

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

На правах рукописи

Чжан Ин

**ПРИНЦИПЫ ПРОГРАММИРОВАНИЯ И ЖАНРОВО-ФОРМАТНЫЕ
ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ КИТАЯ**

Специальность: 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент

Ю. И. Долгова

Москва – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические основы исследования регионального телевидения КНР	21
1.1 Место региональных телеканалов в системе телевещания КНР ..	21
1.2.Эпоха индустрии развлечений как контекст развития современных региональных телеканалов КНР	42
1.3 Телевизионная передача и ее жанрово-форматные характеристики	57
1.4 Понятие и принципы программирования на телевидении.....	73
Выводы к первой главе.....	88
Глава 2. Программирование региональных телеканалов КНР: основные тенденции	89
2.1 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Хунань ТВ».....	90
2.2 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Чжэцзян ТВ».....	106
2.3 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Цзянсу ТВ».....	121
Выводы ко второй главе.....	138
Глава 3. Тематические особенности и визуальная презентация контента региональных телеканалов Китая	140
3.1 Приоритетная тематика телепрограмм.....	140
3.2 Тематика и форматы телепрограмм в прайм-тайм	155
3.3 Выразительные средства экрана и технологии визуализации	168
Выводы к третьей главе	182
Заключение	183
Библиографический список.....	191
Приложения	222

Введение

Актуальность темы. Распространение цифровых технологий заметно усилило конкуренцию в медиасфере, повысив важность успешных стратегий при продюсировании и программировании телевизионного контента. Параметры, анализируемые в данной работе: методы расстановки телепередач в эфирной сетке телеканала, формат и тематика передач, изобразительно-выразительные средства экрана и способы визуализации – являются важными факторами, обеспечивающими успех телевизионного контента и телевизионного вещателя. Эффективная программная стратегия способна предопределить долгосрочный рост аудитории телеканала в условиях развития нелинейных видов телевизионного смотрения. Именно поэтому изучение специфики программирования и жанрово-форматных особенностей региональных телеканалов Китайской Народной Республики с высокими рейтингами имеет большое значение для практической разработки методов производства и размещения программного контента.

Становление радио и телевидения в Китае происходило достаточно медленно, что было обусловлено как технологическими, так и политико-экономическими причинами. В конце XX века телерадиоиндустрия КНР начала стремительного развиваться, и одним из факторов этого развития следует считать принятие программы политических и экономических преобразований «Реформы и открытость» после Третьего пленума Центрального комитета Коммунистической партии Китая 11-го созыва, состоявшегося в 1978 году. Именно в этот период радио- и телевидение КНР получила позитивный импульс для быстрого совершенствования, в том числе благодаря размещению на телеканалах зарубежных телевизионных и радиопрограмм, использованию в телевизионном вещании зарубежных технологий. В настоящее время экономика КНР является одной из самых

успешных экономик мира (первая по паритету покупательной способности и вторая по номинальному ВВП¹). Экономическое и политическое развитие Китая обеспечивает большую помощь индустрии телевизионных СМИ. Правительство КНР по-прежнему оказывает поддержку радио- и телевизионным медиа, способствуя повышению качества производимых программ. Значительное внимание в КНР уделяется внедрению новых технологий в телевизионную систему: увеличению разрешения телевизионных экранов, продвижению умных телевизоров и сетей 5G для совместного использования онлайн- и телевизионных медиа и большего удобства зрителей².

Для анализа в диссертационном исследовании были выбраны местные спутниковые телеканалы с высокими рейтинговыми показателями: «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ». Учитывая специфику деления телевизионных каналов КНР по территориальному признаку, эти вещатели соответствуют региональным телевизионным каналам в российской медиасистеме. Данные медиа изначально вещали только внутри своей провинции, но одновременно, благодаря использованию спутниковых технологий, стали приниматься по всей территории КНР. Сегодня их вещание можно охарактеризовать как общенациональное.

Телевидение КНР – уникальный феномен в мировой медиасистеме: оно строго контролируется государством и одновременно ориентировано на коммерческую деятельность. Региональные телевизионные каналы в КНР парадоксальным образом оказываются менее контролируемыми центральной властью, так как обязанность регулирования их деятельности лежит не только на центральной, но и на местной власти. Выбранные для анализа телеканалы

¹ Это Китай. Обзор ВВП // Китайский институт Фуданьского университета. – 2022. – Вып. 160. – URL: <https://cifu.fudan.edu.cn/04/82/c522a459906/page.htm> (дата обращения: 18.06.2025) (=《这就是中国》谈谈 GDP. 复旦大学中国研究院. 第 160 期.)

² Отчет об исследовании радио- и телевизионной промышленности Китая в 2024 году // Экономическая сеть 21. – 2024. – URL: <https://www.21jingji.com/article/20240110/herald/74eaaef5ea6361dc9a37febbab124f59.html> (дата обращения: 18.06.2025). (=年中国广播电视台行业报告.)

«Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» активно ведут коммерческую деятельность, размещая телевизионную рекламу в программной сетке и получая доходы от рекламы. Привлекательность программ, рейтинги оказываются важными показателями, обеспечивающими их развитие.

В последние десять лет телеканалы, выбранные для исследования, конкурируют за лидерство и имеют высокие рейтинги. Большую часть времени самым популярным телеканалом оставался «Хунань ТВ», тогда как «Чжэцзян ТВ» занимал первое место лишь в 2021 и 2022 годах. С 2009 по 2015 год «Цзянсу ТВ» сохранял вторую позицию в рейтинге, с 2016 по 2020 год ему удалось попасть лишь в пятерку, а в 2021 и 2022 годах он находился на третьей позиции. Исследование принципов программирования и жанрово-форматных особенностей каналов, конкурирующих за место среди лидеров, представляет научно-практический и научно-теоретический интерес. В ходе анализа будут выявлены приемы программирования и жанрово-форматное своеобразие этих телеканалов.

Кроме того, данное диссертационное исследование особенно важно в контексте наблюдения за эффективностью контроля над контент-политикой китайских телевещателей, осуществляемого правительством КНР с целью предотвращения чрезмерного насыщения телевизионного эфира развлекательными передачами. Ориентация медиаиндустрии на исключительно развлекательный контент стала актуальной в западной культуре после 1960-х годов, когда социальные условия жизни в странах Западной Европы стабилизировались после Второй мировой войны. В КНР данный феномен стал очевидным с 1990-х годов, на этапе расцвета массовой культуры. Развлекательные передачи – это не только один из самых востребованных телевизионных продуктов, но и контент, который может оказать серьезное влияние на сознание и поведение аудитории, особенно при чрезмерном его количестве в эфире. По мнению североамериканского теоретика медиа Н. Постмана, телевизионная развлекательная программа

становится важной составляющей эпохи индустрии развлечений, формируя мировоззрение и образ мышления, подсознательно направляя и в определенной степени влияя на поведение социальных групп³. Влияние «эпохи индустрии развлечения» затронуло и программную политику региональных телеканалов КНР, которые исследователи часто называют развлекательными, несмотря на универсальный характер распространяемого ими контента.

На наш взгляд, в настоящее время повышенным спросом у аудитории пользуется как развлекательный, так и социально значимый контент, продюсируемый при помощи популярных форматов – реалити-шоу, ток-шоу и др. Согласно отраслевому отчету «Рейтинги телевидения в Китае»⁴, в 2020–2023 годах развлекательные программы по-прежнему занимали доминирующее положение среди самых популярных передач. Однако при внимательном рассмотрении этого контента выяснилось, что многие проекты, попадающие в рейтинг, отличаются и привлекательной формой, и содержанием, имеющим познавательную ценность и социальную значимость. Например, такие передачи, как тревел-шоу и реалити-шоу о китайской культуре развлекают, создают условия для отдыха перед экраном телевизора после рабочего дня, а также имеют познавательное значение. Многие ток-шоу и реалити-шоу помогают привлекать внимание телезритории к важным социальным проблемам (подробнее об этом речь пойдет в главе 3).

Цель исследования – определить специфику программирования и жанрово-форматное своеобразие региональных телевизионных каналов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», имеющих высокие рейтинговые показатели, с учетом традиционных задач, стоящих перед продюсерами государственного телевидения КНР.

³ Постман Н. Развлечения до смерти. – Пекин: Ситик Пресс, 2015. (= (美) 波兹曼著. (章艳译). 娱乐至死. 北京: 中信出版社. 2015.)

⁴ Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2020> (дата обращения: 06.08.2024).

В диссертации решаются следующие **задачи**:

1. Выявить специфику телевизионной индустрии КНР, определить место изучаемых телеканалов в системе телевещания КНР.
2. Предложить жанрово-форматную классификацию телевизионной продукции изучаемых телеканалов.
3. Обозначить приемы программирования, характерные для регионального телевидения, в соответствии с ритмом жизни китайского телезрителя.
4. Определить феномен «эпохи индустрии развлечений» как контекст развития современных региональных телевизионных вещателей, имеющих высокие рейтинги.
5. Выявить суточную и недельную динамику программирования исследуемых телеканалов, определить различия в контент-политике и стратегиях программирования между изучаемыми телевизионными вещателями.
6. Выделить востребованные форматы и тематику передач, выходящих на данных телеканалах.
7. Определить специфику программирования прайм-тайма телеканалов с учетом рекомендаций, содержащихся в регламентирующих документах, издаваемых Центральным народным правительством Китайской Народной Республики.
8. Раскрыть способы повышения привлекательности телевизионного контента посредством определения характерных изобразительно-выразительных средств и методов визуализации информации.

Объект исследования – региональные телеканалы КНР.

Предмет исследования – специфика программирования и жанрово-форматные особенности контента региональных телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ», «Цзянсу ТВ».

Теоретическую основу диссертации составляют труды китайских, российских, североамериканских и западноевропейских исследователей в области телевизионной журналистики и массовых коммуникаций. Большое внимание автор уделил работам, сфокусированным на изучении жанров и форматов современного телевидения, на теории и практике программирования, изобразительно-выразительных средствах экрана и современных способах визуализации информации.

