транслируется на страницах с высоким уровнем посещения пользователей, таких как домашние страницы, популярные рубрики.

3.2. Приложение «NetEase Новости»

«NetEase Новости» является новостным мобильным приложением,

которое разработал портал Netease. После того как портал NetEase собрал свою аудиторию, развился в узнаваемый бренд было принято решение создать своё персональное приложение. 22 марта 2011 года приложение «NetEase Новости» было официально выложено в общий доступ для скачивания и с этого момента жителям Китая была предоставлена возможность доступа к новостям 24 часа в сутки. В ноябре 2011 года приложение «NetEase Новости» получило премию в номинации «Лучшее приложение в APP Store в 2011 году». В 2012 году приложение «NetEase Новости» получило премию «Лучшая рекламная платформа среди мобильных СМИ». 9 июля 2013 года компания NetEase объявила, что количество пользователей превысило 120 миллионов, а ежедневное количество активных пользователей достигло 40 миллионов. В Октябре 2015 года на Android World Global Developers Conference приложение «NetEase Новости» получило премию «Самое популярное новостное приложение». К концу первого квартала 2016 года количество пользователей составляет 400 миллионов²¹. На данный момент приложение «NetEase Новости» занимает ведущие места по количеству активных пользователей и популярности.

Особенностями приложения «NetEase Новости», в сравнении с другими новостными мобильными приложениями, можно отметить такие функции как комментарии, голосования и геопозиция – позволяет искать пользователям новости, связанные с местами рядом с ними. Эта функция пользуется большой популярностью.

²¹ Лу Сиа Анализ нынешнего состояния китайских новостных приложений, создаваемые интернет-порталами // Новости Связь -2015 (5) -С32-33

Интерфейс приложения использует белый и красный цвета как основную палитру. Симбиоз этих двух цветов позволяет уменьшить визуальные помехи. У эксклюзивных новостей имеется свой индивидуальный желтый «ярлык». Возле заголовка каждой новости стоит отметка о количестве комментариев. Главное меню состоит из четырёх основных функций — новости, прямая трансляция, темы и «я».

Кроме того, используя функции панели уведомлений на мобильном телефоне приложение «NetEase Новости» каждый день периодически оповещает о горячих новостях. Такая функция позволяет экономить время пользователей, обеспечивает своевременную доставку новостей и дает пользователю возможность держать руку на пульсе в постоянно меняющемся мире.

В разделе «новости» приложения «NetEase Новости» поступающая информация делится по различным рубрикам: развлечения, спорт, финансы и т.д., в общей сложности около 60 рубрик, из которых можно выбрать то, что интересует именно вас. Большое количество рубрик было создано с целью, чтобы пользователи могли найти подходящую информацию более точно и сэкономить время на поиск нужных новостей. Например, приложение «NetEase Новости» разбивает футбольные новости на: Супер, Премьер–Лига, Ла Лига, Серия А, футбол лотереи и т. д.

Разработчики приложения «NetEase Новости» при настройке рубрик придают особое значение их дифференциации и оригинальности. Приложение «NetEase Новости» создало следующие характерные рубрики:

«ежедневный расслабленный момент», «простая энциклопедия», «сегодняшний звук», «развлечение Big Bang», «другая сторона», «трактование данных», «лёгкий разговор новостей», «мини–история», «читатель–писатель» и многие другие²². Эти рубрики являются продуктами вторичной переработки ранее существующей информации. Они объединяют ранее вышедшие новости и вторично обрабатывают их.

Каждый пользователь имеет разные интересы, и они следят за разными новостями. Разработчики «NetEase Новости» учли этот фактор, и на основе разных типов пользователей создало различные интересные рубрики, чем и привлекли много новых пользователей.

«Простая Энциклопедия» — энциклопедическая рубрика, которая отличается от «Baidu» и «360 Энциклопедия» тем, что создана самими интернет–пользователями. Эта рубрика направлена на объяснение новостных запросов, которые аудитория не поняла. Энциклопедия написана людьми для людей и помогает легко повысить интеллектуальный уровень пользователей, что обеспечивает этой рубрике большую популярность от них. Например, 14 ноября 2013 года «Простая Энциклопедия» подробно объясняла новое словосочетание «национальный офис праздника» путём объяснения вопросов «какая организация?», «какой должностная степень служащих?», «какой работой заниматься?»²².

«Сегодняшний звук» — рубрика, в которой аккумулируются самые

²² Ей Бинбин Создание характерных рубрик новостных приложений (на пример Netease News) // 1994-2017 Китайский академический журнал электронный издательский дом - 2017

интересные новости с комментариями лидеров мнений, знаменитостей и политиков.

«Ежедневный расслабленный момент» — основная рубрика приложения «NetEase Новости», которая была создана в 2012 году и пользуется особой популярностью у пользователей. Два раза в сутки выходит большая статья на главную тему дня, которая написана в лёгкой манере разговорного стиля избегая официально–делового повествования, местами разбавленная юмором²³. Зачастую такая статья за несколько часов набирает около миллиона комментариев. Также одной из особенностей этой рубрики стоит отметить, что статьи дублируются на нескольких диалектах Китайского языка (Шэньсиский диалект, Хунаньский диалект, Шанхайский диалект), а также статью можно прослушать в аудио формате. В её содержании не только тексты, но и аудио и диалект. Развлекательный формат позволяет читателям по новому взглянуть на новости.

«Развлечение Big Bang» — оригинальная рубрика, рассказывающая о сфере развлечений. Выходит каждую пятницу, представляя из себя дайджест самых главных событий из сферы развлечений.

«Трактование данных» — рубрика о новостных данных. Создана в январе 2012 года. Представляет собой анализ новостных данных, на основе которых строятся различные информационные графики и таблицы.

Кроме того, приложение «NetEase Новости» рассказывает о важных

²³ Ей Бинбин Создание характерных рубрик новостных приложений (на пример Netease News) // 1994-2017 Китайский академический журнал электронный издательский дом - 2017

мировых новостях, уделяют пристальное внимание и новостям местным. Пользователи могут выбрать интересующие их города и получать только те новости, которые так или иначе связаны с выбранными городами.

Источников информации в современном Китае становится всё больше и больше. Это не только привычное всем телевидение, журналы и газеты, но и новые медиа, такие как Weibo и WeChat. На данный момент 74% новостей поступает из новых медиа, а 26% из традиционных средств массовой информации²⁴.

В традиционных печатных средствах массовой информации главным ограничением было использование бумаги, в новых же СМИ, такого ограничения нет. В общем, приложение «NetEase Новости» — это соединение оригинального контента и современных способов подачи информации.

Приложение «NetEase Новости» всегда уделяет большое внимание интерактивности новостей. После каждой новости стоит счётчик количества комментариев. Приложение «NetEase Новости» является самым первым приложением, которое добавило функцию комментариев.

