

УДК 316.77

DOI 10.58649/1694-8033-2024-4(120)-145-152

**АКМАТБЕКОВА Ж.А.<sup>1</sup>, ЧЖЭН СИ<sup>2</sup>, СУ ЯН<sup>3</sup>**Ж. Баласагын атындагы КУУ<sup>1</sup>;Лоян техникалык институту, Кытай<sup>2</sup>;Чэнду искусство жана илим университети, Кытай<sup>3</sup>**АКМАТБЕКОВА Ж.А.<sup>1</sup>, ЧЖЭН СИ<sup>2</sup>, СУ ЯН<sup>3</sup>**КНУ имени Ж. Баласагына<sup>1</sup>;Лоянский технологический институт, Китай<sup>2</sup>;Чэндуский университет искусств и наук, Китай<sup>3</sup>**АКМАТБЕКОВА Ж.А.<sup>1</sup>, ZHENG XI<sup>2</sup>, SU YANG<sup>3</sup>**KNU named after J. Balasagyn<sup>1</sup>;Luoyang Institute of Technology, China<sup>2</sup>;Chengdu University of Arts and Sciences, China<sup>3</sup>ORCID: 0000-0003-4487-3770<sup>1</sup>;ORCID: 0009-0004-8532-6911<sup>2</sup>;ORCID: 0009-0009-2834-4132<sup>3</sup>**КЫТАЙДА ЖАҢЫ МЕДИА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ КОЛДОНУУНУН  
ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ****ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ В КИТАЕ****FEATURES OF USING NEW MEDIA TECHNOLOGIES IN CHINA**

**Кыскача мүнөздөмө:** Авторлор бул макалада Кытайда жаңы медиа технологияларды колдонуунун өзгөчөлүктөрүн ачып беришкен. Изилдөөдө тарыхый салыштырмалуулук методу колдонулган. Авторлор «жаңы медианын» илимий аныктамасына кеңири токтолушкан. Макалада Кытайда жаңы медианын өнүгүү тарыхын жана учурдагы социалдык тармактардын жана кыска видео тиркемелердин популярдуу болушунун себептерин ачып беришкен. Ошондой эле, Кытайдын жаңы медиа рыногунун масштабы жана өсүшү анализденип, жаңы медианын мазмунундагы графикалык форма, видео форматты жана веб трансляция формасынын өзгөчөлүктөрүн аныкталган. Жыйынтыгында, авторлор Кытайда жаңы медианын социалдык көйгөйлөрдү чечүүдө барган сайын маанилүү роль ойноп жаткандыгын фактылар менен далилдеп беришкен. Анын негизги колдонуу мүнөздөмөлөрү диверсификациялык, өз ара аракеттенүү, ыкчамдык, индивидуалдык жана интеграция сыяктуу көп аспектилерди камтыйт.

**Аннотация:** В данной статье авторы раскрывают особенности использования новых медиатехнологий в Китае с помощью историко-сравнительного метода. Научно обосновывается определение понятия «новые медиа». Исследуется история развития новых медиа в Китае и причины популярности нынешних социальных сетей и коротких видеоприложений. Анализируются масштабы и рост рынка новых медиа в Китае, определяются характеристики графической формы, видеоформата и формы веб-трансляции в новом медиаконтенте. В результате доказано, что новые медиа играют все более важную роль в решении социальных проблем Китая. Основные их характеристики включают такие аспекты, как: диверсификация, совместимость, гибкость, индивидуальность и интеграция.

**Abstract:** In this article, the authors reveal the features of using new media technologies in China. The study used the historical and comparative method. The authors dwelled in detail on the scientific definition of the concept of "new media". The article examines the history of the development of new media in China and the reasons for the popularity of current social networks

and short video applications. It also analyzes the scale and growth of the new media market in China, and determines the characteristics of the graphic form, video format and web broadcast form in new media content. As a result, the authors proved with facts that new media are playing an increasingly important role in solving social problems in China. Its main application characteristics include many aspects, such as diversification, compatibility, flexibility, individuality and integration.

**Негизги сөздөр:** жаңы медиа; Кытай; видео-формат; веб түз берүү; медиатеchnология.

**Ключевые слова:** новые медиа; Китай; видео-формат; прямая онлайн-трансляция; медиатеchnологии.

**Keywords:** new media; China; video format; live online broadcast; media technology.

Интернет-технологиясынын тынымсыз өнүгүшү жана массалык маалымат каражаттары менен жалпы коомчулуктун жашоосунун тыгыз байланышы жаңы медиа термининин келип чыгышына өбөлгө түздү. Жаңы медиа маалымат берүүнүн ылдамдыгын гана эмес, жалпы коомдун коммуникациялык экологиясын да өзгөртөт.