При изучении развития телевидения КНР и его современного состояния автор опирался на труды китайских ученых: Гао Хунбо⁵, Го Чжэнъчжи⁶, Инь Хун и Лян Цзюньцзянь⁷, Кун Линшунь и Чжан Сысы⁸, Ли Синь и Оу Хуэйлин⁹, Линь Хуэй¹⁰, Лу Ди¹¹, Лю Яньнань¹², Чжао Шугуан¹³, Чжу Цзинвэнь¹⁴.

⁵ Гао Хунбо. «Интернет + ТВ»: пространство деятельности телевизионной интегрированной медиаиндустрии // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2018. – № 9. – С. 19–24. (=高红波.“互联网+电视”: 中国电视融媒体产业的场域空间. 中国传媒大学学报. 2018年第9期, 第19-24页.)

⁶ Го Чжэнъчжи. История китайского телевидения. – Пекин: Издательство культуры и искусства, 2011. (=郭镇之. 中国电视史. 北京, 文化艺术出版社. 2011.)

⁷ Инь Хун, Лян Цзюньцзянь. Трансформация и инновации производства телевизионного контента в Китае в контексте медиаконвергенции // Современные коммуникации. – 2021. – № 43 (2). – С. 1–7. (=尹鸿, 梁君健. 媒介融合背景下中国电视内容生产的转型与创新. 现代传播, 2021. (43(2)): 1-7.)

⁸ Кун Линшунь, Чжан Сысы. Кризис и поворот: китайские разнообразные шоу в 2020 году // Китайское телевидение. – 2021. – № 4. – С. 23–27. (=孔令顺, 张思思. 危机与转机: 2020年的中国电视综艺. 中国电视. 2021年第4期. 第23-27页.)

⁹ Ли Синь, Оу Хуэйлин. История китайской телевизионной коммуникации. – Пекин: Издательство Пекинского института вещания, 2002. (=李幸, 欧慧玲. 中国电视传播史. 北京, 北京广播学院出版社. 2002.)

¹⁰ Линь Хуэй. Начало: воспоминания о зарождении китайской телевизионной драматургии // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 91–95. (=林卉. 开端: 中国电视剧事业诞生时期的记忆. 中国电视, 2023年第12期, 第91-95页.)

¹¹ Лу Ди. Кризис и трансформация телевизионной индустрии Китая. – Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2002. (=陆地. 中国电视产业的危机与转机. 北京. 中国人民大学出版社. 2002.)

¹² Лю Яньнань. Анализ телевизионных рейтингов: анализ опросов и их применение. – Пекин: Издательство Коммуникационного университета Китая, 2006. (=刘燕南. 电视收视率解析: 调查分析与应用. 北京. 中国传媒大学出版社. 2006.)

¹³ Чжао Шугуан. Социальная медиатрансформация традиционного телевидения: контент, социум и процесс // Вестник университета Цинхуа. – 2016. – Т. 1, № 31. – С. 143. (=赵曙光. 传统电视的社会化媒体转型: 内容、社交与过程. 清华大学学报, 2016年01期, No. 31, p. 143.)

Теоретическим фундаментом для изучения жанров и форматов телевизионной журналистики стали работы российских исследователей: Ю. И. Долговой¹⁵, С. Н. Ильченко¹⁶, А. Г. Качкаевой¹⁷, Г. В. Лазутиной¹⁸, А. А. Новиковой¹⁹, Т. И. Суриковой²⁰, Р. В. Удовиченко²¹; а также работы исследователей из КНР: Ли Даньлинь²², Сунь Баогуо²³, Ху Чжифэн²⁴. Автор проанализировал труды зарубежных исследователей: Д. Бигнелла²⁵, Ж. Чалаби²⁶, Д. Корнера²⁷, Л. Логана²⁸. При изучении теории и практики

¹⁴ Чжю Цзинвэнь. Пост-ТВ и метакогниция: переосмысление концепции китайской телекритики в новую эпоху // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2021. – № 11. – С. 119–124. (=朱婧雯. 后电视与元认知: 新时代中国电视批评理念再考察. 中国传媒大学学报. 2021年第11期, 第119-124页.)

¹⁵ Долгова Ю. И., Еришов Н. О., Зунг Ч. Т. Т. Жанрово-форматные особенности развлекательного телевидения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2022. – Т. 27, № 3. – С. 573–589.

¹⁶ Дятлова А. Е., Ильченко С. Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 36. – С. 989–997; Ильченко С. Н., Разина О. А. Трансформация культурно-просветительских программ в телевизионном эфире в условиях пандемического контекста (на примере проекта «Русский музей. 125 лет») // Неофилология. – 2022. – Т. 8, № 29. – С. 144–153.

¹⁷ Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 42–50.

¹⁸ Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 14–21.

¹⁹ Новикова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. – М.: ИД Высшей школы экономики, 2013.

²⁰ Сурикова Т. И. Смыслоное поле понятия «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 25–29.

²¹ Удовиченко Р. В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» // Научная мысль Кавказа. – 2011. – № 2. – С. 148–153.

²² Ли Даньлинь. Правовая защита и инновационный путь формата телевизионных программ // Современные коммуникации. – 2015. – № 8. – С. 120–124. (=李丹林. 电视节目模式的法律保护与创新路径. 现代传播, 2015 (8): 120-124.)

²³ Сунь Баогуо. Исследование форматов китайских телепрограмм. – Пекин: Издательство «Синьхуа», 2007. (=孙宝国. 中国电视节目形态研究. 北京. 新华出版社. 2007.)

²⁴ Ху Чжифэн. Планирование телевизионных программ. Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2006. (=胡智锋. 电视节目策划学. 上海. 复旦大学出版社. 2006.)

²⁵ Bignell J. An Introduction to television studies. – London; New York: Routledge, 2008.

²⁶ Chalaby J. K. The Format Age: Television's Entertainment Revolution. – Cambridge: Polity Press, 2015.

телевизионного программирования автор опирался на работы Ю. И. Долговой²⁹, В. И. Могилевской³⁰, Ли Лэй³¹, Сюй Ин³², Цай Цинго³³, Цзинь Юнчжэ³⁴, Чай Янь³⁵, Ши Хаоцзюнь³⁶, Шэнь Шуньчжэн³⁷, Юй Ипэн³⁸.

Существенную помощь при написании диссертации автору оказали работы по изобразительно-выразительным средствам телевизионного экрана и

²⁷ Corner J. R. *Television Form and Public Address*. – London: Edward Arnold, 1995.

²⁸ Logan L. *The Emperor's New Clothes? The Way Forward: TV Format Protection Under Unfair Competition Law in the United States, United Kingdom and France. Part 1, 2 // Entertainment Law Abstract*. – 2009. – Vol. 20, № 2–3.

²⁹ Долгова Ю. И. Локальное телевидение: программирование и контент-стратегии в цифровую эпоху // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 73. – С. 311–333.

³⁰ Могилевская В. С. Трансформация программной стратегии нишевого развлекательного телеканала в условиях конкурентной медиасреды (на примере СТС и ТНТ) // Вопросы теории и практики журналистики. – 2021. – Т. 10, № 4. – С. 775–791.

³¹ Ли Лэй. Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае // Журнал Шэньчжоу. – 2018. – № 20. – С. 256. (=李蕾. 当今中国电视节目编排的现状特点与趋势. 神州, 2018年第20期, 第256页.)

³² Сюй Ин. Анализ приемов программирования и инновационных стратегий телевизионных программ в новую эпоху // Колыбель репортеров. – 2021. – № 8. – С. 137–138. (=许颖. 新时期电视节目编排技巧与创新策略分析. 记者摇篮. 2021(8): 137-138.)

³³ Цай Цинго. Постановка и стратегия программирования телевизионных программ в новый период // Кабельное телевидение Китая. – 2019. – № 1. – С 96–98. (=蔡庆国. 新时期电视节目的设置和编排策略. 中国有线电视, 2019 (1): 96-98.)

³⁴ Цзинь Юнчжэ. Анализ программирования телевизионных программ // Западное радио и телевидение. – 2019. – № 24. – С. 126–127. (=金永哲. 电视节目编排分析. 西部广播电视台.2019 (24): 126-127.)

³⁵ Чай Янь. Инновационные стратегии программирования телевизионных программ в условиях мультимедийности // Колыбель репортеров. – 2020. – № 8. – С. 122–123. (=柴艳. 多媒体时代背景下电视节目编排创新策略.记者摇篮. 2020 (8): 122-123.)

³⁶ Ши Хаоцзюнь. Стратегия развития спутникового телевидения Цзянсу с точки зрения программирования и вещания // Китайский журнал радиовещания и телевидения. – 2013. – № 6. – С. 53–55. (=侍浩军. 从编播看江苏卫视的发展策略. 中国广播电视台学刊.2013年第6期.第53-55页.)

³⁷ Шэнь Шуньчжэн. Краткий обзор инновационных идей в контент-стратегии телепрограмм // Журнал Хуанхэского университета науки и техники. – 2008. – № 6. – С. 91–93. (=沈顺珍. 浅议广播电视台节目编排中的创新理念. 黄河科技大学学报. 2008 (6): 91-93.)

³⁸ Юй Ипэн. Исследование способов программирования телевизионных программ в контексте новой эры // Западное радио и телевидение. – 2020. – № 6. – С. 174–175. (=余亦鹏. 新时代背景下电视节目编排手段研究[J].西部广播电视台. 2020 (6): 174-175.)

современным методам визуализации: Н. С. Гегеловой и А. А. Грабельникова³⁹, Г. Зеттла⁴⁰, Ли Хуа⁴¹, Лю Чан⁴², Д. И. Монахова⁴³, Чэн Сыяо⁴⁴, К. А. Шерговой⁴⁵, Ши Минфан⁴⁶.

Степень изученности темы. Исследователи неоднократно обращались к изучению успешных стратегий телевизионного программирования, и их выводы часто были схожими. Они отмечали, что «содержание передач и стратегия программирования влияют на рейтинг, который также обусловлен ориентацией на ритм жизни аудитории при расстановке передач; телевизионный контент должен быть инновационным и отвечать потребностям телезрителей»⁴⁷.