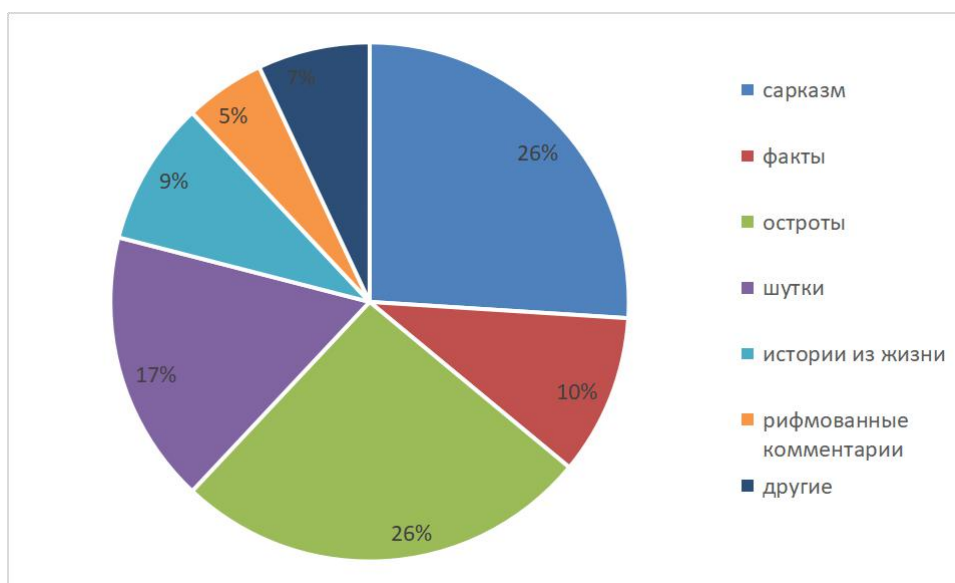
Пользователи могут не только комментировать новости, но и отвечать другим комментаторам, делиться новостями и отмечать наиболее интересные комментарии. В это же время приложение собирает и систематизирует самые интересные и популярные комментарии пользователей, и делает на этой

²⁴ Лу Синьюй Исследование характеристик новостных приложений (на пример Netease News) // 1994-2017 Китайский академический журнал электронный издательский дом - 2017

основе ежедневный и еженедельный рейтинг. Этот способ, позволяет пользователям участвовать интерактивности новостей, стимулирует пользователя с энтузиазмом относиться к написанию комментариев, а также влияет на количество новых пользователей.

По мнению пользователей, если у новости всего несколько десятков комментариев, то эта новость не привлекает внимание аудитории. Соответственно, если количество комментариев новости может достигать тысячи, то эта новость очень популярная и важная. Количество комментариев является самым важным показателем оценки этой новости. Пользователи могут решить по этому показателю, нужно ли тратить своё время на просмотр этой информации. Согласно статистике, каждые 24 часа количество комментариев, написанных пользователями, достигает 28 млн. На данный момент — это средняя цифра каждых суток.

Автор отобрал 100 самых популярных комментариев, сделал статистику и проанализировал их тип.



Из графика видно, что из всех типов комментариев, самое большое

количество занимают саркастические комментарии и остроты.

В настоящее время, жизнь быстро меняется, и у людей всё меньше свободного времени и энергии, чтобы участвовать в активной деятельности. Однако это не мешает пользователям вступать в коммуникацию между собой. Пользователи используют своё свободное время чтобы следить за комментариями других пользователей, описании своих впечатлений и чтение чужих комментариев. Пользователи могут выражать свое личное мнение. Этот способ позволяет точно, быстро и наглядно понимать общественное мнение.

Кроме этого, интерактивность пользователей в комментариях позволяет их авторам выстраивать диалог с читателями, а не просто подавать «холодные» новости для аудитории, и позволяет приобретать социальный опыт общения с незнакомыми людьми.

Приложение «NetEase Новости» является приоритетной площадкой для многих крупные рекламодатели из-за большого количества активных пользователей и большого количества установок. Основной источник дохода приложения — это реклама. Кроме того, приложение использует и другие способы монетизации: покупки за бонусы, электронная коммерция, добавленные услуги, платная подписка и другие выгодные формы. Согласно последней информации о доходах, на сентябрь 2015 года чистая прибыль компании достигла 1,882 млрд. Юаней. Представленным на официальном сайте NetEase, доход от рекламной деятельности составляет 67,6%. Согласно статистическим данным, кликабельность рекламы на приложении «NetEase

Новости» является самым высоким среди всех новостных приложений, достигая 94,7%. Более 35% пользователей более одного раза покупают продукты, которые рекламируются на этой площадке²⁵.

Приложение «NetEase Новости» начало экспериментировать с мобильной рекламой в 2012 году. Первоначально в приложении присутствовала только полноэкранный реклама и баннеры. Позже, с развитием приложения, начали активно использовать нативную и скрытую рекламу. Когда пользователям нравится само приложение «NetEase Новости», они больше расположены к покупке рекламируемых на этой площадке продуктов.

«NetEase Новости» создал раздел покупок за бонусы, где пользователи могут обменять заработанные бонусы на продукты. Пользователи могут получать бонусы за комментарии, голосования и т. д. Товары в этом разделе поделены на три категории: первая категория – виртуальные товары, которые пользователи могут использовать в приложении «NetEase Новости». Вторая категория – игры, билеты в кино и прочее. Третья категория – это реальные товары. Успех раздела покупок за бонусы дал начало развития и внедрения электронной коммерции.

Приложение «NetEase Новости» сотрудничало со многими компаниями в области электронной коммерции для публикации информации о скидках или купонах, чтобы привлечь внимание пользователей.

Дополнительные услуги — это доступ к эксклюзивному контенту и

²⁵ Лу Сиа Анализ нынешнего состояния китайских новостных приложений, создаваемые интернет-порталами // Новости Связь -2015 (5)

платная подписка. Например, «NetEase Новости» берёт плату за доступ к своей самой популярной и оригинальной рубрике «Ежедневный расслабленный момент». Пользователь может использовать бонусы для оплаты выбранного контента или оплатить их онлайн.

3.3. Приложение «Toutiao»

«Toutiao» – это новостное мобильное приложение, которое предоставляет персонализированную информацию для индивидуальных пользователей на основе технологии искусственного интеллекта. Анализируя особенности понравившегося контента пользователю и его взаимодействие с ним, модели алгоритмов «Toutiao» генерируют специально настроенный канал новостей для пользователя.

По состоянию на январь 2017 года Toutiao, в общей сложности, имеет более 700 миллионов пользователей и 175 миллионов активных пользователей ежемесячно. Это почти треть мобильной аудитории поисковика Baidu, четверть китайской аудитории мессенджера WeChat или треть аудитории Instagram. Ежедневно в приложения Toutiao прочитывается 3 млрд заметок. Просмотры видеораздела достигают 1 млрд просмотров. Более 78 миллионов человек ежедневно пользуются Toutiao в среднем по 76 минут, в результате чего каждый день достигается отметка в 1,3 млрд просмотров аналитических статей. Инвесторы рассчитывают, что аудитория Toutiao продолжит расти. Toutiao является крупнейшей в Китае мобильной

платформой для создания, агрегации и распространения контента, подкрепленных техникой машинного обучения.²⁶

В августе 2012 года Beijing ByteDance Technology Co., Ltd. запустила первую версию своего основного продукта Toutiao.