Жаңы медиа концепциясынын келип чыгышын канадалык коммуникация теориясы боюнча илимпоз Маршалл МакЛюэн менен байланыштырышат.

Бүгүнкү күндө биз колдонгон "жаңы медиа" түшүнүгү 1960-жылдардын аягында пайда болгон. 1967-жылы CBS технологиялык институтунун директору П.Голдмарк биринчи жолу «жаңы медиа» терминин сунуштаган EVR (электрондук видео жазуу) товарларын өнүктүрүү планын жарыялаган; 1969-жылы Америка Кошмо Штаттарынын байланыш саясаты боюнча атайын президенттик комитетинин төрагасы Э. Ростоу президент Никсонго берген докладында ("Ростоу баяндамасы" деп аталат) "жаңы медиа" терминин жана ага байланыштуу түшүнүктөрдү колдонгон. Жаңы медиа термини электрондук маалымат каражаттарынын инновациялык колдонуусуна көбүрөөк тиешелүү. Ошондон бери "жаңы медиа" термини америкалык коомдо тез популярдуулукка ээ болду. 1980-жылдары компьютердик технологиянын өнүгүшү менен «жаңы медиа» термини кеңири колдонула баштады.

Жаңы медианын аныктамасына жана өзгөчөлүктөрүнө келсек, ар башка илимпоздор ар кандай өңүттөн аныктама жана түшүндүрмө беришкен. Бул изилдөөдө Кытайдын Ренмин университетинин профессору Пэн Лан тарабынан аныкталган жаңы медиа концепциясына токтолот. Ал "жаңы медиа" негизинен санариптик технологияга, тармактык технологияга жана башка заманбап маалыматтык технологияларга же коммуникация технологияларына негизделген интерактивдүү жана интеграцияланган медиа формаларын жана платформаларын билдирет" деп эсептейт. Бул этапта жаңы медиа негизинен тармактык медианы, уюлдук телефон медиасын жана экөөнүн интеграциясынан түзүлгөн мобилдик интернетти, ошондой эле башка интерактивдүү санариптик медиа формаларын камтыйт. Ошол эле учурда, "жаңы медиа" көбүнчө ушул маалымат каражаттарына негизделген жаңылыктар жана башка маалымат кызматтары менен алектенген уюмдарды билдирет [2].

#### **Кытайда жаңы медианын өнүгүү тарыхы**

Кытайдын жаңы медиа өнүгүү тарыхын бир нече этаптарга бөлүүгө болот, алардын ар бири өзүнүн уникалдуу өзгөчөлүктөрү жана маанилүү окуялары бар. Биринчиси, 1990-жылдардын башынан тарта баштапкы этап. 1994-жылы Кытай расмий түрдө интернетке кошулуп, Кытайда интернет доору башталган. 1995-жылы Кытайда интернет расмий түрдө коомчулукка ачылып, Кытай интернет дооруна кире баштаган. 1998-жылы Кытайда биринчи портал сайты – Sina.com түзүлүп, Кытайда портал доорунун башталышы болгон. Кийинчерээк Sohu жана NetEase сыяктуу портал веб-сайттары биринин артынан бири өсүп, ошол убакта интернет колдонуучулары үчүн маалымат алуу үчүн негизги каналга айланды.

1990-жылдардын аягынан 2010-жылдардын башына чейин Кытайдын жаңы медиасы тез өнүгүү этабына өттү. 2000-жылы Кытайда интернет-стартаптардын масштабдуу толкуну болуп, көптөгөн атактуу интернет-компаниялар пайда болду, мисалы, Baidu, Tencent, Alibaba ж.б. Бул компаниялар издөө системаларында, заматта кабарлашууда, электрондук коммерция жана башка тармактарда колдонулат. 2003-жылы Кытайда блогдор жана форумдар ачыла баштады, алар аркылуу колдонуучулар өздөрүнүн ой-пикирин, маалымат жана көңүл ачуучу мазмунду жайгаштырып, бөлүшө алышат. Бул формат колдонуучу тарабынан түзүлгөн контентти (UGC) иштеп чыгууга чоң өбөлгө түздү. Кийинки жылдары социалдык медиа акырындык менен пайда болуп, Weibo жана Qzone колдонуучулардын баарлашуусу үчүн маанилүү платформаларга айланды.