При изучении успешных контент-стратегий российские, североамериканские и западноевропейские исследователи обращались к анализу содержания телеканалов, функционирующих в их странах. Например,

³⁹ Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. – Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2019.

⁴⁰ Zettl H. Visual Effects in Television Production // Journal of Visual Communication. – 2021. – № 15 (2). – Pp. 89–104.

⁴¹ Ли Хуа. Применение технологии видеовизуализации в телевизионных новостях // Производство фильмов и телепередач. – 2022. – № 11. – С. 49–54. (=李华. 视频可视化技术在电视新闻中的应用. 影视制作. 2022 年 11 期, 第 49-54 页.)

⁴² Лю Чан. Анализ стратегии визуализации вещательной программы // Очаровательный Китай. – 2020. – № 44. – С. 128. (=刘畅. 广播节目可视化策略探析. 魅力中国. 2020 年 44 期, 第 128 页.)

⁴³ Монахов Д. И. Визуализация информации: генезис, проблемы, тенденции. – М.: МАКС Пресс, 2012.

⁴⁴ Чэн Сыяо. Исследование будущего пути «визуализации радиопрограмм» // Вестник научно-технических инноваций. – 2009. – № 27. – С. 178–179. (=程思遥. 探索“广播节目可视化”的未来之路. 科技创新导报. 2009 (27): 178-179.)

⁴⁵ Шергова К. А. Эволюция художественно-выразительных средств экрана в интернет-среде. Проблемы современной документалистики // Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 107–115; Шергова К. А. Монтаж как способ моделирования мышления // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2014. – № 22. – С. 33–46.

⁴⁶ Ши Минфан. Методы визуализации информации в электронных библиотеках // Интеллект. – 2006. – № 7. – С. 29–35. (=石明芳. 数字图书馆中的信息可视化技术. 情报杂志, 2006 (7): 29-35.)

⁴⁷ Чжан Ин, Долгова Ю.И. Специфика программирования популярных провинциальных телеканалов КНР // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2025. – №. 94. – С. 290-309.

Ю. И. Долгова, О. В. Тихонова, Г. В. Перипечина, исследуя жанрово-форматные особенности ведущих универсальных телевизионных вещателей и специфику их программирования, определили жанрово-форматные особенности контента, размещаемого в разные отрезки дня на эфирном телевидении⁴⁸.

Среди работ, посвященных телевидению КНР, следует выделить статьи Ван Юе и Ли Хун, в которых отражена специфика развития китайского телевидения на современном этапе⁴⁹; диссертацию Цао Юй, в которой предпринят анализ детского телевидения КНР⁵⁰; труды Е. Л. Проскурновой и О. Е. Те о пропаганде национальных культурных ценностей в передачах телевидения КНР⁵¹.

Среди работ исследователей из КНР следует также отметить монографию Сунь Баогуо, в которой предложена типология китайского телевидения, подробно изучена трансформация китайских телевизионных программ, их форматы и ценностная ориентация⁵².

⁴⁸ Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Контент-стратегии телеканалов «большой тройки»: тематика, жанры, форматы // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2019. – № 61. – С. 237–255; Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 69. – С. 321–339; Долгова Ю. И., Федорова В. С. Программирование универсальных телеканалов в условиях острой конкуренции (на примере «Первого канала» и «России 1») // МедиАльманах. – 2019. – № 3 (92). – С. 64–74.

⁴⁹ Гегелова Н. С., Юе В. Современное состояние и тенденции развития интернет-телевидения в Китае // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2014. – № 2. – С. 98–103; Хун Л. Китайское телевидение на современном этапе // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2009. – № 3. – С. 78–82.

⁵⁰ Юй Ц. Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2021

⁵¹ Проскурнова Е. Л., Вань Ч., Те О. Е. Пропаганда национальных культурных ценностей в современных телепередачах Китая // Вестник Томского государственного университета. – 2025. – № 511. – С. 54–67.

⁵² Сунь Баогуо. Исследование форматов китайских телепрограмм. – Пекин: Издательство «Синьхуа», 2007. (=孙宝国. 中国电视节目形态研究. 北京. 新华出版社. 2007.)

Авторы из Китайской Народной Республики изучили различные аспекты продюсирования и программирования телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», передачи которых вошли в эмпирическую базу исследования. Дай Сяоцзюнь подробно анализировал основные технологии продюсирования телепередач регионального телеканала «Цзянсу ТВ»⁵³. Ши Хаоцзюнь рассмотрел специфику программирования этого телеканала, фокусируя внимание на таких факторах эффективности, как юмор, профессионализм ведущих, следование ритму жизни телевизионных зрителей⁵⁴. Гао Я изучал другой региональный телеканал – «Чжэцзян ТВ». Он обращал внимание на развлекательные телепередачи, а также те задачи и проблемы, которые стоят перед телевещателем⁵⁵. Хан Дунсюэ выделил причины высоких рейтингов телеканала «Хунань ТВ», проанализировав шесть самых рейтинговых программ телевещателя в 2011 году. Исследователь подчеркивал, что для разработки эффективной программной стратегии необходимо учитывать потребности телевизионной аудитории и специфику временных отрезков, в которые размещаются телевизионные программы⁵⁶. В то же время работ, посвященных сравнительному анализу популярных региональных телеканалов, на котором будет сосредоточено наше внимание, реализовано не было.

⁵³ Дай Сяоцзюнь. Знакомство с системой продюсирования программ спутникового телеканала «Цзянсу» и ключевыми программными технологиями // Радио- и телевизионные технологии. – 2012. – № 1. – С. 28–30. (=戴晓俊. 江苏卫视频道节目制作系统及节目关键技术介绍.广播电视技术, 2012 (1): 28-30.)

⁵⁴ Ши Хаоцзюнь. Стратегия развития спутникового телевидения Цзянсу с точки зрения программирования и вещания // Китайский журнал радиовещания и телевидения. – 2013. – № 6. – С. 53–55. (=侍浩军. 从编播看江苏卫视的发展策略. 中国广播电视学刊.2013年第6期.第 53-55 页.)

⁵⁵ Гао Я. Краткий анализ тенденций развития развлекательных программ спутникового телевидения «Чжэцзян» // Китайский журнал радиовещания и телевидения. – 2017. – № 8. – С. 43–45. (=高雅. 浙江卫视综艺节目发展走向浅析. 中国广播电视学刊, 2017 (8): 43-45.)

⁵⁶ Хан Дунсюэ. Анализ стратегии программирования телевизионных программ – на примере спутникового телевидения Хунань // Пресс Шэньчжоу. – 2011. – С. 190–191. (=韩东雪. 电视节目的编排实例分析 – 浅谈湖南卫视的节目编排. 神州. 2011, 第 190-191 页.)

Научная гипотеза. Учитывая специфику развития телевидения КНР, место изучаемых телевизионных вещателей в медиасистеме Китая, мы предполагаем, что китайские региональные телеканалы, имеющие высокие рейтинги, программируются с учетом известных принципов программирования. При создании телевизионных передач они обращаются к популярным и привлекательным телевизионным форматам, одновременно уделяя значительное внимание социально значимому контенту, особенно на тему китайской культуры. При продюсировании телепроектов для получения эффектного видеоряда активно используются выразительные средства экрана и современные цифровые технологии.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые:

- изучены жанрово-форматные особенности и принципы программирования региональных телеканалов КНР, имеющих высокие медиаметрические показатели, в сравнении;
- выявлены приоритетные форматы для разных тайм-слотов;
- выделена преобладающая тематика телевизионных программ;
- уточнена концепция разделения телевизионного контента на исключительно развлекательный и социально значимый;
- расширен список тенденций в сфере телевизионного программирования и продюсирования применительно к медиаиндустрии КНР;
- определены основные изобразительно-выразительные средства и способы визуализации, используемые в процессе телевизионного производства на региональных телеканалах КНР.

Положения, выносимые на защиту:

- 1) На всех трех телеканалах в разной степени использовались методы горизонтального, вертикального и шахматного программирования, однако не

всегда их применение было обусловлено ритмом жизни аудитории.

2) Самыми популярными форматами на региональных телеканалах оказались сериалы и новости. Сериалы были приоритетным форматом практически у всех исследуемых телевизионных вещателей во все отрезки времени. Вместе с тем, помимо сериалов, «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» отдавали предпочтение разным форматам в отдельные тайм-слоты.

3) Три общие тематики, выполняющие основные функции телевидения, присутствовали на всех телеканалах: китайская культура, развлекательная тематика и актуальная информация. При обращении к другим видам тематик телеканалы следовали стратегии контрпрограммирования.

4) Чтобы привлечь более широкую аудиторию, региональные каналы Китая транслировали социально значимый контент при помощи популярных форматов: устоявшимися форматами оказались ток-шоу о здоровье, документальная драма и тревел-шоу о китайской культуре.

5) Для повышения привлекательности социально значимого контента использовались различные изобразительно-выразительные средства экрана и средства визуализации:

- создание дополненной реальности в новостных студиях;
- включение анимационных видеороликов в документальные телепрограммы;
- замедленная и ускоренная съемка;
- артистичное поведение телевизионных ведущих;
- технология «Призрак Пеппера» и др.

Методология исследования. В работе использовались методы анализа, сравнения и описания. В ходе исследования специфики программирования и жанрово-форматного своеобразия региональных телеканалов КНР с высоким рейтингом применялся анализ программных версток телеканалов, тематический анализ, а также качественный анализ

изобразительно-выразительных средств, используемых при создании телевизионного контента.

В ходе анализа программирования региональных телеканалов мы обращали внимание на то, в какой степени эти телеканалы следуют ритму жизни аудитории, меняя верстку в течение недели и суток. Также наше внимание было сфокусировано на использовании телеканалами приемов программирования, в частности горизонтального, шахматного, вертикального программирования, для формирования привычки к просмотру передач у телевизионной аудитории.

