

# **Self-media:** Будущее наступает с Востока **(WeChat и Telegram)**

Светлана Пасты

Тампере университет

[svetlana.pasti@tuni.fi](mailto:svetlana.pasti@tuni.fi)

# О термине «self-media» 自我媒体 Zìwǒ méitǐ (zi mei ti)

Self-media - это медиа, основанное индивидуумом или группой людей для публикации и обмена информацией определенной общественной значимости.

Словарь Синьхуа (Xinhua Dictionary)

# О термине «self-media»

*Self-media* – Китайский термин

выработан в процессе локализации западного термина

*We Media*,

показывает поворот от гражданского участия к массовому творчеству и предпринимательству,

растет благодаря новой технологии и нацелено на коммерцию

(Red plum, 2017)

# Self-media на WeChat

2011: WeChat –платформа для self-media

2017: 850 миллионов активных пользователей в месяц,  
догоняя самые популярных чат-приложений Messengers и  
WhatsApp

(YiYi Yang of Plaid Swan Inc., 2017)

# Четыре стадии развития ЭТИХ НОВЫХ медиа в Китае

Пре-исторический период: 2000-2010

Эмбриональный период: 2011-2013

Период взлета: 2014-2015

Период процветания: 2015-

Периодизация основана на отчетах компании Tencent  
(Red plum 2017, From “We Media” to “Self Media”)

# Особенности self-media

Мобильная доступность на платформе WeChat

Большие возможности продвигать на рынок свои страницы (WeChat account)

Их владельцев – это, в основном, представители СМИ, индустрии развлечений и традиционной индустрии услуг

Топ темы: развлечения, мода, знаменитости, здравоохранение, путешествия и автомобили

(YiYi Yang of Plaid Swan Inc., 2017)

# Характеристики типичных self-media

Сильная персонализация

Четкое позиционирование

Про-активность взаимодействия с подписчиками

Индивидуальная или малая команда

Низкая стоимость / низкий риск

# Как просмотр страниц self-media перевести в доход

Три типичных способа получения дохода

1. Вставлять контакты торговых центров на свои страницы, и люди покупают продукты непосредственно от их медиа страниц

2. Building Celebrity (Создание собственной знаменитости) – привлекает больше просмотров страниц и рекламы, инвестиций в будущем

3. Функциональная реализация – self-media публикуют отзывы и рекомендации отеля, добавляют функцию для бронирования отеля, и (или) ресторана, посещения больницы. За эту услугу пользователи медиа платят номинальная плату

(Qingming Song, a self-media holder)

# Преимущества и ограничения self-media

## **Преимущества**

Всегда свежие и современные

Меньше ограничений по повестке, менее серьезные, чем традиционные СМИ

Аудитория сосредоточена и вовлечена во взаимодействие с медиа

Расходы и риски минимальны

## **Ограничения**

Трудно конкурировать с традиционными СМИ

Недостаток знаний для коммерциализации и получения дохода

Массовый рынок и цена на рекламу отличаются

Качество каждой части контента различно

# Self-media on WeChat: *Tihho.com*

*Тиххо*, суть молока, метафора в тибетском буддизме для окончательной мудрости и просветления.

О себе:

*С 2014 года мы изучаем старые традиции, изысканное мастерство и глубокую мудрость в Гималаях и хотим поделиться с вами этим Тиххо. Являясь ценным культурным брендом Тибета, мы приносим вам красивые подарки из Гималаев и желаем осветить вашу жизнь.*

# Self-media on WeChat: *Tihho.com*

*Кто?* Два друга, выпускники Фудан университета, факультет журналистики

*Почему?* Захотелось перемен в жизни

*Идея?* Продвигать Тибетское искусство через медиа и галереи. Развивать туристический бизнес в Тибете

*Редакция?* В помещении галереи в Шанхае

Филиалы в столице Тибета Lhasa и еще трех городах там и в Пекине

*Доход* : выше среднего класса

# Self-media on WeChat: *Tihho.com*

Почему именно этот тип медиа, а не вебсайт?

*Время вебсайтов в прошлом.*

*Мы все находимся на цифровых платформах.*

*Каждый маленький бизнес есть по сути медиа.*

*(Журналист владелец *Tihho.com*)*

# Self-media on WeChat: *Tihho.com* *содержание, рубрики*

- 1. Читать: статьи от художников и экспертов (архив): текст, фото, видео

Три главные темы: Искусство. Жизнь. Буддизм.