2010-жылдан бери Кытай мобилдик интернет менен жаңы медианы интеграциялоо стадиясына кирди. 2010-жылдан кийин смартфондордун популярдуулугу жана мобилдик интернет технологиясынын өнүгүшү менен Кытай мобилдик интернет дооруна кирди. Мобилдик тиркемелер, социалдык медиа жана кыска видеолор сыяктуу медианын жаңы формалары тездик менен өсүп жатат. Weibo жана Wechat сыяктуу социалдык медиа платформаларынын тынымсыз өнүгүшү менен Wechat коомдук аккаунттары жана Weibo Boda V маанилүү маалымат таратуу жана маркетинг каналдарына айланды. 2018-жылдан кийин, Douyin жана Kuaishou сыяктуу кыска видео платформалар тездик менен өсүп, колдонуучулар көңүл ачуучу маалыматты жана социалдык өз ара аракеттенүүнүн маанилүү аянтчаларына айланды. Ошол эле учурда, "мобилдик интернет + сервис" жана "мобилдик интернет + саякат" ышкыбоздору менен жандуу видео да Кытайда маанилүү жаңы медиа формасы болуп калды.

5G технологиясын коммерциялаштыруу жана популяризациялоо жаңы медиа тармагынын өнүгүшүн бир топ тездетти. 5G, бешинчи муундагы мобилдик байланыш технологиясы – бул жогорку ылдамдыктагы узактан туташуу адам менен машинанын өз ара байланышын ишке ашыруучу мобилдик кең тилкелүү технологиянын жаңы мууну [7]. Бул технологиялык инновация медиа-контенттин ар түрдүүлүгүн жана интерактивдүүлүгүн байытбастан, мисалы, жогорку сапаттагы, даана көрүнгөн түз видео, виртуалдык реалдуулук тажрыйбасы. Жасалма акыл технологиясынын өзөгү – адамдын интеллектинин чектерин имитациялоо жана аны басып өтүү, маалыматтарды иштеп чыгуунун автоматташтыруу, интеллект жана анын натыйжалуулугун ишке ашыруу. Медиа индустрияда ЖАны колдонуу катализатор сыяктуу, ал жаңылыктын мазмунун өндүрүү процессин гана тездетпестен, маалыматты чогултуудан, жайылтууга чейинки ар бир шилтемеде чалгындоонун артыкчылыктарын ишке ашырып жатат. Мындан тышкары, терең үйрөнүү жана алгоритмди оптималдаштыруу аркылуу ар бир колдонуучу атайын даярдалган маалыматтык кызматтардан ырахат алышы үчүн, жаңылыктардын мазмунун жекелештирүүнү сунуштайт, ошону менен салттуу ММК менен байланыш формасын толугу менен жокко чыгарат [8]. Ошол эле учурда, ЖАу массалык маалыматтарды иштеп чыгуу жана талдоо жөндөмү менен медиа индустриясы үчүн туруктуу күч агымын камсыз кылат. Маалыматтын артындагы баалуулукту билүү менен, медиа уюмдарга аудиториянын муктаждыктарын жакшыраак түшүнүүгө жана контент стратегияларын оптималдаштырууга жардам берет. Ал ошондой эле домендер аралык маалыматтарды интеграциялоого жана колдонууга көмөктөшөт, терең издөө жана жаңылыктардын мазмунун кеңейтүү үчүн жаңы мүмкүнчүлүктөргө жол ачат.

#### **Кытайда социалдык тармактардын жана кыска видео тиркемелердин популярдуулугу**

Кытайда социалдык тармактардын жана кыска видео платформалардын (Weibo, Wechat, Douyin ж.б.) популярдуулугу, албетте, санариптик революция. коомдук түзүлүшкө жана маданий экологияга терең таасирин тийгизип жатат. Ал адамдардын күнүмдүк адаттарын кайра калыптандыруу менен гана чектелбестен, маалыматтын эркин агымына, түрдүү маданияттардын интеграциясына жана инсандар аралык мамилелердин болуп көрбөгөндөй курулушуна өбөлгө түзөт. Бул процесс илимий-техникалык прогресс,

рыноктук суроо-талап жана маданий өзгөрүү сыяктуу көптөгөн факторлордун натыйжасы болуп саналат, бул Кытайдын санариптик доордо уникалдуу жандуулугун жана инновациялык мүмкүнчүлүгүн көрсөтүүдө.