В ходе рассмотрения форматных особенностей эфирной продукции телеканалов было выделено 23 формата. Список форматов составлялся на основе теоретической литературы, а также предварительной работы⁵⁷. Были выделены следующие форматы:

1. Журналистский контент: документальный фильм; реалити-шоу; новости; информационно-аналитическая передача; тревел-шоу; документальная драма; литературный комментарий; спортивная трансляция; ток-шоу о здоровье, ток-шоу о любви, научно-популярное ток-шоу, политическое ток-шоу, социальное ток-шоу; шоу, кулинарные шоу, музыкальное шоу; танцевальный конкурс, кулинарный конкурс, литературный конкурс.

2. Нежурналистский контент: телевизионный сериал; концерт; мультипликационный фильм; прогноз погоды.

В ходе нашего исследования передачи были систематизированы по дням недели и тайм-слотам, в которые они выходили в эфир. В результате нами были выявлены приоритетные форматы того или иного тайм-слота; также мы

⁵⁷ Долгова Ю. И. Локальное телевидение: программирование и контент-стратегии в цифровую эпоху // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 73. – С. 311–333; Долгова Ю. И., Ерилов Н. О., Зунг Ч. Т. Т. Жанрово-форматные особенности развлекательного телевидения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2022. – Т. 27, № 3. – С. 573–589; Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004.

определили, в какой степени телеканалы учитывают ритм жизни аудитории в течение недели и суток.

В ходе тематического анализа изучаемых телевизионных программ была выделена приоритетная тематика, используемая для продюсирования на телевизионных каналах; прослежена корреляция тематики и формата телевизионной продукции; сделан вывод о соотношении исключительно развлекательного и социально значимого контента применительно к программированию такого знакового периода эфирного времени, как прайм-тайм. При помощи качественного анализа изобразительно-выразительных средств и современных способов визуализации информации был изучен инструментарий, используемый телевизионными продюсерами КНР для совершенствования визуальной составляющей экранной продукции.

Эмпирическую базу исследования составили все телевизионные программы телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», выходившие с 9 по 15 января 2023 года и с 6 по 12 ноября 2023 года, программные верстки изучаемых телеканалов, а также рейтинговые данные. Было проанализировано 1008 часов экранной продукции.

Теоретическая значимость диссертационного исследования. Были определены основные телевизионные форматы, используемые телевизионными продюсерами КНР для телевизионного вещания. Уточнены концепции разделения телевизионного контента на исключительно развлекательный и социально значимый; расширен список тенденций в сфере телевизионного программирования и продюсирования применительно к медиаиндустрии КНР. Рассматривая особенности программной политики региональных телеканалов Китая в условиях государственного регулирования, автор вносит вклад в развитие теории функционирования медиасистем и телевизионного программирования.

Практическая значимость исследования заключается в применении его результатов в работе современных тележурналистов и специалистов в области медиаиндустрии; в ходе чтения курсов по истории и теории китайской телевизионной журналистики и телевизионному программированию; студентами вузов в качестве справочных материалов. Кроме того, результаты исследования могут быть использованы при обновлении и совершенствовании контент-стратегии телеканалов с меньшими рейтинговыми показателями.

Перспективы дальнейшей разработки данной темы могут быть связаны с проведением сравнительного исследования регионального телевидения России и КНР. Целью такого анализа могло бы стать не только выявление уникальных черт национального регионального телевидения, но и определение потенциала для взаимного заимствования наиболее эффективных практик и форматов между телевизионными индустриями двух стран. Методологический аппарат, созданный в рамках диссертационного исследования, также обладает значительным потенциалом для мониторинга и анализа дальнейшей эволюции регионального телевещания в условиях цифровизации.

Личное участие автора в получении результатов исследования состоит в том, что им были проанализированы программные верстки телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», проведен тематический и качественный анализ изобразительно-выразительных средств и средств визуализации, используемых в телепередачах, транслировавшихся с 9 по 15 января 2023 года и с 6 по 12 ноября 2023 года. Автором составлена типология форматов и тематик. В процессе анализа программных версток исследовались приемы программирования, которые могут способствовать формированию привычки к телевизионному смотрению (горизонтальное программирование), а также ритм жизни аудитории. Сравнение программирования телеканалов в течение недели и в течение суток позволило сделать вывод о наличии суточной

и недельной динамики в программировании форматов. Выделены наиболее часто используемые форматы в различные тайм-слоты.

Была проанализирована тематика всех проектов, вошедших в эмпирическую базу, что позволило сделать выводы о тематических приоритетах изучаемых телевещателей. Анализируя данный параметр, автор обращал внимание на соотношение исключительно развлекательных проектов и тех передач, которые можно отнести к социально значимым. В ходе рассмотрения методов повышения привлекательности телепроектов исследовались изобразительно-выразительные средства и современные методы визуализации, используемые в популярных передачах телевизионных каналов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ».

Составленная автором типологизация содержит 23 формата телевизионных программ, а также 8 тематик, характерных для изучаемых телеканалов. Было проанализировано 1008 часов экранной продукции выбранных телеканалов.

Степень достоверности результатов исследования обеспечивается за счет подробно разработанной теоретико-методологической базы, сформированной с учетом основных положений философии науки и методологии научного исследования. В данной работе используются не только общие методы исследования, такие как анализ, сравнение и описание, но и частные методы, например, анализ программных версток телеканалов, тематический анализ, качественный анализ изобразительно-выразительных средств, используемых при создании телевизионного контента. Это позволяет обеспечить всестороннее изучение проблем, обозначенных в данной работе, решить поставленные научные задачи и предоставить достоверные результаты исследования. Эмпирический материал соответствует предмету диссертационного исследования.

Структура диссертации обусловлена ее целью и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, библиографического списка и приложений.

Апробация работы. По проблемам данного исследования, учитывая его различные аспекты, аспирантом опубликовано четыре статьи в рецензируемых научных журналах, две из них в изданиях из списка WoS и Scopus. Результаты исследования также отражены в докладах на российских и международных конференциях. Основные концептуальные положения диссертации были включены в лекции по телевизионному программированию для иностранных студентов магистратуры в ходе педагогической практики на факультете журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Диссертация также прошла апробацию во время обсуждения на заседании кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Глава 1. Теоретико-методологические основы исследования регионального телевидения КНР

1.1 Место региональных телеканалов в системе телевещания КНР

Особенности программирования и жанрово-форматной структуры региональных телеканалов КНР обусловлены их характеристиками как вида телевизионных каналов: особенностями распространения, потенциальной аудиторией, степенью и способами контроля над содержанием со стороны официальной власти. Именно поэтому отдельный параграф посвящен определению места изучаемых телевизионных вещателей в современной медиасистеме Китайской Народной Республики.

Сюй Цзин отмечает, что стремительное развитие телевизионной индустрии КНР наблюдалось в течение последних 40 лет⁵⁸. В своей книге «Хроника китайского телевещания» Ян Бо последний этап развития китайского телевидения определяет позднее – с конца XX века. Исследователь делит историю китайского телевидения на три этапа: зарождение (1920–1940-е годы), непрерывное развитие (1950–1990-е годы), комплексное развитие (с конца XX века по настоящее время)⁵⁹. В нашей работе мы будем исследовать последний этап формирования китайского телевизионного вещания. Ян Бо отмечает, что главная особенность этого периода – стремительное развитие цифровых технологий и их влияние на телевизионные СМИ. Действительно, значительное влияние на развитие телевидения КНР в последние десятилетия, как и телевидения других стран,

⁵⁸ Сюй Цзин. История китайского телевизионного искусства (1958–2018). – Пекин: Издательский дом «Санълянь книжный магазин», 2023. (=许婧. 中国电视艺术史 (1958–2018). 北京.生活·读书·新知三联书店出版社.2023.)

⁵⁹ Ян Бо. Хроника китайского телевещания. – Пекин: Издательство радио, кино и телевидения Китая, 2021. (=杨波. 中国广播电视编年史. 北京.中国广播影视出版社. 2021.)

оказал технический прогресс⁶⁰. Например, вследствие широкого внедрения цифровых технологий изменилось поведение пользователей: с распространением мобильного интернета трансформировался способ доступа потребителей к информации и развлечениям. Граждане все реже стали включать телевизор и все чаще использовали различные интернет-платформы, социальные сети как источники информации. Изменения в медиасреде, обусловленные увеличением количества интернет-платформ и ростом их популярности, выступают серьезным вызовом традиционной телевизионной индустрии⁶¹. Платформы, предоставляя большое количество видеоконтента, улучшают качество взаимодействия с пользователями за счет персонализированных рекомендаций и интерактивных функций (например, возможности комментирования, лайков). Исследователи отмечают, что видеоконтент, размещенный на платформах, содержит не только развлекательные материалы, но и социально значимую информацию, затрагивающую актуальные темы, что всегда оставалось приоритетной задачей медиасистемы КНР⁶². В отличие от цифровых платформ, телевизионные каналы имеют ограниченный набор контента для трансляции, который показывается в относительно фиксированное время, что затрудняет удовлетворение спроса современных пользователей, ориентированных на персонализированный контент. Влияние цифровых технологий на палитру доступных способов медиапотребления, усиление конкуренции в медиасфере

⁶⁰ Чжоу Сяопу. История китайских телевизионных новостей. – Пекин: Издательство Университета коммуникаций Китая, 2022. (=周小普. 中国电视新闻史. 北京.中国传媒大学出版社. 2022.)

⁶¹ Лю Хуэй. Трансформация и модернизация традиционных СМИ под влиянием нового качества производительности // Журналистское обозрение. – 2025. – № 3. – С. 4. (=刘惠. 新质生产力引领下传统媒体的转型升级. 记者观察. 2025年第3期.第4页.)

⁶² Гао Хунбо. «Интернет + ТВ»: пространство деятельности телевизионной интегрированной медиаиндустрии // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2018. – № 9. – С. 19–24. (=高红波.“互联网+电视”: 中国电视融媒体产业的场域空间. 中国传媒大学学报. 2018年第9期, 第19-24页.)

с новой силой ставит вопрос о конкурентных стратегиях телеканалов на медиарынке⁶³.