- 2. Подарки: Свой магазин: товары, реклама, и рекомендации на каждую неделю. Система купонов поощряет купить товары.

Тиххо Таобао (свой магазин на Амазон). 'Мой заказ' позволяет видеть покупателю, как выполняется заказ и когда готов. 'Стань акционером': когда твой друг покупает что-то от медиа, ты получаешь 10% от покупки.

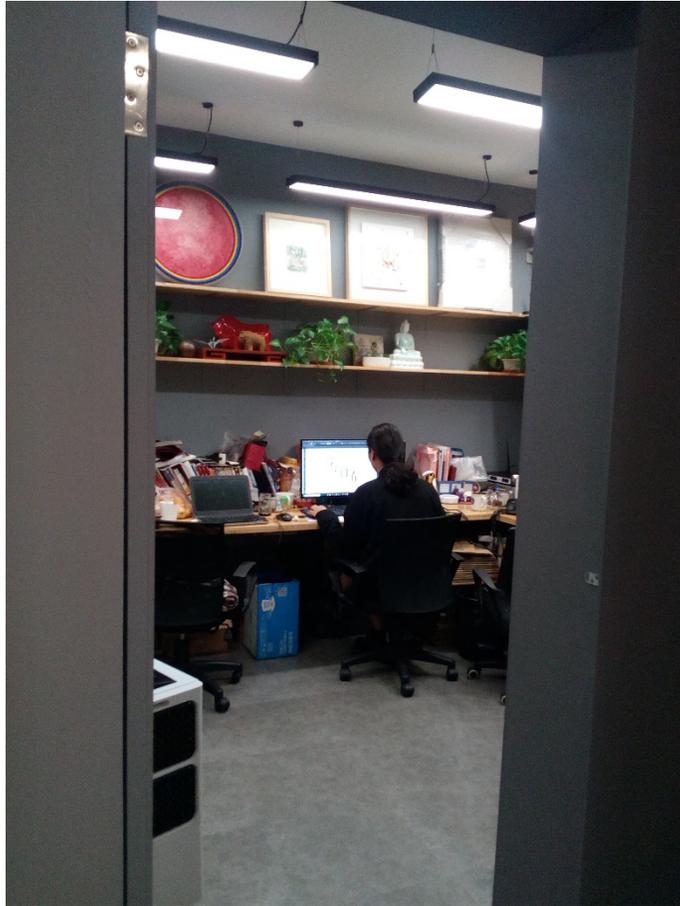
- 3. Введение в брэнд: Введение в брэнд, присоединись к нам, сайт медиа

# Self-media on WeChat: *Tihho.com*

- <http://www.tihho.com/>
- Shanghai Library metro station
- **Tihho Boutique**
- [https://www.tripadvisor.com/Attraction\\_Review-g294223-d10439121-Reviews-Tihho\\_Boutique-Lhasa\\_Tibet.html](https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294223-d10439121-Reviews-Tihho_Boutique-Lhasa_Tibet.html)











3399.9

阿彌陀佛，吉祥長壽  
菩薩的尊稱 Amitayus

以藏傳佛教蓮華部胎藏界的阿彌陀佛為原型，寫實的手法  
以現代製模技術完成，胎釀 30 日，鑲嵌於鑲。

玻璃，24K 金，紅寶石，24K 金  
3x12x10cm



# Self-media *Chi'sha* ( 'what to eat')

*Кто?* Выпускница Фудан университета, журналистика, 2017

Основала свое медиа, когда была студенткой в 2014.

*Идея?* От своего любимого занятия – обедать и ужинать в ближайших от университета ресторанах.

*Редакция?* В престижном районе Шанхая, West Nanjing Road

Число подписчиков на WeChat 400,000 и на Weibo 700,000.