Корпорация ByteDance, которой принадлежит сервис, прямо сейчас прошла очередной рекордный рубеж привлечённых инвестиций — около \$11 млрд. Для сравнения, американский новостной сайт BuzzFeed стоит в семь раз дешевле. В 2014 году Toutiao оценивался в \$500 млн — тогда в компанию инвестировала Sequoia Capital. Годом ранее Юрий Мильнер вложил в ByteDance \$60 млн.²⁷

Toutiao приобрела популярное видеоприложение Flipagram, стартап, базирующийся в Лос-Анджелесе, за нераскрытую сумму в феврале 2017 года. Ожидается, что компания будет расширяться за рубежом через свой новый офис в США в ближайшие месяцы.

Основатель Toutiao Чжан Имин никогда не работал в медиа. По профессии он программист. «Обычному человеку важнее то, что происходит рядом с ним, а не в глобальной политике», — рассказал он. Персонализированный новостной контент — это не новая идея, но, по мнению Чжан Имина, большинство сервисов реализуют её плохо. Они

²⁶ Анастасия Напалкова Медиа будущего по-китайски: Toutiao угадывает интересы аудитории и стоит \$11 млрд // Секрет Фирмы -25 апреля 2017 –URL:<https://secretmag.ru/trends/players/media-budushego-iz-kitaya-toutiao-ugadyvaet-interesy-auditorii-i-stoit-usd11-mlrd.htm>

²⁷ Анастасия Напалкова Медиа будущего по-китайски: Toutiao угадывает интересы аудитории и стоит \$11 млрд // Секрет Фирмы -25 апреля 2017 –URL:<https://secretmag.ru/trends/players/media-budushego-iz-kitaya-toutiao-ugadyvaet-interesy-auditorii-i-stoit-usd11-mlrd.htm>

сначала просят пользователя сделать настройку под себя: выбрать интересные рубрики, подписаться. «Это слишком сложно, и этим пользуются только гики», — считает Имин.

Машинное обучение для улучшения поиска уже давно применяли поисковики, но оно не использовалось так же широко для подбора новостей. Имин попробовал это сделать — и преуспел. Приложение изучает поведение пользователя: какие тексты он читает и как долго, каким постам ставит лайки в социальных сетях. В компании сравнивают настройку приложения с дрессировкой собаки: «Сначала она ничего не знает, а потом становится вашим преданным другом, который знает ваши привычки».

Toutiao не производит собственный контент, а предоставляет платформу для публикации китайским СМИ, блогерам и компаниям, а также агрегирует новости из интернета. У Toutiao нет главного редактора и авторов. Чжан Имин постоянно подчёркивает: мы не СМИ, а технологическая компания. Кроме повышения релевантности выдачи Toutiao учит приложение распознавать комментарии и вопросы и находить на них ответы.

Содержание на платформе Toutiao формируется из разных источников. Сначала большая часть контента бралась из Интернета. По мере расширения Toutiao более 2000 медиа-организаций в Китае начали сотрудничать с Toutiao, публикуя их контент на платформе. Сейчас у 350 000 компаний, блогеров и средств массовой информации, есть собственные аккаунты на Toutiao, и они сами публикуют там свои заметки. Toutiao стала платформой для публикации и распространения информации — как YouTube, только для

новостей. На данный момент более 70% контента, потребляемого на Toutiao, создано на платформе Toutiao²⁸.

Самая большая особенность Toutiao по сравнению с другим новостным мобильным приложением — это то, что каждый человек получает разнообразную информацию. Toutiao использует технологии машинного обучения, чтобы показывать каждому своему пользователю уникальную картину дня. С одной стороны, он может анализировать интересы и предпочтения пользователей через информацию, связанную с зарегистрированной учетной записью социальной сети пользователя. С другой стороны, внутренняя программа будет собирать и анализировать ключевые слова поиска аудитории информации и даже подписки пользователя и время чтения. Затем в соответствии с собранной информацией рекомендует персонализированную информацию для пользователей. По мере того, как пользователи используют приложение, информация, которую он рекомендует другим, также будет в большей степени соответствовать потребностям пользователя.

Став постоянным читателем Toutiao, пользователь начинает получать уникальную картину дня — сервис формирует её согласно его интересам автоматически. Когда пользователь открывает Toutiao, он видит поток из новостей разных рубрик: политика, экономика, культура, наука и техника, спорт, жизнь, развлечения и другие. В Toutiao больше 50-ти рубрик. Интерфейс Toutiao очень прост. В палитре приложения используется всего

²⁸ Лю Юнцзюнь О преобразовании редакционных идей в контексте больших данных (на пример Toutiao) // Широкоугольное издание -2015-9

два цвета – красный и белый. Вёрстка приложения аккуратная. Информация постоянно обновляется, так что пользователь всегда находится в центре новостного потока.

Логотип приложения Toutiao также состоит из белого и красного цветов. Он выглядит очень привлекательным, обладает высокой степенью узнавания и может напрямую привлекать внимание аудитории. Слова «Toutiao», которое с китайского переводится как «заголовок», ясно показывает пользователю, что это информационное приложение. Концепция приложения Toutiao — «Что вам интересно – это заголовок». Сам по себе заголовок не важен, а самое главное – это пользователь. Простой слоган показывает свою основную задачу, а именно удовлетворить запросы пользователя.

Что касается контента, то Toutiao больше всего акцентирует своё внимание на анализе интереса пользователя. Его самая удивительная особенность – персонализированная функция рекомендаций актуальных новостей. На первой странице Toutiao есть раздел «Рекомендации», контент которого обычно не новости, но все темы или содержание, которых пользователи уделяют повышенному вниманию. Новости, которые предоставляет Toutiao, короткие, обычно не более 500 слов, и большинство из них с картинкой, чтобы привлечь внимание пользователя и увеличить трафик.

В приложении Toutiao примерно семь видов рекомендаций. Первый вид рекомендаций: рекомендация статьёй с похожей темой, что является

основным методом рекомендации. Он рекомендует статьи в соответствии с поведением чтения пользователя, чтобы повысить читаемость статей. Вторым видом рекомендаций – по местоположению пользователя. Читатели Toutiao распространяются по всей стране. Приложение Toutiao будет рекомендовать горячие новости, которые происходят в городе, где пользователь живёт, чтобы повысить психологическую близость пользователя, и также улучшить трафик новостей. Третий вид рекомендаций – по ключевым словам. Пользователь может вводить ключевые слова в соответствии с его хобби и интересами в поле поиска. Система будет автоматически рекомендовать новости в соответствии с ключевым словом, введенным пользователем. Четвёртый вид рекомендаций – горячие новости. Приложение Toutiao иногда рекомендует пользователю последние новости, которые популярны в Интернете, но не читаются пользователем. Пятый вид рекомендаций – по социальному отношению пользователя. Обычно пользователи регистрируются через Sina Weibo, QQ или WeChat и другие аккаунты в социальных сетях. Система приложения Toutiao автоматически свяжет друзей пользователя. Когда друзья читают новость, система автоматически собирает данные и своевременно предоставляет пользователю такую же новость. Шестой вид рекомендаций – источники новостей. Например, некоторые пользователи предпочитают новости из правительства или авторитетных веб-сайтов, а некоторые пользователи предпочитают новости из развлекательных веб-сайтов. Приложение Toutiao будет анализировать источники новостей, подсчитывать и выбрать 20 авторов, новости из

которых пользователь часто читают, и затем автоматически рекомендует информацию пользователю. Седьмой вид рекомендаций – по интересу пользователя. Приложение Toutiao анализирует интересы пользователя в соответствии с содержанием, которые пользователь чаще всего читает, и система автоматически рекомендует соответствующую информацию для пользователя.