В данной работе исследуется специфика программирования региональных телеканалов КНР. В Китае телеканалы по географическому признаку делятся на центральные и местные. Центральные телевизионные вещатели находятся под прямым контролем правительства. Согласно «Справочнику вещательных организаций и каналов выше уровня префектуры»⁶⁴, опубликованному Государственным управлением по делам радио, кино и телевидения 30 сентября 2024 года, в настоящее время в Китае насчитывается 25 центральных государственных телевещательных организаций и каналов. Провинциальных телевизионных вещателей всего 34, поскольку в Китае 34 провинциальных административных района и они регулируются администрацией каждой провинции. В состав провинциальных административных районов входит несколько городов и уездов, например, провинция Хунань содержит 14 небольших городов, провинция Чжэцзян – 11, провинция Цзянсу – 13, и в каждом присутствует собственный местный телеканал. Как результат, в Китае функционирует значительное количество телевизионных вещателей. По данным на 30 сентября 2024 года, в КНР насчитывалось 2099 радио- и телеканалов уездного уровня, но в основном это малоизвестные каналы, которые не распространяются широко⁶⁵.

Национальные телевизионные каналы входят в созданную в 2018 году China Media Group («Центральное телевидение Китая»)⁶⁶. У каждого телеканала своя программная политика, некоторые из них специализируются

⁶³ Ян Бо. Хроника китайского телевещания. – Пекин: Издательство радио, кино и телевидения Китая, 2021. (=杨波. 中国广播电视台编年史. 北京.中国广播影视出版社. 2021.)

⁶⁴ Справочник вещательных организаций и каналов выше уровня префектуры. – URL: https://www.nrta.gov.cn/art/2025/4/2/art_69_70421.html. (дата обращения: 09.06.2025). (地级以上播出机构及频道频率名录.)

⁶⁵ Дин Май. Китайский аудиовизуальный ежегодник по радио и телевидению (2024). – Пекин: Китайское издательство социальных наук, 2024. (=丁迈. 中国广播电视视听年鉴 (2024) . 社会科学文献出版社, 2024.)

⁶⁶ Официальный сайт CCTV. – URL: <https://www.cctv.com/profile/pindao.html> (дата обращения: 09.06.2024).

на определенном контенте, выполняя узкий набор функций; другие, напротив, стремятся охватить широкий спектр форматов и задач. Например, «CCTV-1» – универсальный телеканал, выпускающий в эфир передачи различных форматов и тематики; «CCTV-2» – телеканал об экономике, его программы посвящены бизнесу, финансам, инвестициям и др.; «CCTV-3» – развлекательный телеканал; «CCTV-5» – спортивный телеканал.

Под местным телевидением понимаются медиаорганизации в каждом регионе Китая, предоставляющие зрителям разнообразный телевизионный продукт: новости, шоу, культурно-образовательные программы. Специфика региональных вещателей заключается в том, что они стремятся удовлетворять информационные потребности своих зрителей, а также берут на себя важную роль пропагандиста локального экономического и культурного развития⁶⁷. В названиях местных телеканалов КНР обычно присутствует название региона, что связано с административным делением страны⁶⁸. Можно выделить:

1. Телеканалы, функционирующие в четырех муниципалитетах: Пекин, Тяньцзинь, Шанхай и Чунцин. В названии каждого телеканала присутствует название муниципалитета: «Пекин ТВ», «Тяньцзинь ТВ», «Шанхай ТВ» и «Чунцин ТВ».

2. Телеканалы, вещающие в каждой из двадцати трех провинций: Хэбэй, Шаньси, Ляонин, Цзилинь, Хэйлунцзян, Цзянсу, Чжэцзян, Аньхой, Фуцзянь, Цзянси, Шаньдун, Хэнань, Хубэй, Хунань, Гуандун, Хайнань, Сычуань, Гуйчжоу, Юньнань, Шэньси, Ганьсу, Цинхай и Тайвань. В названиях данных телеканалов также присутствует обозначение

⁶⁷ *Ли Шэнли, Дин Сыдань.* Эффект «выхода на иностранные рынки» китайского телевидения и онлайн-аудиовизуальных искусств и конструирование контента // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 5–12. (=李胜利, 丁思丹. 中国电视与网络视听艺术“出海”效果与内容建设. 中国电视. 2023年第12期. 第5-12页.)

⁶⁸ *Линь Хуэй.* Начало: воспоминания о зарождении китайской телевизионной драматургии // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 91–95. (=林卉. 开端: 中国电视剧事业诞生时期的记忆. 中国电视, 2023年第12期, 第91-95页.)

территориальной принадлежности, например: «Хэбэй ТВ», «Шаньси ТВ», «Ляонин ТВ» и т. д⁶⁹.

3. Телеканалы пяти автономных районов: Автономный район Внутренняя Монголия, Гуанси-Чжуанский автономный район, Тибетский автономный район, Нинся-Хуэйский автономный район и Синьцзян-Уйгурский автономный район. В качестве примера можно привести телеканалы «Внутренняя Монголия ТВ», «Гуанси ТВ», «Тибет ТВ».

4. Телеканалы Гонконга и Макао – двух специальных административных районов. Названия телевизионных каналов Гонконга и Макао отличаются: Television Broadcasts Limited (TVB) и Teledifusão de Macau, S.A. (TDM).

Три телевизионных канала, о которых пойдет речь в диссертации – «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» – названы по принадлежности к китайским провинциям. Как и другие провинциальные каналы, эти телевизионные вещатели отличаются разнообразием контента и форматов, поэтому считаются универсальными. И мы будем рассматривать их именно как универсальных телевизионных вещателей с точки зрения тематики и форматов телепрограмм. Понятие «универсальный телеканал» существует в российской теории телевизионной журналистики. Однако понятие «провинциальный телеканал» не является устоявшимся, так как в России, в отличие от КНР, отсутствует деление на провинции, территория разбивается на федеральные округа, регионы и области. Мы считаем, что изучаемые телевизионные каналы соответствуют региональным телеканалам в российской медиасистеме, именно поэтому данная характеристика вынесена в название работы и используется.

⁶⁹ Сян Чжунпин. Исследование по планированию телевизионных программ и каналов.– Пекин: Издательство радио и телевидения Китая, 2007. (=项仲平. 电视栏目与频道策划研究. 北京. 中国广播电视台出版社. 2007.)

Один из главных факторов, способствовавших успешному развитию данных телеканалов, – это внедрение спутниковых технологий в телевизионную индустрию в 1980-е годы⁷⁰: в 1984 году в КНР был успешно запущен экспериментальный спутник связи «Дунфанхун II», что положило начало применению спутниковой связи в радио- и телевизионной индустрии Китая. В 1990-х годах был запущен еще ряд спутников, таких как «Азия I» и «Дунфанхун IIА», которые значительно расширили охват и улучшили качество спутникового телевидения; аудитория телевизионных каналов увеличивалась. Именно в этот период телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» стали использовать спутниковые технологии для распространения сигнала и расширили зону, покрываемую телевизионным вещанием, фактически трансформировавшись из исключительно региональных телевизионных вещателей в национальные. Стоит отметить, что благодаря спутниковым технологиям некоторые телеканалы КНР транслируют контент не только по всей территории КНР, но и за рубежом⁷¹. Например, в CGTN («Китайская глобальная телевизионная сеть») входят телеканалы на различных языках, и их вещание адресовано конкретной аудитории за рубежом: «CGTN Русский» вещает для русскоязычных стран и регионов; «CGTN Испанский» – для испаноязычных стран, «CGTN Французский» – для франкофонной аудитории, «CGTN Арабский» – на страны, в которых говорят и понимают по-арабски.

Телевизионная система КНР строго регламентирована. Центральные телеканалы напрямую контролируются правительством, а местные –

⁷⁰ Чжасо Юймин. Краткая история современного китайского вещания. – Пекин: Издательство радио и телевидения, 2001. (=赵玉明. 中国现代广播简史. 北京. 广播电视出版社. 2001.)

⁷¹ Ли Вэй, Хуан Цзюньянь. Новая динамика аудиовизуальной международной коммуникации Китая в эпоху медиаконвергенции // Китайское телевидение. – 2025. – № 1. – С. 91–99. (=李玮, 黄钧妍. 融媒体时代中国视听国际传播新态势. 中国电视. 2025 年. 第 1 期. 第 91-99 页.)

региональными администрациями и косвенно – правительством⁷². Деятельность и контент изучаемых телеканалов регламентируются постановлениями Главного управления по делам радио, кино и телевидения, которое подчиняется непосредственно Государственному совету КНР.

Преобладание развлекательного контента в эфире региональных телевизионных вещателей вызвало появление многих постановлений, стремящихся стимулировать телеканалы к более взвешенной программной политике. Одним из знаковых стало принятие в 2011 году постановление Главного управления по делам радио, кино и телевидения «Об усилении управления программами универсальных телеканалов». Согласно этому документу, с 1 января 2012 года 34 спутниковых региональных телеканала должны были увеличить количество транслируемых новостных выпусков и в то же время ограничить показ некоторых программ, чтобы сократить объем развлекательного контента, одновременно учитывая разнообразные потребности широкой аудитории. В постановлении говорилось о том, что спутниковые телеканалы должны сосредоточиться на информационном вещании и увеличить долю передач об экономике, культуре, науке и образовании, а также долю программ для детей и документальных фильмов. Согласно постановлению, предполагалось, что с 1 января 2012 года каждый спутниковый телеканал должен выпускать в эфир не менее двух часов новостных программ в день с 6:00 до 24:00; с 18:00 до 23:30 – две и более новостные программы, каждая из которых должна длиться не менее 30 минут; также каждый телеканал должен был ставить в верстку программу, пропагандирующую китайскую традиционную культуру и социалистические ценности⁷³.

⁷² Цинь Жун, Цинь Синъган. Эволюционная траектория системы управления радио и телевидением за 70 лет Нового Китая // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2020. – № 1. – С. 97–103. (=覃榕, 覃信刚. 新中国 70 年广播电视管理体制的演进轨迹. 中国传媒大学学报. 2020 年第 1 期. 第 97-103 页.)