Ее видео смотрят больше миллиона человек

*Доход?* Выше среднего класса

# Self-media *Chi'sha* ( 'what to eat')

Главный доход – реклама от больших (KFC, McDonald's and Starbucks) и маленьких компаний, ресторанов и магазинов

Главное содержание публикаций – ресторанный бизнес в Шанхае

Ее мечта открыть свой ресторан, может быть рекламную кампанию, но также консультирование в медиа бизнесе

# *Ротонда на Телеграм*

*Кто?* Три политических журналиста (Фонтанка.ру, Деловой Петербург)

*Почему?* Сначала для продвижения своих обычных текстов, опубликованных в СМИ

*Потом канал стал развиваться отдельно, как самостоятельный ресурс (Мария Карпенко, 2019)*

Никаких вложений, легко открыть любому

Аудитория: 16,000 подписчиков

# *Ротонда на Телеграм*

Это пока не основная работа

Повестка: городская политика, примерно два поста в день

Доход: Дают рекламу других каналов

Не ясна модель коммерциализации Telegram-каналов политических

*Самая распространённая в политическом Телеграме в России*

*модель - это публикация заказных постов (джинсы, грубо говоря) за деньги. Крупные рекламодатели пока не приходят в "Telegram", которые обеспечивают жизнь традиционным СМИ*

(из интервью с Марией Карпенко)

# Определение своего медиа и будущего

*Это – горизонтальные медиа, не нужно быть встроенным ни в какую вертикаль для того, чтобы распространять информацию, не нужно никаких вложений, не нужны никакие институты, нужна только платформа.*

*Журналистика сможет развиваться, если освоит горизонтальную финансовую модель из многих источников сразу: от читателей, инвесторов и чтобы ни у кого не было контрольного пакета. Как раз стартапы позволяют использовать горизонтальную модель финансирования (из интервью с Марией Карпенко)*

# Капитан Арктика на Телеграм

*Кто?* Опытный журналист под псевдонимом. Анонимный канал

*Почему?* Попробовать новый формат и посмотреть возможно ли это вообще, не вкладывая ни копейки денег, иметь свое медиа

Анонимность позволяет писать свободно, резко высказываться

*Идея?* Сделать узкопрофессиональный канал по теме Арктика, которую журналист знает хорошо

*Аудитория:* 3500 подписчиков (с 2018 канал открыт)

Канал работает как инструмент влияния по мнению его создателя

# Капитан Арктика на Телеграм

Это не основная работа

Нет рекламы (не берет), чтобы не потерять аудиторию

Качественный контент

Нет конкурентов, кто мог бы так глубоко освещать тему  
Арктики

Нет дохода

# О преимуществах каналов на Телеграм

Элитарность

Максимально быстрый доступ к информации

Доступ к определенному инсайту

# Почему будущее за Телеграм

*Телеграм - это обычное дело одного человека, стартап на одного. Тебя будут читать, если ты будешь писать о том, в чем ты эксперт. Telegram-каналы подразумевают, что они узкоспециализированные. Ты собираешь конструктор из каналов, которые тебе интересны, и в целом твой Телеграм получается таким полноценным медиа, в котором ты сам выбрал, каких людей и на какую тему ты будешь читать. И собрав такой конструктор, ты получаешь себе газету. Этого я про спорт читаю, этого про политику, а здесь у меня про здоровье. Сам выбираешь, каких журналистов или блогеров читаешь. Поэтому, они (каналы) узкоспециализированы, и во многом личностные, а иначе не интересно (из интервью с Марией Карпенко)*

# Заключение

В Китае используют термин 'The Age of Self-media' что контрастирует с Западным термином 'The Age of Uncertainty'

*WeChat* создан одной из самых крупных международных компаний в Китае TENCENT в 2011 и находится под контролем правительства

*Telegram* создан Павлом Дуровым, создателем сети *ВКонтакте* также в 2011, находится вне контроля правительства

Обе платформы стали местом расцвета self-media индустрии

# Заключение

**Self-media** открыто зарабатывают в *WeChat* и сама система регуляции направлена на то, чтобы поощрять и давать новые возможности качественной журналистике. То есть платформа предлагает и утверждает качество услуг (в данном случае журналистику) и прозрачную экономику

В *Telegram* ты не знаешь, эта информация была поставлена за деньги или услуги, кто спонсоры персонального канала, какие у него цели. Потому что много анонимных каналов

# Заключение

В Китае self media - коммерческие предприятия с хорошим доходом, подход к журнализму как к бизнесу

В России персональные медиа на Телеграм есть инструмент (политического) влияния, не являются основным местом работы, но имеют оптимизм на будущее и возможности монетизации

И те и другие - индивидуальные или групповые стартапы, с четким позиционированием на рынке, ярким персональным лидерством, активно взаимодействующие со своей аудиторией

Спасибо за Ваше внимание  
[svetlana.pasti@tuni.fi](mailto:svetlana.pasti@tuni.fi)