Мобилдик интернет технологияларынын тез прогресси социалдык медианын жана кыска видео платформалардын популярдуулугуна күчтүү техникалык колдоо көрсөттү. Смарт телефондордун иштешинин үзгүлтүксүз өркүндөтүлүшү жана барган сайын тармактык инфраструктура колдонуучуларга каалаган убакта жана каалаган жерден Интернетке кирүүгө жана жогорку ылдамдыкта жана ыңгайлуу онлайн тажрыйбадан ырахат алууга мүмкүнчүлүк берет. Мындай техникалык фондо социалдык медиа жана кыска видео платформалар интуитивдик, жандуу жана интерактивдүү мүнөздөмөлөрү менен тез арада колдонуучулардын уюлдук телефонунун экрандарын ээлеп, маалымат, көңүл ачуу жана социалдык өз ара аракеттенүү үчүн алардын жактырган каналдарына айланган.

Рыноктун суроо-талабы боюнча, кытайлык социалдык медиа жана кыска видео платформалар колдонуучулардын диверсификацияланган жана жекелештирилген мазмунга болгон талабын так чагылдырат. Алар колдонуучулардын маалымат массасынан кызыктуу мазмунду тез таба алышы үчүн, мазмунду так түшүнүү үчүн көлөмдүү маалыматтар аркылуу колдонуучунун жүрүм-турумун талдайт. Ошол эле учурда, платформа колдонуучуларды жогорку сапаттагы мазмунду чыгарууга шыктандыруу үчүн жаратуучуларды стимулдаштыруучу программаларды активдүү киргизди, ошону менен бай мазмуну жана ар түрдүү формаларга ээ контент экологиясын түздү.

Ошентип, социалдык тармактардын жана кыска видео платформалардын популярдуулугу Кытайдын маданий экологиясына да терең таасирин тийгизди. Алар тармактык маданияттын маанилүү алып жүрүүчүсү болуп калды. Бул жерде ар кандай тармактык мемдер жана кызуу темалар жаралып, тез таралып, уникалдуу тармактык маданий феноменди түзүүдө. Бул тармактык маданий элементтер адамдардын күнүмдүк жашоосун гана байытбастан, ошондой эле адамдардын ой жүгүртүүсүн, баалуулуктарын жана ал тургай социалдык жүрүм-турум үлгүлөрүн белгилүү бир деңгээлде өзгөртөт. Мисалы, кыска видеоплатформалардагы "чаллендж" жана "жандуу жеткирүү" ("challenge" and "live delivery") сыяктуу иш-чаралар өзүнүн уникалдуу өз ара аракеттенүүсү жана катышуусу менен көп сандагы колдонуучулардын көңүлүн жана катышуусун бурду, бул онлайн жана оффлайндын терең интеграциясына өбөлгө түздү, ошондой эле соодагерлер үчүн жаңы маркетинг каналдарын жана бизнес моделдерин камсыз кылган. Социалдык медиа жана кыска видео платформалар убакыт жана мейкиндик чектөөлөрүн бузуп, адамдарга географиялык, жаш курак жана кесип чек аралары боюнча глобалдык колдонуучулар менен байланышууга мүмкүндүк берет. Жактыруулар, комментарийлер жана бөлүшүү сыяктуу интерактивдүү каражаттар аркылуу колдонуучулар ачык жана инклюзивдүү социалдык атмосфераны калыптандыруу менен өз көз караштарын билдирип, жашоосун бөлүшө алышат жана социалдык талкууларга катыша алышат. Бул жаңы социалдык жол адамдардын социалдык тажрыйбасын байытып гана тим болбостон, социалдык информациянын тез таралышына жана коомдук пикирдин ар тараптуу чагылдырылышына көмөктөшүп, гармониялуу коомду курууга күчтүү колдоо көрсөтөт.

### **Кытайдын жаңы медиа рыногунун масштабы жана өсүшү**

Кытайдын Экономикалык өнөр жайын изилдөө институту сыяктуу абройлуу мекемелер тарабынан жарыяланган маалыматтарга караганда, Кытайдын жаңы медиа индустриясынын базар масштабы кеңейүүнү улантууда. Ал 2014-жылы 237,93 миллиард юандан 2020-жылы 1,054,08 миллиард юанга чейин өсөт жана 2024-жылы 1,831,7 миллиард юанга жетиши күтүлүүдө. Бул жаңы медиа технологиясы Кытайда кеңири колдонулуп, бара-бара экономикалык өнүгүүгө көмөктөшүүчү маанилүү күчкө айланганын көрсөтүп турат.