С одной стороны, содержание на платформе Toutiao формируется из разных источников. Toutiao не выпускает новости. Но он также и не использует свои преимущества для создания собственной платформы, сотрудничает с другими СМИ и создает ссылки новостей из традиционных СМИ. С другой стороны, персонализированные рекомендации соответствуют индивидуальным потребностям людей в современном обществе. Toutiao имеет большой потребительский рынок благодаря персонализированным рекомендациям. Toutiao делает целенаправленные рекомендации на основе анализа пользователей и их поведения. Приложение Toutiao повышает частоту рекомендаций для пользователей, которые чаще принимают рекомендованный им контент. Также приложение оценивает пол, возраст и социальное положение пользователя, основанное на его поведении. Когда наступает «День холостяков», День Святого Валентина, и т.д., приложение будет заранее рекомендовать молодым пользователям нужную информацию о покупках. Для пользователей, которые часто просматривают информацию о функциях мобильного телефона или информацию об автомобилях, приложение будет рекомендовать похожую информацию о продаже

мобильных телефонов или о ценах на автомобиль. Такой метод рекомендации обычно не только улучшает результаты рекламы, но и не вызывает отворачивания пользователей.

Кроме этого, с изменением концепции подачи новостей, Toutiao начали пропагандировать пользователям самим становиться авторами новостей. Например, приложение Toutiao создало разделы «Моя тема» и «Аккаунт Toutiao», что делает контент приложения богаче и привлекает новых пользователей. В разделе «Моя тема» пользователи могут свободно высказывать свое мнение. Также они могут создавать свои собственные темы на этом разделе. Если другим он будет интересна, они могут участвовать и взаимодействовать друг с другом. Toutiao пропагандирует пользователей создавать свой «Аккаунт Toutiao» и публиковать контент там. Toutiao поощряет пользователей, чтобы повысить их активность на платформе.

Рекламу приложение показывает также с учётом пользовательских предпочтений, и сейчас это его основной источник дохода. Особенность приложения Toutiao в том, что оно помимо рекомендации обычных новостей своим пользователям, также рекомендует и деловую информацию. Например, новости, выпущенные корпорациями и компаниями. Приложение строит «пользовательскую базу данных» на основе анализа поведения пользователя и предлагает рекламы в соответствии с интересами каждого пользователя. Например, приложение будет рекомендовать информацию о продуктах, которые пользователи просматривали ранее. 70% пользователей Toutiao моложе 30 лет, и это предпочитаемая аудитория для многих рекламодателей.

Выручка компании по результатам 10 месяцев 2016 года достигла \$900 млн. Toutiao. В конце 2016 года компания заключила соглашение с электронной торговой площадкой JD.com, разрешив пользователям делать покупки внутри приложения.

На данный момент Toutiao сотрудничает с тысячами СМИ и получил сотни миллионов фанатов, что наделяет его огромным коммерческим потенциалом. Когда приложение рекомендует новости, оно создаёт рекламный прецедент для бренда СМИ и привлекает для него новых читателей. В связи с чем возрастает коммерческая ценность этого СМИ и укрепляются взаимовыгодные отношения между приложением Toutiao и Медиа.

Вывод

В этой работе мы рассмотрели три самых популярных новостных приложения Китая: «Жэньминь жибао», «NetEase Новости» и «Toutiao».

Одно из самых популярных китайских мобильных новостных приложений – приложение крупнейшей китайской газеты «Жэньминь жибао». Оно является логичным продолжением бумажной газеты. Оно также распространяет мнение партии и правительства. Это приложение можно назвать самым авторитетным новостным приложением, так как вся информация, появляющаяся в приложении, формируется только из официальных и надёжных источников: правительство, министерства, авторитетные газеты и журналы, что обеспечивает ему безоговорочное

лидерство по таким критериям, как достоверность и оперативность.

Вторым по популярности новостным приложением является «NetEase Новости». Отличительной особенностью этого приложения является наличие таких функций, как комментарии и голосование. Эта функция приобрела большую популярность среди пользователей приложения.

Третье приложение, рассмотренное нами в этой работе, не является новостным мобильным приложением в классическом его понимании. «Toutiao» – это мобильное приложение, которое предоставляет персонализированную информацию, статьи и новости для пользователей на основе технологии искусственного интеллекта. Toutiao не производит собственный контент, а является лишь агрегатором чужих новостей. У приложения нет специально нанятых журналистов и редакторов, но это не мешает ему быть одним из самых популярных новостных приложений.

Глава 4. ПРОБЛЕМЫ НОВОСТНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И РЕШЕНИЕ

4.1. Проблемы новостных приложений

Во время пика развития новостных приложений, разработчики и редакторы столкнулись с такими проблемами, как подражание и сходство, проблемы стандарта и малое количество способов получения прибыли.

4.1.1. Проблемы подражания и сходства

Термин «Сходство» был изначально заимствован из экономической сферы и означает, что продукты, принадлежащие к одной и той же категории, но с разными брендами, имитируют друг друга в отношении качества, дизайна, функций, методов продаж и ценности, так что они имеют одинаковые свойства.

Сходство мобильных новостных приложений значит, что у них есть однородное позиционирование, и новостные сообщения одинаковы с точки зрения контента, стиля и настроек рубрик. Мобильные новостные приложения имеют сходства как во внутренних функциях, так и во внешнем дизайне и услугах. Они имитируют друг друга, и пользователям сложно их различать.

В настоящее время в магазине приложений Apple насчитывается 10020

мобильных новостных приложений и 14100 – в магазине приложений для Android. В предыдущей главе автор вывел три разных типа новостных приложений, которые в настоящее время успешно работают на рынке новых медиа. Каждое из этих трех мобильных новостных приложений имеет свои собственные характеристики и заслуживает признание пользователей. С развитием экономики и общества конкуренция на рынке мобильных новостных приложений становится все более ожесточенной. Однако сходство мобильных новостных приложений также увеличивается, что стало основным фактором, сдерживающим их развитие. В настоящее время кроме некоторых успешных мобильных новостных приложения, таких как «Toutiao» и «Netease новости», многие мобильные новостные приложения не могут успешно функционировать на рынке медиа из-за проблемы сходства. Отсутствие персонализированных услуг продуктов затрудняет обеспечение лояльности пользователей к приложениям²⁹.