⁷³ Постановление «Об усилении управления программами универсальных телеканалов» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной

Данное постановление не было единственным документом, в котором Главное управление по делам радио, кино и телевидения стремилось оказывать позитивное влияние на программную политику телевизионных каналов КНР. Например, в постановлении от 4 августа 2016 года «О дальнейшем усилении управления социальными и развлекательными новостными программами»⁷⁴ звучит призыв к радио- и телекомпаниям брать на себя ответственность за содержание выпускаемых ими передач, стремиться к распространению китайской культуры. Кроме того, радио- и телестанции должны строго контролировать планирование, программирование, рецензирование и трансляцию развлекательных программ.

12 июля 2018 года Главное управление по делам радио, кино и телевидения выпустило постановление «О трансляции аудиовизуальных онлайн-программ во время летних каникул»⁷⁵. В документе предъявляются требования к правильной ценностной ориентации и содержанию развлекательных программ, отмечается необходимость пресечь чрезмерную развлекательность контента, избегать пропаганды меркантилизма и гедонизма, стремиться к созданию здоровой аудиовизуальной онлайн-среды для молодежи. В опубликованной после выхода постановления статье в газете «Гуанмин Жибао»⁷⁶ отмечалось, что как телевизионные, так и

Республики. – URL: https://www.gov.cn/jrzg/2011-10/25/content_1977909.htm (дата обращения: 21.06.2024). (=广电总局下发加强电视上星综合频道节目管理意见.)

⁷⁴ Постановление «О дальнейшем усилении управления социальными и развлекательными новостными программами» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/xinwen/2016-08/30/content_5103347.htm (дата обращения: 27.06.2024). (=《关于进一步加强社会类、娱乐类新闻节目管理的通知》.)

⁷⁵ Постановление «О трансляции аудиовизуальных онлайн-программ во время летних каникул» // Официальный сайт Центральной комиссии по сетевой безопасности и информационным технологиям. – URL: https://www.cac.gov.cn/2018-07/12/c_1123115502.htm (дата обращения: 28.06.2024). (=《关于做好暑期网络视听节目播出工作的通知》.)

⁷⁶ Правильная организация онлайн-программ поможет избежать чрезмерной развлекательности // Гуанмин Жибао. – 2018. – 14 июля // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL:

транслируемые онлайн развлекательные программы, являясь источником ценностной ориентации, влияют на общественное мнение, играют важную роль в распространении культуры и здоровых духовных установок, и именно поэтому нельзя игнорировать качество и ценностную ориентацию программ. Автор материала подчеркивал, что с точки зрения долгосрочного развития правильная ценностная ориентация является основой конкурентоспособности. После выхода постановления некоторые развлекательные программы были сняты с эфира, так как в них не уделялось достаточного внимания правильной ценностной ориентации. Постановление Главного управления по делам радио, кино и телевидения «О дальнейшем усилении управления литературными и художественными программами и их персоналом»⁷⁷, опубликованное 2 сентября 2021 года, также было направлено против пан-развлекательных программ, пропаганды меркантилизма и гедонизма, распространения негативных новостей, демонстрации вульгарных сетевых знаменитостей. В нем тоже обращалось внимание на тот факт, что телеведущие должны строго соблюдать требования, содержащиеся в должностных инструкциях, а их участие в общественных мероприятиях, сведения, сообщаемые в Сети, должны соответствовать установленным правилам; общественные организации должны и далее совершенствовать отраслевые нормы и правила самодисциплины.

Из приведенных документов видно, что Государственный совет уделяет пристальное внимание содержанию радио- и телепрограмм, демонстрирует строгий контроль центральной власти над развлекательными программами. Одновременно контроль над некоторыми аспектами деятельности региональных телеканалов делегирован местной власти. Например, в

https://www.gov.cn/xinwen/2018-07/14/content_5306347.htm (дата обращения: 28.06.2025). (=杜绝过度娱乐化 网络综艺需要正确的打开方式.)

⁷⁷ Постановление «О дальнейшем усилении управления литературными и художественными программами и их персоналом» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-09/02/content_5635019.htm (дата обращения: 29.06.2025). (=国家广播电视台总局办公厅关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知).)

постановлении, опубликованном в 2003 году на официальном сайте Центрального народного правительства Китайской Народной Республики, говорилось о том, что Главное управление по делам радио, кино и телевидения отвечает за управление деятельностью, относящейся к радио- и телевизионному вещанию на всей территории страны. В то же время в документе отмечалось, что на уровне выше уезда именно местные администрации радио- и телевещательных организаций отвечают за управление радио- и телевизионным вещанием в пределах своей юрисдикции⁷⁸. Кроме того, местным административным департаментам радио и телевидения на уровне выше уезда рекомендовано создать систему контроля и надзора над телевизионной рекламой; «радио- и телереклама, в отношении которой аудитория высказала критические замечания, должна быть оперативно проверена»⁷⁹, а телезрителям направлены ответы.

В настоящее время региональные спутниковые телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» стабильно показывают высокие рейтинговые показатели, поэтому их можно обозначить как «высокорейтинговые»⁸⁰. Как уже отмечалось во введении, с 2009 по 2020 год «Хунань ТВ» был лидером среди спутниковых телевещателей, уступив первое место лишь трижды: в 2018, 2021 и 2022 годах. «Чжэцзян ТВ» также в этот период обычно занимал одно из первых мест в рейтинге, и в 2021 и 2022 годах ему удалось опередить «Хунань ТВ». «Цзянсу ТВ» с 2009 по 2015 год был вторым в рейтинге, с 2016 по 2020 год находился в пятерке, а в 2021 и

⁷⁸ Постановление «О временных мерах по регулированию трансляции радио и телевизионной рекламы» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/gongbao/content/2004/content_62702.htm (дата обращения: 16.12.2023). (=国家广播电影电视总局令《广播电视广告播放管理暂行办法》// 中国人民共和国中央人民政府官网.)

⁷⁹ Там же.

⁸⁰ Цинь Жун, Цинь Синьган. Эволюционная траектория системы управления радио и телевидением за 70 лет Нового Китая // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2020. – № 1. – С. 97–103. (=覃榕, 覃信刚. 新中国 70 年广播电视管理体制的演进轨迹. 中国传媒大学学报. 2020 年第 1 期. 第 97-103 页.)

2022 годах занял третье место, уступив телеканалам «Чжэцзян ТВ» и «Хунань ТВ». Теперь подробнее рассмотрим специфику работы данных телевещателей и особенности их становления.

«Хунань ТВ»

«Хунань ТВ», один из самых известных универсальных телеканалов в системе телевидения Китая, был основан в 1970 году, в 1997 году был преобразован в спутниковый телеканал. «Хунань ТВ» занимает важное место в истории китайского телевидения⁸¹. По мнению Чжоу Хуан, «этот телеканал завоевал популярность благодаря своему развлекательному контенту: хорошо известны такие его развлекательные программы, как «Счастливый лагерь» («Happy Camp»; 《快乐大本营》) и «День, день за днем» («Day Day Up»; 《天天向上》)»⁸².

Развитие и популярность телеканала отчасти связаны с внедрением спутниковых технологий. 1 января 1997 года первая программа «Хунань ТВ» была передана через спутник «AsiaSat 2», после чего телеканал официально стал спутниковым и вещающим на всю страну. В то время концепция программной политики телеканала определялась как «Счастливая молодость», предполагавшая ориентацию на молодую аудиторию. Функциональной спецификой программ телеканала стало обеспечение удовольствия от просмотра телевизора, реализация передачами развлекательной функции. Телеканал начал проектировать первые развлекательные программы, и в

⁸¹ Чжю Цзинвэнь. Пост-ТВ и метакогниция: переосмысление концепции китайской телекритики в новую эпоху // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2021. – № 11. – С. 119–124. (=朱婧雯. 后电视与元认知: 新时代中国电视批评理念再考察. 中国传媒大学学报. 2021年第11期, 第119-124页.)

⁸² Чжоу Хуаюн. История развития центральной телестанции Китая (1998–2008). – Пекин: Издательство Радио-телевещания Китая, 2008. (=赵化勇. 中央电视台发展史 (1998–2008). 北京. 中国广播电视台出版社. 2008.)

июле 1997 года впервые в эфир вышло самое популярное за всю историю телеканала шоу «Счастливый лагерь»⁸³.

На протяжении нулевых годов XXI века «Хунань ТВ» продолжил совершенствовать свою программную политику. В 2003 году в сетку вещания телеканала были внесены изменения: новости и сериал стали основными форматами в дневное время; популярные программы транслировались с 18:00 до 22:00, а с 22:00 до 24:00 стало выходить больше развлекательных программ⁸⁴. В 2009 году «Хунань ТВ» произвел и выпустил в эфир ряд молодежных сериалов о кумирах⁸⁵.

Патриотические программы и воспитательно-образовательный контент также всегда имели принципиальное значение для «Хунань ТВ». Провинция Хунань – родина великого китайского лидера Мао Цзэдуна, здесь происходили многие революционные события в истории Китая. Хунаньское телевидение пережило долгий период развития благодаря политике реформ и открытости, начатой Дэн Сяопином в 1978 году. С течением времени «Хунань ТВ» продолжал пропагандировать в своих программах концепцию любви к партии, родине, народу, жизни, воспитывать у молодежи чувство социальной ответственности, продвигать социалистические ценности.

История развития Хунаньского спутникового телевидения свидетельствует, что его программная концепция основывалась на сочетании развлекательного и социально значимого контента. Стоит обратить внимание на уже упоминавшееся шоу «Счастливый лагерь» – одну из самых популярных передач телеканала за всю его историю. Героями этой

⁸³ Дун Цзюнь. Дискуссия о закономерностях выживания развлекательных программ // Китайское телевидение. – 2015. – № 2. – С. 94–98. (=董军. 试论娱乐节目的模式化生存. 中国电视. 2015 年, 第 2 期. 第 94-98 页.)