"2023-2028-жылы Кытай жаңы медиа өнөр жай рыногун терең изилдөө жана өнүктүрүү перспективаларын инвестициялык техникалык-экономикалык талдоо отчету"

сыяктуу авторитеттүү отчетторго ылайык, Кытайдын жаңы медиа тармагынын рыноктук көлөмү 2014-жылдан бери олуттуу өсүшкө жетишти. 2014-жылы 237,93 миллиард юандан баштап, ал 2020-жылы 1,054,08 миллиард юанга чейин көбөйүп, күчтүү өсүш импульсун көрсөттү. Андан аркы болжолдор 2024-жылга карата рыноктун көлөмү 1,831,7 миллиард юандан ашат деп күтүлүүдө, бул чоң өсүш потенциалын жана өнүгүү мейкиндигин көрсөтөт. Сарепчилердин көз карашынан алганда, жаңы медиа рыногунун өсүшү бир эле тармак менен эмес, көптөгөн тармактардагы биргелешкен аракеттердин натыйжасы. Мисалы, онлайн оюндар, Интернет-жарнак жана радио жана телекөрсөтүү жаңы медиа бизнес бардык жаңы медиа рыногунун маанилүү компоненттери болуп саналат жана олуттуу өсүш тенденциясын көрсөтөт. Кытайдын «онлайн оюн» рыногу 2024-жылы 414,41 миллиард юанга жетиши күтүлүүдө, бул жаңы медиа рыногунун 22,62% түзөт. Интернет-жарнама рыногу 852,23 миллиард юанга жетиши күтүлүүдө, бул 46,53% түзөт. Бул интернет-жарнак жаңы медиа рыногунда эң жагымдуу сегменттердин бири бойдон калганын көрсөтүп турат. Радио жана телевидениенин жаңы медиа бизнеси 150,14 миллиард юанга жетиши күтүлүүдө, бул 8,20% түзөт. Телерадио жана телекөрсөтүү уюмдарынын жаңы медиага айланышынын тездеши менен бул тармакта өсүш үчүн дагы деле чоң мүмкүнчүлүк бар [9].

Дүйнөдөгү эң ири интернет рыногу катары Кытайда эбегейсиз колдонуучулардын базасы бар. Акыркы жылдары, смартфондордун популярдуулугу жана мобилдик интернеттин өнүгүшү менен Кытайда жаңы медиа платформалардын колдонуучуларынын масштабы өсүүнү улантты. Jing Bizhi базар изилдөө тармагынын жана башка мекемелердин изилдөөлөрүнө ылайык, 2023-жылдын сентябрында Кытайдын беш негизги жаңы медиа платформасынын активдүү колдонуучуларынын масштабы 1,088 миллиард адамга жетти, ал эми бүт тармактын кирүү ылдамдыгы 88,9% ге жетти. Бул интернет колдонуучулардын көпчүлүгүнүн арасында жаңы медиа алар үчүн маалымат алуу, көңүл ачуу жана социалдык баарлашуу үчүн негизги каналдардын бири болуп калды дегенди билдирет. Тактап айтканда, кыска видеону колдонуучулардын саны 1 миллиарддан ашты, бул жалпы интернет колдонуучулардын 96,4%ын түзөт; Webcast колдонуучулардын саны да 816 миллионго жетип, жалпы интернет колдонуучулардын 74,7% түзөт. Бул чоң колдонуучу базасы жаңы медиа индустриясы үчүн кеңири өнүгүү мейкиндигин жана рынок потенциалын камсыз кылат [3; 9].

Жаңы медиа индустриясынын рынок масштабынын кеңейиши медиа контенттин экологиясын диверсификациялоо жана байытуудан да пайда алып келет. Колдонуучулардын муктаждыктарын диверсификациялоо менен, жаңы медиа платформалар жаңылыктарды, социалдык көңүл ачууну, онлайн билим берүүнү, электрондук коммерцияны жана башка тармактарды камтыган ар кандай контент продуктуларын чыгарууну улантууда. Бул диверсификацияланган контент өнүмдөрү колдонуучулардын ар кандай муктаждыктарын гана канааттандырбастан, ошондой эле жаңы медиа индустриясынын жалпы өнүгүшүнө өбөлгө түзөт. Ошол эле учурда, жаңы медиа платформа дагы рыноктун көлөмүн кеңейтүүгө көмөктөшүүчү контентти табуу жана мазмунду ыңгайлаштыруу аркылуу жаңы бизнес моделдерин жана киреше мейкиндигин изилдейт.