Сходство приложений проявляется, например, во-первых, в подражании и сходстве модели рекомендации. «Toutiao» впервые применило персонализированные рекомендации и использование технологии машинного обучения, благодаря которым приложение стало популярным. Затем многие другие мобильные новостные приложения начали использовать эту идею «Toutiao», утверждая, что их преимущества – это персонализированные рекомендации. Во-вторых, подражание и сходство контента. Нетрудно отметить, что, открывая новостные приложения, мы увидим, что новостной

²⁹ Ли Цзяця Анализ существующих проблем в мобильных новостных клиентах // Юго-восточное распространение -2015-10

контент, который они рекомендуют, почти один и тот же не только в названиях, но и по форме. Что касается приложения «Toutiao», оно уделяет большое внимание агрегации, много копирует от содержания других СМИ и не имеет своего оригинального контента.

Причинами, которые приводят к проблеме подражания и сходства, являются следующие:

Во-первых, в «Положении управления информационных услуг в Интернете», обнародованном Информационным офисом Госсовета 25 сентября 2005 года, четко указано: «Интернет-СМИ, созданные неинформационными агентствами, не должны самостоятельно редактировать информацию о новостях»³⁰. Это положение заставляет новостные приложения, создаваемые интернет-порталами, и агрегатные новостные мобильные приложения перепечатывать и копировать авторитетный контент традиционных средств массовой информации, чтобы обеспечить богатство информации. Однако долгосрочная нехватка оригинальности в конечном итоге усугубляет проблему сходства содержания новостных приложений.

Во-вторых, поскольку существующая защита интеллектуальной собственности в Китае еще существует не на должном уровне, после выпуска в одном месте оригинальная информация будет сразу перепечатана другими новостными приложениями. Это несправедливо для информационных агентств, которые вкладывают много трудовых и материальных ресурсов для производства оригинального содержания, потому что для аудитории качество

³⁰ Положении управления информационных услуг в Интернете // Информационный офис Госсовета -25 сентября 2005

контента является самым важным, и создатели контента часто игнорируются. Поэтому, чтобы зарабатывать деньги, новостные приложения, которые не имеют права редактировать контент, часто выбирают такой бесплатный метод для получения информации с других СМИ, как простое перепечатывание. Кроме того, при выборе исходной информации редакторы новостного приложения также обращают внимание на информацию, выбранную конкурентами. Для некоторых новостных приложений сходство содержания означает безопасность. Однако в настоящее время отсутствие собственных особенностей информационных продуктов приводит к потере их конкурентоспособности.

В-третьих, одинаковая целевая аудитория также приводит к сходству новостных мобильных приложений. Перед созданием новостного приложения следует определить целевую аудиторию (т.е. кому сообщить?). После этого содержимое и стиль новостного приложения планируются в соответствии с целевым позиционированием. По сравнению с западными СМИ китайские новостные приложения по-прежнему имеют много недостатков в позиционировании аудитории. Многие китайские новостные приложения уделяют больше внимания количеству пользователей этого приложения, поэтому они надеются, что позиционирование аудитории может быть универсальным. Даже если средства массовой информации выделяют свою целевую аудиторию, они все равно могут не выпускать целенаправленные новости в реальном процессе. В конечном итоге появились такие явления, как характерное позиционирование и

распространённые новости. Кроме этого, люди с высшим образованием являются наиболее предпочтительными группами для большинства новостных мобильных приложений. Поэтому многие новостные приложения выбирают эту большую группу в качестве основной целевой аудитории, что опять же вызывает появление сходства новостных приложений.

В-четвертых, новостное мобильное приложение имеет более высокую себестоимость, а «подражание» уменьшает риск и капиталовложения. Разработка нового новостного мобильного приложения требует высокой себестоимости и больших средств для поддержки обслуживания и распространения в дальнейшем. В периоде развития новостного мобильного приложения средства, необходимые для производства, обслуживания и продвижения, слишком велики, поэтому многие новостные приложения не хотят рисковать. Это особенно характерно для новостных СМИ со слабым экономическим фундаментом: они не будут рисковать, внедряя инновации. Они предпочтут подражать, потому что так не нужно тратить много денег и времени на инновации и развитие, они могут просто перенимать успешный опыт от других приложений на рынке и развивать свои уникальные преимущества, и затем могут достичь хороших результатов. Это эффективный и безопасный метод, который отвечает требованиям компании для получения максимальной прибыли. Поэтому и появляется явление сходства.

В-пятых, отсутствие профессиональных талантов является важной причиной сходства мобильных новостных приложений. Не хватает людей,

которые могут работать с технологиями и грамотно редактировать контент. Новостное сообщение должно не только отражать глубину события, но и показывать его уникальность, должно быть сформулировано, исходя из характеристик новых медиа. Редакторам должны предъявляться высокие требования. Такие междисциплинарные специалисты очень нужны для развития новостных мобильных приложений, но в Китае их очень мало.

4.1.2. Проблемы стандарта

После исследования автор работы обнаружил, в основном, следующие проблемы новостных приложений:

Во-первых, преувеличенные заголовки новостей. Каждый день происходит бесчисленное количество событий, которые распространяются в качестве новостей через мобильные приложения. Как увеличить количество кликов пользователей – этот вопрос стал одним из самых важных, над которой операторы ломают голову задуматься. На данный момент существует множество преувеличенных заголовков новостей, некоторые из них даже не соответствуют содержанию. Это делается с той лишь целью, чтобы привлечь внимание аудитории и увеличить количество кликов пользователей.

Вторая проблема – вульгаризация новостного контента. Мобильные новостные приложения отличаются от других интернет-продуктов: они способны влиять на общественное мнение. Как видно на многих новостных

приложениях, редакторы при выпуске контента слишком сильно ориентируются на вкусы большинства, вследствие чего развивается вульгаризация. Например, некоторые новостные приложения часто размещают раздел «Развлечения» на видном месте и несколько раз сообщают одно и то же событие. А раздел «Технология» находится позади, контент здесь не повторяется, что не стимулирует внимание пользователей. Обращая слишком много внимания на развлечения, пользователи более склонны положительно воспринимать вульгарное содержание. Кроме того, качество и уровень образования пользователей неравномерны, и некоторые новостные приложения начали публиковать вульгарные материалы, чтобы только получить большой процент кликов.

В-третьих, на новостных приложениях публикуется много ложной информации. Поскольку информация не проходит строгой цензуры, в опубликованной информации часто появляются ошибочные слова и грамматические неточности. Кроме того, существует большая часть контента, который трудно оценить с точки зрения истинности-лжи, в том числе сюда относятся сообщения о горячих точках, о жизни известных людей и другие материалы. Когда пользователи читают новостной контент, они бессознательно поглощают все содержимое и верят в ложную информацию. Со временем это содержание обретает общественное влияние.

В-четвертых, рекламных объявлений слишком много. Разработчики новостных приложений нуждаются в поддержке рекламодателей, реклама – основной источник монетизации контента. Однако сейчас на многих

новостных приложениях слишком много рекламных объявлений, которые негативно влияют на удовлетворение пользователей от прочтения новостей. Большинство новостных приложений способны снизить количество рекламных объявлений или даже вовсе отменить рекламу. Сегодня некоторые рекламные объявления ссылаются на вредоносные веб-сайты, которые способствуют тому, что личные данные пользователей могут быть украдены. Это в значительной степени снижает безопасности мобильных устройств. Новостные приложения должны управлять рекламой и не только сократить количество рекламных объявлений, но и контролировать их ссылки и эффективно защищать интересы пользователей.