⁸⁴ Ли Вэньли. Анализ программной стратегии телеканала Хунань // Журнал Хунаньского профессионально-технического колледжа массовых коммуникаций. – 2015. – Т. 15, № 1. – С. 29–30. (=李文丽. 试析湖南卫视的节目编排策略. 湖南大众传媒职业技术学院学报. 2015 年. 第 15 卷第 1 期. 第 29-30 页.)

⁸⁵ Чжан Хао, Чжан Ли. Инновации и практика стратегии программирования на телевидении Хунань // Современные коммуникации. – 2009. – Т. 4, № 4. – С. 102–105. (=张浩, 张丽. 湖南卫视节目编排策略的创新与实践. 现代传播. 2009 年第 4 期, 第 102-105 页)

развлекательной передачи были знаменитые люди, которые выступали с концертными номерами, участвовали в организуемых в эфире играх. Одной из особенностей этого телепроекта была иллюзия импровизации: выступления выглядели как не предусмотренные сценарием. В 1990-х годах драматургия проекта строилась вокруг звездных героев передачи. В 2004 году программа начала привлекать простых людей в качестве участников и экспериментировать с новой формой, которая стала включать элементы реалити-шоу. В 2008 году продюсеры шоу «Счастливый лагерь» вернулись к модели «звезда + игра». В 2020 году при координации Государственного управления по делам радио, кино и телевидения КНР национальные телеканалы усилили освещение вопросов профилактики и борьбы с пандемиями и сократили количество развлекательных программ. В сценарий программы «Счастливый лагерь» были включены эпизоды, пропагандирующие профилактику COVID-19⁸⁶.

9 октября 2021 года Хунаньское спутниковое телевидение объявило об обновлении программной сетки с ориентацией на инновации. Цель – создание более высококачественных развлекательных телепрограмм с позитивной тематикой и правильной ценностной ориентацией. 28 декабря 2021 года «Счастливый лагерь» был заменен программой того же формата «Привет! Суббота»⁸⁷.

Как было отмечено выше, сегодня «Хунань ТВ» является одним из лидеров среди спутниковых региональных телеканалов. Согласно отраслевому докладу «Рейтинги телевидения в Китае», с 2009 по 2020 год телеканал «Хунань ТВ» занимал первое место в списке самых популярных

⁸⁶ Кун Линшунь, Чжан Сысы. Кризис и поворот: китайские разнообразные шоу в 2020 году // Китайское телевидение. – 2021. – № 4. – С. 23–27. (=孔令顺, 张思思. 危机与转机: 2020 年的中国电视综艺. 中国电视. 2021 年第 4 期. 第 23-27 页.)

⁸⁷ Ву Чанчан, Чжасо Юй. Тестовый анализ дилеммы и будущего развития развлекательных программ в Китае // Китайская литература и художественная критика. – 2016. – № 10. – С. 52–58. (=吴畅畅, 赵瑜. 试析我国娱乐节目发展的困境与未来. 中国文艺评论. 2016 年第 10 期. 第 52-58 页.)

телеканалов (уступил первенство в 2018 году телеканалу «Пекин ТВ»). В 2021–2022 годах на первое место вышел телеканал «Чжэцзян ТВ», но тем не менее в 2021 году на долю «Хунань ТВ» приходилось пять из десяти программ из списка самых популярных сериалов, а также семь из десяти популярных развлекательных программ региональных телеканалов⁸⁸. Несмотря на то, что «Хунань ТВ» – формально универсальный телеканал, он также часто воспринимается как развлекательный благодаря значительному количеству соответствующего контента в сетке вещания.

«Чжэцзян ТВ»

Основанный в 1960 году телеканал «Чжэцзян ТВ» в 1994 году стал спутниковым вещателем, получив возможность распространять контент по всей территории КНР. «Чжэцзян ТВ» – один из старейших и известных универсальных телеканалов в Китае. Он регулярно входит в первую четверку лидеров спутникового телевещания и занимает немаловажное место в истории китайского телевидения⁸⁹. Самые известные программы телеканала «Чжэцзян ТВ» – реалити-шоу «Бегущий человек» («Running man»; 《奔跑吧！兄弟》) и «Голос Китая» («The Voice of China»; 《中国好声音》).

Уже в 2010 году Чжоу Ли в своей работе «О создании ключевой конкурентоспособности провинциальных брендов спутникового телевидения на примере построения бренда „Чжэцзян ТВ“» отмечала, что новости и публицистические проекты телеканала направлены на управление общественным мнением, и это остается неизменным⁹⁰. Продюсирование

⁸⁸ Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2021> (дата обращения: 22.06.2023).

⁸⁹ Линь Хуэй. Начало: воспоминания о зарождении китайской телевизионной драматургии // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 91–95. (=林卉. 开端: 中国电视剧事业诞生时期的记忆. 中国电视, 2023年第12期, 第91-95页.)

⁹⁰ Чжоу Ли. О создании ключевой конкурентоспособности провинциальных брендов спутникового телевидения на примере построения бренда «Чжэцзян ТВ» // Современное

многих телепрограмм на «Чжэцзян ТВ» направлено на служение интересам общества. Несмотря на то, что развлекательные элементы присутствуют и в новостных, и в спортивных программах телеканала, Чжэцзянское спутниковое телевидение уделяет большое внимание серьезным социальным проблемам, связанным с вопросами жизнеобеспечения людей, что полностью отражает социальные ценности, на которые ориентируется региональное спутниковое телевидение КНР.

1 января 1994 года первые программы Чжэцзянского телевидения начали передаваться через спутник, фактически охватывая потенциальное население численностью около 2 миллиардов человек в 30 регионах (включая все провинции Китая, Азиатско-Тихоокеанский регион, а также Дальний Восток России и Монголию⁹¹). Сначала большинство программ «Чжэцзян ТВ» были ориентированы на пропаганду культуры южного региона Китая Цзяннань, частью которого является провинция Чжэцзян, и на анализ модели экономического развития этого региона. Большой популярностью у аудитории пользовались новостные программы и проект «Супермаркет новостей» (《新闻超市》). К 1999 году новости по-прежнему оставались основным форматом Чжэцзянского телевидения. В 2000 году в сетке передач появились ток-шоу на культурную тематику, которые также были популярны у аудитории⁹².

В 2006 году, сохраняя верность ориентации на производство качественного новостного контента, «Чжэцзян ТВ» запустил собственные развлекательные проекты. В 2007 году телеканал объявил о новой программной концепции, выраженной формулой «развлечения + культура»:

аудио- и видеоискусство. – 2010. – № 14. – С. 65–66. (=周丽. 论省级卫视品牌核心竞争力的打造——以浙江卫视的品牌构建为例. 现代视听报刊. 2010. №14. 第 65-66 页.)

⁹¹ Чжасо Юймин. Всеобщая история китайского радио и телевидения. – Пекин: Издательство Университета связи Китая, 2004. (=赵玉明. 中国广播电视通史. 北京. 中国传媒大学出版社. 2004.)

⁹² Гуо Чжэнъчжи. История китайского и зарубежного радио и телевидения. – Шанхай: Издательство Университета Фудань, 2016. (=郭镇之. 中外广播电视史(第三版). 上海. 复旦大学出版社. 2016.)

таким образом телевещатель стремился внедрять в свои программы современные гуманистические ценности. В это время было запущено много развлекательных программ, таких как музыкальные шоу, реалити-шоу и других, которые завоевали популярность у широкой аудитории.

В 2009 году «Чжэцзян ТВ» реформировал метод производства новостных программ, создав модель «3 +1 новостная полоса»⁹³. Цифра «три» обозначает три основные новостные программы телеканала, а именно:

1. «Чжэцзянские новости» (《浙江新闻联播》) – универсальная новостная программа, выходящая в вечерний прайм-тайм и освещая основные актуальные события, экономические и социальные новости провинции Чжэцзян.
2. «Новостной фокус» (《新闻超视》) – направлена на более глубокое изучение и анализ актуальных событий, формирование общественного мнения.
3. «Ценные бумаги сегодня» (《今日证券》) освещает финансовую информацию и обслуживает группы инвесторов, отражая экономические особенности провинции Чжэцзян.

Еще одна передача, тесно связанная с указанным информационным контентом, «В поисках правды» (《寻找王》) («+1»), затрагивает социальную тематику, в том числе рассказывает о защите прав обычных граждан.

С 2010 года Чжэцзянское телевидение большое внимание уделяет документальным фильмам гуманистической направленности. Например, на телеканале транслировался документальный фильм «Озеро Сиху» (《西湖》), который имеет большое значение для продвижения и популяризации китайской культуры.

⁹³ Ли Мин. Исследование стратегии программирования новостных программ регионального телевидения – на примере «3 + 1 новостная полоса» спутникового телевидения Чжэцзян // Современные коммуникации. – 2010. – Т. 32, № 5. – С. 78–80. (=李明. 省级卫视新闻节目编排策略研究——以浙江卫视“3+1 新闻带”为例. 现代传播. 2010. 32 卷. № 5. 第 78-80 页.)

В 2014 году Чжэцзянское телевидение запустило много развлекательных и познавательно-развлекательных телевизионных передач, быстро получивших признание аудитории: реалити-шоу «Папа вернулся» (《爸爸回来了》), танцевальную программу «Китайские хорошие танцы» (《中国好舞蹈》), кулинарное шоу «Шеф Ник» (《十二道锋味》) и реалити-шоу «Бегущие братья» (《奔跑吧兄弟》). В это время канал демонстрировал все более высокие рейтинги⁹⁴. Хорошие медиаметрические показатели с 2017 по 2024 год собирают и выпускаемые телеканалом проекты в форматах реалити-шоу, документальный фильм, тревел-шоу о китайской культуре.

Телеканал «Чжэцзян ТВ» также известен своими музыкальными программами. Один из самых продолжительных – адаптированный телепроект «Голос Китая», который сохранял высокие медиаметрические показатели в период с 2012 по 2023 год. Проект возник на основе передачи «Голос Голландии», которая в 2010 году привлекла внимание 18,2% населения Нидерландов⁹⁵. В сентябре того же года «Голос Китая» вышел в эфир на телеканале «Чжэцзян ТВ». В отличие от традиционных музыкальных шоу, где только жюри имеет право отбирать конкурсантов, «Голос Китая» представил концепцию «двойного отбора», согласно которой участник шоу имеет право выбрать наставника. Кроме того, знаменитые певцы выступают вместе со своими учениками, что также стало важной особенностью передач формата «Голос».