Жаңы медиа индустриясынын тез өнүгүшү менен рыноктук атаандаштык барган сайын күчөп баратат. Азыркы учурда, Кытайдын жаңы медиа аянтчаларынын ортосундагы атаандаштык абдан катуу, негизги атаандаштык аянтчалар Wechat, Weibo, Douyin, Kuaishou ж.б камтыйт. Бул платформалар колдонуучуларды өзүнө тартып, рыноктун үлүшүн тынымсыз инновациялоо, мазмунду оптималдаштыруу жана колдонуучу тажрыйбасын жакшыртуу аркылуу кеңейтет. Ошол эле учурда, платформа күчүн тынымсыз өркүндөтүү жана ресурстарды интеграциялоо жана оптималдаштыруу менен жаңы медиа индустриясынын жалпы атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү да кыйла жогорулады.

**Кытайдагы жаңы медианын мазмуну**

Жаңы медианын мазмундук формалары графикалык, видео, түз эфир жана башка формаларды камтыган диверсификациялык өзгөчөлүктөрүн көрсөтөт. Бул формалардын өз өзгөчөлүктөрү бар, алар чогуу жаңы медианын бай жана түстүү коммуникациялык экологиясын түзөт.

*Графикалык форма* жаңы медиадагы мазмундун эң негизги жана кеңири таралган формаларынын бири. Ал маалыматты жеткирүү, ой-пикирин билдирүү жана окуяларды бөлүшүү үчүн тексттин, сүрөттөрдүн, диаграммалардын жана башка элементтердин айкалышын колдонот.

*Видео* жаңы медиадагы эң популярдуу формаларынын бири. Тармактын өткөрүү жөндөмдүүлүгүнүн жакшырышы жана мобилдик түзүлүштөрдүн популярдуулугу менен видеоконтент акырындык менен колдонуучулар үчүн маалымат, көңүл ачуу жана эс алуунун негизги жолу болуп калды. Видео мазмун күчтүү интуитивдүүлүк, бай экспрессия жана күчтүү жагымдуулук өзгөчөлүктөрүнө ээ, бул колдонуучулардын көңүлүн жакшыраак буруп, маалыматты жеткире алат. Жаңы медиа платформаларда видеоконтент адатта кыска видео, узун видео, түз эфир ж.б. түрүндө берилет. Кыска видео кыска, кыска, тез өсүү өзгөчөлүктөрүн жайылтууга оңой, колдонуучулардын күнүмдүк мазмунуна айланган. керектөө; Узун видеолор мазмундун тереңдигине жана кеңдигине көбүрөөк көңүл бурушат, бул билимди, тажрыйбаны бөлүшүү, документалдык тасмаларды өндүрүү жана башка тармактарга ылайыктуу. Түз берүү, анын реалдуу убакыт жана интерактивдүү мүнөздөмөлөрү менен колдонуучуларга көбүрөөк көрүү тажрыйбасын берет.

Алардын ичинен Кытайда кыска видеону өнүктүрүү күчтүү тенденцияны көрсөттү, анын таасири жана рынок масштабы кеңейүүдө. Кытайдын интернетинин өнүгүүсү боюнча 53-статистикалык отчетко ылайык, 2023-жылдын декабрына карата Кытайда кыска видеону колдонуучулардын саны 1,053 миллиардга жетип, интернет колдонуучулардын жалпы санынын 96,4% түзөт. Бул кыска видео дээрлик универсалдуу тиркеме болуп калганын жана анын колдонуучу базасы туруктуу жана кеңири экенин көрсөтүп турат [3].

*Веб трансляция формасы.* Тармактык берүү жаңы медиа контенттин эң реалдуу жана интерактивдүү формаларынын бири. Түз берүү технологиясы аркылуу колдонуучулар реалдуу убакыт режиминде түз катышуучуларды, окуялардын отчетторун билишет. Бул колдонуучуларга реалдуу жана жандуу көрүү тажрыйбасын тартуулай алат. Жаңы медиа платформада түз агымдын мазмуну көп тармактарда кеңири колдонулат, мисалы, электрондук коммерция жеткирүү, оюндун түз эфирде, спорттук иш-чараларды өткөрүү, ж.б.

Кытайда интернеттин өнүгүүсү боюнча 53-статистикалык отчетко ылайык, 2023-жылдын декабрына карата Кытайда веб-трансляцияны колдонуучулардын саны 815 миллионго жетип, 2022-жылдын декабрындагы маалыматтарга салыштырмалуу интернет колдонуучулардын жалпы санынын 74,7% түзөт, өсүү темпи 8,7%га жетти. Бул өсүү темпи интернет-тиркемелердин бардык түрлөрүнүн арасында биринчи орунда турат, бул веб-трансляция формасы кытайлык интернет колдонуучулардын күнүмдүк жашоосуна тездик менен кирип жатканын көрсөтүп турат [3].