4.1.3. Единственный способ получения прибыли

В настоящее время существует три основных метода получения прибыли: реклама, электронная коммерция и дополнительные услуги. Среди них реклама – самый важный и наиболее эффективный метод получения прибыли. Согласно соответствующей информации, почти четыре пятых пользователей заметили рекламные объявления в новостном приложении. Когда мы открываем любой новостное приложение, мы можем легко определить рекламу повсюду. Основным носителем для новостного приложения является мобильный телефон. Но размеры мобильных устройств ограничены, и излишняя реклама будет влиять на чтение новостей, тем самым уменьшая зависимость пользователя от новостного приложения и, в

конечном счете, уменьшая доходы приложения.

Электронная коммерция – это новый прибыльный метод, который возник в процессе развития интернета в последние годы. Один из наиболее успешных примеров этого метода – торговые сайты, специализирующиеся на электронной коммерции, которые быстро завоевали рынок благодаря профессионализму и доверию клиентов. Однако в настоящее время мы можем также увидеть некоторые проблемы в его работе. Например, степень доверия пользователя к торговым сайтам постепенно снижается. Сейчас такой метод получения прибыли только начинает развиваться.

4.2. Решение

4.2.1. Уменьшить сходство мобильных новостных приложений

С развитием науки и технологий уровень доступности информации будет продолжать расти, обмен между СМИ будет расширяться, и подготовка журналистов должна быть улучшена. Новостные приложения очень похожи друг на друга. Однако сходство новостных приложений может привести к расходованию ресурсов, снижению доверия к СМИ, а также к тратам времени и усилий пользователей. Хотя мы не можем полностью исключить сходство новостных приложений, мы должны принять соответствующие меры для смягчения этого явления.

Во-первых, можно создать и улучшить соответствующую сетевую новостную систему. Сходство мобильных новостных приложений можно

рассматривать в контексте информационной системы интернет-новостей. Журналисты интернет-СМИ не могут самостоятельно проводить интервью, что в определенной степени снижает качество новостных материалов. Поэтому, чтобы смягчить сходство мобильных новостных приложений, правительство должно издавать соответствующие правила. Очень важно установить и совершенствовать соответствующую сетевую новостную систему.

Во-вторых, необходимо улучшить инновационные способности, повысить эксклюзивность и стремиться к разнообразию новостных приложений. На рынке мобильных новостных приложений сейчас острая конкуренция, и возможность создания уникального новостного приложения является ключевым фактором для завоевания популярности пользователей. Эта уникальность должна не только отразиться на дизайне приложения, макетах, но и на контенте и персонализированных услугах. Если каждый мобильное новостное приложение применит эту концепцию к разработке, то это значительно уменьшит сходство мобильных новостных приложений.

В настоящее время мы видим, что у каждого новостного приложения есть свои особенности. Например, «NetEase News» продолжает бизнес-идею самого портала и предоставляет пользователям еще один способ доступа к portalу. «Toutiao» предоставляет массовые новости и персонализированные рекомендации. Для приложения «Жэньминь жибао», приложение традиционного средства массовой информации, преимуществом является авторитет и надежность информации. Однако нетрудно увидеть, что

некоторые приложения не сильно отличаются друг от друга. Когда мы открываем любое из вышеназванных приложений, мы обнаруживаем, что рекомендуемые новости почти одинаковы. Кроме того, например, «Toutiao» изначально создала функцию персонализированных рекомендаций, следом другие мобильные новостные приложения начали добавлять эту функцию, и «Toutiao» постепенно потерял свое преимущество. Инновационным в некоторой степени можно считать приложение «Синьхуа»: в разделе «Новости 15 секунд» используется видеоформат. Это единственное новостное мобильное приложение, которое использует эту форму сообщения.

Если новостные мобильные приложения хотят развиваться, они должны улучшить свои инновационные особенности, повышать уникальность, стремиться к различию и сообщать эксклюзивные новости. Даже, если сообщается о тех же новостях, необходимо сделать всестороннюю и глубокую интерпретацию новостей с разных точек зрения, чтобы избежать сходства.

В-третьих, необходимо укреплять подготовку квалифицированных журналистов.

Для непрерывного развития новостного мобильного приложения, квалифицированному редактору необходимо не только иметь способности написания и редактирования новостей, но и самое главное – иметь способность оценивать новость и объединять информацию. Кроме того, следует укреплять подготовку междисциплинарных специалистов, которые умеют работать с технологиями, могут их редактировать, чтобы они могли

удовлетворять потребности современного социального развития. Они должны уметь разрабатывать уникальные персонализированные мобильные новостные приложения. Это снизит сходство мобильных новостных приложений.

4.2.2. Устанавливать норму регулирования контента новостей

С развития новостных приложений появилось много проблем в самом контенте новостей, такие как преувеличенные заголовки, вульгаризация новостного контента. В новостных приложениях часто публикуется ложная информация, и слишком много рекламных объявлений. Основная задача мобильного новостного приложения – распространять информацию, а не бороться за рынок и пользователей. Очень важно устанавливать норму регулирования контента новостей. С одной стороны, мобильные новостные приложения должны укрепляться самоцензурой, чтобы избежать распространения ложной и вульгарной информации. С другой стороны, правительство должно также усилить контроль и регулярно следить за новостными приложениями.

Необходимо, во-первых, уменьшить повторяемость сообщений. Прежде всего, мы должны указать на существующие проблемы в отрасли новостных приложений, конфликты интересов и противоречия внутри отрасли и определить будущее направление развития. Во-вторых, нужно сформулировать конкретные нормы по поводу плагиата и перепечатки,

чтобы избежать подражания и чтобы каждое новостное приложение могло играть свое преимущество и формировать хорошую среду конкуренции. Наконец, мы должны поддерживать хорошие новостные приложения и устранять приложения с низким качеством информации и отсутствием социальной ответственности.

Во-вторых, необходимо отказаться от ложного и вульгарного контента. Ложное и вульгарное содержание – главная проблема контента новостных приложений. Чтобы решить эту проблему, редактор должен ввести цензурирование. Прежде всего, это нужно, чтобы улучшить качество сообщений, удалить низкокачественный контент и контент с негативным социальным влиянием. Во-вторых, подлинность контента должна быть строго проверена. Только при условии правдивого содержания мы можем публиковать, пересылать и комментировать сообщение. Наконец, нужно постепенно смещать внимание пользователя с повседневных дел на информацию о развитии страны, прививать социальную ответственность. Внимание пользователя также влияет на производство контента новостного приложения, поэтому очень важно постепенно формировать хорошую среду общественного мнения.