### **Кытайда жаңы медиа социалдык көйгөйлөрдү чечүүгө жана социалдык өзгөрүүлөргө көмөктөшүү**

Жаңы медиа, өзгөчө социалдык медиа социалдык көйгөйлөрдү чечүүдө барган сайын маанилүү роль ойноп жатат. Алар колдонуучуларга өз ой-пикирин билдирүү жана маалымат алмашуу үчүн аянтчаны гана камсыз кылбастан, коомчулуктун көңүл буруусун жана социалдык маселелерге катышуусун жана көйгөйлөрдү чечүүгө көмөктөшөт.

Журналистиканын философу Фридрих Либлинг “Сөз эркиндигине маалымат каражаттары ээлик кылгандар гана ээ” деп белгилеген [14]. Жаңы медиа жаңы күч борборлорунун пайда болушуна алып келет, бул учурдагы үстөмдүк кылуучу авторитаризмдин ичиндеги чыңалуунун күчөшүнө алып келет. Башка жагынан алып

караганда, жаңы медиа кээде калыптанган медиа берүү институттарын айланып өтүп, тыюу салынган же чектелген маалыматты жарыялайт, ошону менен коомдук билимди көзөмөлдөгөн иерархияга доо кетирет [15].

2022-жылдын 28-январында интернет колдонуучулары Кытайдын Суючжоу, Цзянсу, Фэнсиан округуна караштуу Дунжи кыштагында алачыкта чынжырга байланган аял бар экенин жана суук аба ырайында үстүндө бир гана пальто бар экенин жарыялаган. Интернет колдонуучулары андан ары түшүнүшкөндөн кийин, аялдын сегиз баласы бар экени аныкталып, аны сырттан балдардын чоң атасы алып кеткен. Бул кыска видеолор жарык көргөндөн кийин, алар интернетте коомдук пикирди жаратты. Көптөгөн интернет колдонуучулар жана өзүн өзү медиа жаратуучулар Weibo, wechat жана Douyin сыяктуу социалдык медиа платформаларында кыжырдануусун билдирип, адамгерчиликсиз окуяны айыптап, жергиликтүү бийликтен аялдардын укуктарын жана кызыкчылыктарын коргоо үчүн кылдат иликтөө жүргүзүүнү суранышты. 17-февралда Кытайдын маалымат кызматкери Борбордук телевидение (CCTV) Цзянсу провинциясынын өкмөтү "сегиз бала төрөгөн Фэн уездиндеги ал аялды ар тараптуу иликтөө" үчүн тергөө тобун түзүүнү чечти деп микроблог жарыялады, буга чейин негизги маалымат каражаттары унчукпай келген. Ал алдыга карай жылып баштады. 23-февралда Цзянсу провинциясынын партиялык комитетинин жана провинция өкмөтүнүн тергөө тобу бешинчи жарыясын жарыялап, анда бул окуя боюнча коомчулуктун күмөн саноолору, анын ичинде аялдын өздүгүн тактоо, ала качуу жагдайы, кылмыштуулуктун абалы тууралуу кеңири жана терең түшүндүрмө берилген. Аялдын психикалык жана физиологиялык абалы, сегиз баланын төрөлүшү, дарылоонун жана жардам көрсөтүүнүн абалы, кылмышка шектелген адамдардын абалы, партия мүчөлөрүнүн жана кадрлардын жана мамлекеттик кызмат адамдарынын өз милдеттерин аткарганандыгы ж.б. бул коомчулуктун бул окуяга болгон талабына толугу менен шайкеш келет. Сансыз жөнөкөй интернет колдонуучулардын, биз-медиялардын, журналисттердин жана тармактык пикир лидерлеринин жаңы медиа платформалардагы бул окуяга тынымсыз көңүл буруусу "жаңы социалдык коомчулуктун, жаңы коомчулуктун түзүлүшүнө өбөлгө түзөт жана жаңы коомдук мейкиндик» [18], коомдогу ар кандай потенциалдуу үндөрдү жаңы медиа аркылуу кеңири жайылтууга мүмкүндүк берет. Мына ушулар азыркы замандын коннотациясында коомдук өзгөрүүлөргө жардам берүүчү негизги күчтөр [19].