В-третьих, нужно контролировать количество и содержание рекламы. Так как одновременно существует несколько похожих приложений, это вызывает ожесточенные конфликты в распределении ресурсов и влияет на нормальное развитие рынка. Поэтому необходимо рационально распределять новостные ресурсы и эффективно контролировать количество и содержание

рекламы. В новостных приложениях должно быть сокращено количество рекламных объявлений, а в замен должен быть предоставлен пользователям хороший опыт чтения. Кроме того, необходимо проверить подлинность содержания рекламы, ложное содержимое или нездоровое содержимое не должно появляться в новостных приложениях.

4.2.3. Искать другие способы получения прибыли

У разработчиков в новостного мобильного приложения должно быть достаточно средств для поддержки его работы и развития. В настоящее время реклама является самым важным способом получения прибыли для китайских новостных приложений. При постоянном росте рынка мобильных новостных приложений разработчики должны продолжать искать другие способы получения прибыли и обратить внимание на оптимизацию опыта чтения пользователей. Например, мобильные новостные приложения могут разделить свое приложение и запустить две версии: бесплатную и платную. В бесплатной версии можно получать прибыль с помощью рекламы и других средств, а для платной версии новостное приложение обеспечивает высококачественный контент без каких-либо рекламных объявлений, так что пользователь не будет загружен рекламой и сам захочет платить за материалы.

Вывод

Помимо несомненных плюсов, которое дало нам развитие мобильных приложений, мы выяснили, что у них есть и ряд недостатков, такие как подражание и сходство, проблемы стандарта и малое количество способов получения прибыли. Всё это может привести к неутешительной тенденции, а именно к уменьшению доверия читателей к СМИ. Мобильные приложения, несомненно, должны бороться с ними. На наш взгляд, необходимо уменьшить сходство мобильных новостных приложений, устанавливать норму регулирования контента новостей, и искать другие способы получения прибыли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время невозможно представить свою жизнь без мобильного телефона. Мобильный интернет стал важной частью нашей повседневной жизни. Количество пользователей мобильных устройств только растет.

В Китае мобильные технологии начали быстро развиваться накануне летней Олимпиады 2008 года в Пекине. Это событие повлияло в дальнейшем на развитие интернет-технологий по всей стране.

Мобильные приложения стали новой реальностью, где мы проводим свое время. Есть специальные приложения для общения, покупок, приложения банков. Средства массовой информации не могут игнорировать такую огромную аудиторию и создают свои приложения. Мобильные приложения – это «программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах». Самыми популярными медиаприложениями являются новостные. Мобильное новостное приложение является новым этапом развития интернет-технологий в XXI веке. Посредством них аудитория может получать актуальную информацию со всего мира.

Новостные мобильные приложения можно устанавливать на платформах IOS, Android, Symbian и других основных мобильных системах. Благодаря мобильным приложениям информация способна распространяться

более быстрыми темпами.

Все китайские мобильные новостные приложения можно разделить на несколько групп, исходя из того, кто их создает: приложения, создаваемые традиционными СМИ, приложения, создаваемые интернет-порталами и агрегатные новостные мобильные приложения. Все мобильные новостные приложения характеризуются интерактивностью, своевременностью, разнообразием формы сообщений.

Чтобы понять, кто является аудиторией новостных мобильных приложений, нами был проведен опрос. По его результатам можно сказать, что основная аудитория – это молодежь в возрасте от 18 до 29 лет с высшим образованием или студенты. Чаще всего используются приложения вечером: с 18 до 22 часов. Самыми популярными оказались приложения, создаваемые интернет-порталами.

Основной источник прибыли для новостных мобильных приложений – реклама. Можно выделить четыре распространенные формы рекламы для мобильных новостных приложений: полноэкранный реклама, баннер, нативная и скрытая реклама.

В этой работе мы рассмотрели три самых популярных новостных приложения Китая: «Жэньминь жибао», «NetEase Новости» и «Toutiao».

Одно из самых популярных китайских мобильных новостных приложений – приложение крупнейшей китайской газеты «Жэньминь жибао». Оно является логичным продолжением бумажной газеты. Оно также распространяет мнение партии и правительства. Это приложение можно

назвать самым авторитетным новостным приложением, так как вся информация, появляющаяся в приложении, формируется только из официальных и надёжных источников: правительство, министерства, авторитетные газеты и журналы, что обеспечивает ему безоговорочное лидерство по таким критериям, как достоверность и оперативность. Такой подход помог газете завоевать огромное количество читателей по всему Китаю. Также журналисты и редакторы «Жэньминь жибао» всегда следят за тем, чтобы все статьи и новостные заметки в приложении всегда были написаны так, чтобы пользователи, независимо от их социального статуса, уровня дохода, возраста и образования, понимали, о чём идёт речь.

Мы рассмотрели, как компания «Жэньминь жибао» стимулирует приток новых пользователей посредством рекламы в самой газете, а также с помощью различных PR-акций. Так, например, во время проведения Олимпийской игр в 2016 году была акция «Угадай Олимпийские игры и выиграй приз».

Вторым по популярности новостным приложением является «NetEase Новости». Это новостное мобильное приложение, которое разработал портал Netease и которое является его прямым продолжением.

Отличительной особенностью этого приложения является наличие таких функций, как комментарии, голосование и геопозиция (функция, которая позволяет искать пользователям новости, так или иначе связанные с тем местом, где находится читатель). Эта функция приобрела большую популярность среди пользователей приложения. Также «NetEase Новости» –

это первое приложение, которое добавило функцию комментариев к новостям.

Третье приложение, рассмотренное нами в этой работе, не является новостным мобильным приложением в классическом его понимании. «Toutiao» – это мобильное приложение, которое предоставляет персонализированную информацию, статьи и новости для пользователей на основе технологии искусственного интеллекта. Информационное поле читателя формируется благодаря анализу понравившегося контента пользователю и его взаимодействию с ним.

Более 78 миллионов человек ежедневно пользуются Toutiao в среднем по 76 минут. Также мы отметили, что Toutiao не производит собственный контент, а является лишь агрегатором чужих новостей. У приложения нет специально нанятых журналистов и редакторов, но это не мешает ему быть одним из самых популярных новостных приложений и зарабатывать в год около 900 миллионов долларов.

В связи с развитием информационных технологий стремительно меняются и способы монетизации, и принципы рекламной подачи. Мы выяснили, что основные способы заработка всех трёх приложений – это платная подписка, электронные покупки в приложении и, конечно же, реклама.

Помимо несомненных плюсов, которое дало нам развитие мобильных приложений, мы выяснили, что у них есть и ряд недостатков. Мобильные приложения, несомненно, должны бороться с ними. К таким минусам мы

отнесли то, что все приложения по сути своей идентичны по своим рубрикам, стилю, подачи информации и новостей. Схожесть целевой аудитории заставляет журналистов преувеличивать заголовки статей для привлечения читателей, происходит вульгаризация контента и созданий ложных новостей. Всё это может привести к неутешительной тенденции, а именно к уменьшению доверия читателей к СМИ.

На наш взгляд, необходимо искать выходы из этой тенденции, научиться точнее определять целевую аудиторию, находить пути повышения эксклюзивности приложения, не теряя при этом в самом качестве распространяемого контента.

Список литературы

1. 2017–2018 Отчет по результатам исследования рынка китайских новостных мобильных приложений // iiMedia Research – 2018. –URL:
<http://iimedia.cn/60894.html>
2. А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, Д. Кульчицка, Н. Лосева, С. Паранько и О. Силантьева Как новые медиа изменили журналистику 2012 – 2016 // Гуманитарный Университет
3. А. В. Толоконникова Потребление новостей на мобильных платформах // Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций - 2017
4. Анастасия Напалкова Медиа будущего по-китайски: Toutiao угадывает интересы аудитории и стоит \$11 млрд // Секрет Фирмы, - 25 апреля 2017 - URL:
<https://secretmag.ru/trends/players/media-budushego-iz-kitaya-toutiao-ugadyvaet-interesy-auditorii-i-stoit-usd11-mlrd.htm>
5. Баранова Е. А. Мультимедийные технологии а средствах массовой информации как новый инструмент ведения информационной войны // Вопросы теории и практики журналистики - 2016. Т. 5. № 4. - С. 618–628
6. Бейненсон В.А. К проблеме определения понятия «новые медиа» // Век информации. – 2017. – № 2, ч. 2. – С. 144–146

7. Ван Чжунминь Влияние современных информационно-коммуникативных технологий на развитие СМИ Китая - 2007
8. Ван Юе, Гегелова Н.С. Особенности развития мобильного интернет–СМИ в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов // Серия: Литературоведение, журналистика № 3 - 2016
9. Вартанова Е.Л. Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире // Петербургские чтения: Материалы 52–й Междунар. науч. конф. (Санкт–Петербург, СПбГУ, 17–19 апр. 2013 г.) // Отв. ред.–сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2013. – С. 218–221.
10. Д.В.Тихоновой Мобильные приложения как новый формат СМИ
-2015-05-12 -URL:
http://vernsky.ru/pubs/5815/Mobilnye_prilozheniya_kak_novyy_format_SM
11. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиа–исследований // Медиаскоп. – 2014. – Вып. 4
12. Ей Бинбин Создание характерных рубрик новостных приложений (на пример Netease News) // 1994-2017 Китайский академический журнал электронный издательский дом - 2017
13. Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия // Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина -2016
14. Засурский Я.Н. От электронного общества к мобильному // Информационное общество - 2008 Вып.№ 5 –6

15. Засурский Я.Н. От электронного общества к мобильному // Информационное общество // - 2008. Вып. № 5-6. - С. 34.
16. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. (под общ. науч. ред. О.И. Шкаратана). М.: ГУ-ВШЭ, - 2000
17. Китайский информационный сетевой Информационный центр (CNNIC) // Китайский информационный сетевой Информационный центр (CNNIC) – 2018. –URL:
http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201803/t20180305_70249.htm
18. Коноплев Дмитрий Эдуардович Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию // Вестник Челябинского государственного университета № 5 (360) / 2015
19. Костоева Виктория Вас найдут // Прямые инвестиции № 10 (138) / 2013 - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vas-naydut>
20. Курмангалеева Г.Ф. Исследование психологических характеристики пользователей как первый шаг методики разработки эргономичных мобильных новостных приложений -2013
21. Курмангалеева Г.Ф., Магазанник В.Д. Сегментация аудитории пользователей при проектировании мобильных новостных приложений - 2014
22. Ли Цзяцзя Анализ существующих проблем в мобильных новостных клиентах // Юго-восточное распространение -2015-10
23. Лу Сиа Анализ нынешнего состояния китайских новостных приложений, создаваемые интернет-порталами // Новости Связь -2015 (5) -С32-33

24. Лу Синьюй Исследование характеристик новостных приложений (на пример Netease News) // 1994-2017 Китайский академический журнал электронный издательский дом - 2017
25. Лю Сунцзе, Чжан Чэньлу Путь от «технического последователя» к «медиа–новатору» // Журналист. 2016. № 2.
26. Лю Юнцзюнь О преобразовании редакционных идей в контексте больших данных (на пример Toutiao) // Широкоугольное издание -2015-9
27. Лю Янь Публичная сфера под контролем: современный опыт регулирования интернет–журналистики в КНР // Ойкумена // Регионоведческие исследования № 2 (37) -2016
28. Мансурова В.Д. Множественная субъектность субъекта в пространстве современной коммуникации // Медиа в современном мире СПбГУ - 2016
29. Мобильное приложение // Википедия. - URL:
https://ru.wikipedia.org/wiki/Мобильное_приложение
30. Наталья Попова Мобильники vs компьютеры: СМИ снова в проигрыше? - Октябрь 15, 2016 -URL: <http://ru.ejo.ch/novie-media/mobilniki-vs-kompyuteri>
31. Несколько предложений о содействии потреблению информации и расширению внутреннего спроса. Госсовет - 2013. - URL:
http://www.gov.cn/zwgk/2013-08/14/content_2466856.htm
32. Отчет о анализе рынка мобильных новостных приложений // Исследовательский институт Sootoo – 2014. –URL:
<http://www.sootoo.com/content/535482.shtml>

33. Положения управления информационных услуг в Интернете // Информационный офис Госсовета -25 сентября 2005
34. Синдинская М. В. Печатные средства массовой информации. Расширение возможностей // Rhema. Рема // № 4. - 2010 - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pechatnye-sredstva-massovoy-informatsii-rasshirenie-vozmozhnostey>
35. Фан Хонгян Классический пример трансформации китайских традиционных СМИ — приложение “Paper Новости” // Юго-восточное распространение - 2014
36. Цзя Лэжун Новый этап трансформации китайских традиционных СМИ: влияние мобильного интернета // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия // Уральский федеральный университет - 2016
37. Цзян Шэньхун, Инь Цюнь «Состояние и проблемы развития мобильных новостных приложений»// Журналистика и письменность - 2015.№ 3.
38. Шэн Цзун Ду, Чун Чун Ху. Развитие инновационных мобильных СМИ на примере телеиндустрии материкового Китая - 7 июня 2009
39. Amy Schmitz Weiss. Exploring News Apps and Location–Based Services on the Smartphone // Journalism & Mass Communication Quarterly -2013
40. Castells M., Fernandez-Ardivol M., Qiu J.L., Sey A. Mobile Communication and Society // Globalperspective // Cambridge; Massachusetts - 2007
41. Chan–Olmsted. Sylvia. Rim. Hyejoon. Zerba. Amy Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage // Journalism & Mass Communication Quarterly -2013

42. Clay Shirky Here Comes Everybody: The Power of Organizing
Without Organizations // Penguin Press -2008
43. Fidler Roger F Mediamorphosis : understanding new media // Journalism &
Communication for A New Century - 1997:3–4
44. Henry Jenkins Convergence Culture:Where Old and New Media Collide// New
York University Press -2006
45. Lübbe H. Im Zug der Zeit: Verkürzter Aufenthalt in der Gegenwart. – Berlin;
Heidelberg: Springer - 2015. – XII, 411 S
46. Paul Levinson New new media // Allyn & Bacon -2009
47. Sohu News user experience - Invisible Design //
BeijingPublishing House of Electronics industry -2014
48. Tencent Media Research Institute // We Are Media // CITIC Publishing House
-2016