Жыйынтыгында, Кытайдын жаңы медиасынын негизги колдонуу мүнөздөмөлөрү диверсификациялык, өз ара аракеттенүү, ыкчамдык, индивидуалдык жана интеграция сыяктуу көп аспектилерди камтыйт. Мобилдик интернет технологияларынын тез өнүгүшү менен, колдонуучулардын маалымат алуу жана алардын диверсификацияланган керектөөлөрүн канааттандыруу үчүн социалдык медианы, кыска видео платформаларды, түз уктуруу тиркемелерин, жаңылыктарды бириктирүүчү веб-сайттарды жана колдонмолорду камтыган жаңы медиа формалары барган сайын байып баратат. Интерактивдүүлүк жаңы медианын маанилүү белгиси болуп калды. Колдонуучулар маалыматты дароо эле кабыл албастан, лайк басуу, комментарий берүү, багыттоо жана тема талкууларына катышуу аркылуу медиа контент жана башка колдонуучулар менен терең өз ара аракеттене алышат, бул катышуу сезимин жана баарлашуу күчүн бир топ жогорулатат. Ошол эле учурда, күчтүү техникалык колдоо менен жаңы медиа маалыматтын заматта таркатылышын жана жаңыланышын ишке ашырат, ошентип, «жаңылыктар» чындап эле «жаңы» жаңылыкка айланып, маалымат берүүнүн убакыт айырмасын бир топ кыскартат. Жекелештирилген сунуш алгоритмин колдонуу жаңы медиага колдонуучунун кызыгуусун так чагылдырууга, жекелештирилген мазмун кызматтарын көрсөтүүгө жана колдонуучу тажрыйбасын жакшыртууга мүмкүндүк берет. Мындан тышкары, жаңы медиа да күчтүү интеграцияны көрсөтөт, текст, сүрөттөр, аудио, видео жана башка медиа түрлөрүн интеграциялоо менен гана чектелбестен, традициялык медианын чектерин бузуп, платформалар аралык интеграцияга жетүү үчүн комплекстүү, үч өлчөмдүү маалымат таркатуу системасын курат. Бул мүнөздөмөлөр биригип,

Кытайдын жаңы медиасынын уникалдуу жүзүн калыптандырат жана медиа индустриясынын терең өнүгүү жана өзгөрүшүнө өбөлгө түзөт.

#### Колдонулган адабияттар

1. Marshall McLuhan. *So Spoke McLuhan*. – Beijing: China Renmin University Press, 2006, p. 3.
2. Peng LAN. Three Clues to the definition of "New Media" // *Journalism and Communication Research*, 2016, Issue 3, p. 125.
3. China Network Audio-visual Development Research Report (2024).
4. Zhang Shiya. *Strengthening National Identity: Cultural Choice in the Digital Age*. – Beijing: Modern Education Press, 2005, p. 9.
5. *Nominology of Library, Information and Documentation*, 2019.
6. Wang Dashan, Application of Artificial Intelligence in Computer Network Technology // *Wireless Internet Technology*, No. 1, 2021, p. 18.
7. Zhao Gangying, Discussion on Key Technologies of 5G Mobile Communication Network // *China Broadband*, 2021, Issue 5, p. 52.
8. Shi Anbin, Liu Yongliang, From Media Convergence to Human-Machine Collaboration: The History, Current Situation and Vision of AI-enabled News Production // *Media Watch*, 2023, No.6, pp. 36-42.
9. China Economic Industry Research Institute, Investment Feasibility Analysis Report on In-depth Market Research and Development Prospects of China's New Media Industry in 2023-2028, 2022.
10. Yanjing Bizhi Market Research Network, 2024 China New Media Market Research Report, 2024.
11. Qin Chong, Review on the research and development of Personalized recommendation Algorithms // *Journal of Dongguan University of Technology*, 2021, No.28, pp. 51-60.
12. Zhang Yanning, Research on AI-based Speech Recognition Technology // *Computer Programming Skills and Maintenance*, 2022, Issue 8, pp. 117-118.
13. China Internet Network Information Center, 53rd Statistical Report on Internet Development in China, 2024.
14. Jon V. Pulik. *Journalism and new media [M]*. – New York: Columbia University Press, 2001, p. 92.
15. James. *Media and Power* / Trans. Shi Anbin et al. – Beijing: Tsinghua University Press, July 2006, 1st edition, p. 74.
16. Mei. *George Ritzel Theory of Postmodern Society* / Translated by Xie Lizhong et al. – Huaxia Publishing House, 2003, p. 174.
17. Neil Postman *Entertaining to Death* / Translated by Zhang Yan. – Guilin Guangxi Normal University Press, 2004, 1st edition, p. 12.
18. Han Hong. On the Research of Journalism and Communication of Citizen Shared Journalism in the Context of New Media // *Journalism and Communication Research*, 2006, No.3, pp. 73-79.
19. Nick Stivenon. *The Transformation of Media: Globalization, morality and ethics* / Translated by Gu Yifan. – Peking University Press, October 2006, p. 43.