Значительное количество социально значимых передач в сетке вещания не мешает телеканалу «Чжэцзян ТВ» уверенно входить в тройку самых популярных спутниковых телеканалов КНР. Согласно отраслевому докладу

⁹⁴ Ха Яньцю. Современная история китайского радио и телевидения. – Пекин: Издательство Китайского международного радиовещания, 2018. (=哈艳秋. 中国广播电视台的当代史. 北京:中国国际广播出版社. 2018.)

⁹⁵ Ли Янь. Возвращение популярной музыки в перспективе телевизионных СМИ – на примере шоу талантов «Голос Китая» // Вестник Хунаньского технического университета. – 2014. – № 5. – С. 132–136. (=李燕. 电视传媒视域下的流行音乐回归——以选秀节目《中国好声音》为例. 湖南工业大学学报. 2014年第5期 132-136.)

«Рейтинги телевидения в Китае»⁹⁶, с 2009 по 2020 год телеканал «Чжэцзян ТВ» двенадцать лет подряд занимал первые три позиции в национальном рейтинге телевизионных каналов спутникового телевидения, а в 2021 и 2022 годах – первое место в данном рейтинге с долей рынка 3,91% и 3,019% соответственно⁹⁷.

«Цзянсу ТВ»

«Цзянсу ТВ», третий из рассматриваемых нами популярных региональных телеканалов Китая, был основан в 1960 году. «Цзянсу ТВ» начал использовать спутниковые технологии для распространения сигнала в 1997 году, и с того времени телеканал стал доступен всем телезрителям КНР. Как отмечает Чжан Гуотао, ««Цзянсу ТВ» завоевал популярность у аудитории благодаря своим развлекательным телевизионным программам. Например, хорошо известны такие его проекты, как реалити-шоу «Ты тот самый» («You are the one»; 《非诚勿扰》) и конкурс «Супермозг» («Super Brain»; 《最强大脑》)»⁹⁸.

После того как «Цзянсу ТВ» официально стал спутниковым телеканалом, потребовалось несколько лет, чтобы определить специфику его контент-стратегии и позиционирования на рынке телевещателей. В 2004 году было принято решение, что в своей программной политике «Цзянсу ТВ» будет ориентироваться на предпочтения аудитории, выбирая такую тематику телевизионных программ, которая затрагивала бы чувства и эмоции телезрителей.

⁹⁶ Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2009> (дата обращения: 15.09.2023).

⁹⁷ Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2021> (дата обращения: 19.09.2023).

⁹⁸ Чжан Гуотао. «Реалити-шоу» делает науку более популярной – обзор телепередачи «Супермозг» («Super Brain») канала «Цзянсу ТВ» // Китайское телевидение. – 2014. – № 5. – С. 42–45. (=张国涛.“真人秀”让科学流行起来—江苏卫视《最强大脑》评析. 中国电视. 2014 年.第 5 期. 第 42-45 页.)

В 2006 году телеканал «Цзянсу ТВ» впервые выпустил музыкальное шоу талантов «Absolutely Singing» (《绝对唱响》), которое вошло в тройку лучших музыкальных шоу в Китае. С тех пор «Цзянсу ТВ» уделяет большое внимание производству музыкальных программ. С 2010 года приоритетными на телеканале стали темы любви и брака: в этом году было запущено уже упоминавшееся выше ток-шоу «Ты тот самый», драматургия которого построена вокруг организации свиданий вслепую.

С течением времени можно наблюдать за обогащением форматного и тематического разнообразия телепрограмм канала «Цзянсу ТВ»: появились кулинарные шоу, конкурсы, документальные фильмы о китайской культуре и другие интересные проекты. Постоянно выходящие на этом телеканале программы – шоу свиданий вслепую и музыкальные шоу – непрерывно совершенствуются⁹⁹.

Стоит отметить, что знаменитое ток-шоу в формате свиданий вслепую «Ты тот самый» получило высокие рейтинги, что стало темой для обсуждения в обществе¹⁰⁰. Передача не только позволяет зрителям наблюдать за свиданиями в прямом эфире, но и рассказывает о ценностях брака, феминизме, отражая трансформацию взглядов китайских женщин¹⁰¹. Изменение стратегии по выбору и поиску супруга – от пассивной, выжидательной к активной – можно воспринимать как отражение эволюции взглядов женщины в контексте эры потребления. Представления китайской молодежи о браке и любви кардинально трансформировались. Кроме того,

⁹⁹ Шэнь Цзюньхань. Анализ тенденции развития развлекательных программ в условиях конвергенции // Китайское телевидение. – 2017. – № 4. – С. 106–109. (=沈君菡. 融合环境下综艺节目发展趋势浅析. 中国电视. 2017年第4期.第106-109页.)

¹⁰⁰ Ван Вэй. Аутентичная комедия – интерпретация феномена межкультурной коммуникации «ты тот самый» в Австралии // Китайское телевидение. – 2016. – № 3. – С. 67–71. (=王伟. 真实的喜剧——解读《非诚勿扰》在澳大利亚的跨文化传播现象. 中国电视. 2016年第3期. 第67-71页.)

¹⁰¹ Дун Цзюнь. Дискуссия о закономерностях выживания развлекательных программ // Китайское телевидение. – 2015. – № 2. – С. 94–98. (=董军. 试论娱乐节目的模式化生存. 中国电视. 2015年, 第2期.第94-98页.)

увеличился социальный разрыв между богатыми и бедными, и в результате выбор партнера для брака стал основываться не только на чувствах. Программы знакомств, в которых обсуждаются материальные условия заключения брака, являются отражением этого социального явления¹⁰².

Таким образом, несмотря на то что передача «Ты тот самый» воспринимается в первую очередь как развлекательная, нельзя недооценивать ее социальную значимость. Представления о взаимоотношениях между полами и о семейных ценностях являются продуктом общественного развития, и роль СМИ заключается не только в формировании общественного мнения, но и в правильном ориентировании молодого поколения в вопросах брака, в исторически сложившихся в обществе ценностях и во взглядах на жизнь¹⁰³.

Несмотря на то, что телеканал известен в первую очередь своими развлекательными проектами, нельзя недооценивать его вклад в социально значимое телевидение КНР. В «Отчете о социальной ответственности Главной радиостанции (группы) радио и телевидения Цзянсу за 2022 год» вновь подчеркивалось, что философия социальной ответственности «Цзянсу ТВ» заключается в том, чтобы «всегда следовать идеям провозглашенной Си Цзиньпином новой эры социализма с китайской спецификой в качестве руководства для сознательного выполнения обязанностей основных СМИ по предоставлению общественности своевременной и полной информации о здоровье, дорожном движении, погоде, питании, туризме, культуре и других аспектах»¹⁰⁴.

¹⁰² Чжань Нин. Нарративный дискурс-анализ телевизионной программы «Свидание вслепую» – «Ты тот самый» // Современные СМИ. – 2010. – № 10. – С. 78–79. (=展宁. 《非诚勿扰》电视相亲节目的叙事话语分析. 今传媒. 2010年第10期. 第78-79页.)

¹⁰³ Hall S. Representation: Cultural Representation and Signifying Practices. – London: Sage Publications, 1997.

¹⁰⁴ Отчет о социальной ответственности Главной радиостанции (группы) радио и телевидения Цзянсу за 2022 год // Официальный сайт радио и телевизионной станции провинции «Цзянсу». – URL: <https://www.jsbc.com/gonggao/1681469206287.shtml> (дата

Как уже упоминалось, согласно отраслевому докладу «Рейтинги телевидения в Китае», канал занимал второе место среди провинциальных универсальных каналов шесть лет подряд – с 2009 по 2015 год, с 2016 по 2020 год входил в первую пятерку, а с 2021 по 2022 год занимал третье место, уступив каналам «Чжэцзян ТВ» и «Хунань ТВ»¹⁰⁵. Таким образом, несмотря на то что «Цзянсу ТВ» является региональным телеканалом, его статус в системе китайского телевидения не стоит недооценивать.

Выводы к параграфу 1.1

Телевизионные каналы КНР, выполняя важные задачи по информированию и социальному ориентированию телевизионной аудитории, принадлежат и контролируются государством. Региональные телеканалы в системе телевещания занимают особое место: они управляются одновременно и центральной, и местной властью, таким образом оказываясь менее контролируемыми со стороны Государственного совета КНР, что отражается на их программной политике¹⁰⁶. Как отмечают Ню Чаоцзе, Чжан Бучжун, «внедрение спутниковых технологий в телевизионную систему КНР позволило «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ», «Цзянсу ТВ» стать фактически общенациональными телевизионными вещателями, одними из самых популярных телевизионных медиа в стране»¹⁰⁷. Таким образом, региональные

обращения: 03.12.2024). (=江苏省广播电视台. 江苏省广播电视台总台(集团)社会责任报告(2022年度).)

¹⁰⁵ Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: Режим доступа: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2022> (дата обращения: 26.06.2024).

¹⁰⁶ Чжан Бучжун. Социальная медиатрансформация традиционного телевидения: контент, социум и процесс // Вестник университета Цинхуа. – 2016. – Т. 1, № 31. – С. 143. (=赵曙光. 传统电视的社会化媒体转型: 内容、社交与过程. 清华大学学报, 2016年01期, No. 31, p. 143.)

¹⁰⁷ Ню Чаоцзе, Чжан Бучжун. Исследование творческой дилеммы и пути совершенствования развлекательных программ телевидения о традиционной культуре // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 73–77. (=牛超杰, 张步中. 传统文化类电视综艺节目创作困境与提升路径研究. 中国电视. 2023年.第12期. 第73-77页.)

спутниковые телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ», «Цзянсу ТВ» можно рассматривать как феномен телевизионной индустрии КНР.

Среди наиболее популярных передач телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ», «Цзянсу ТВ» – развлекательные проекты, однако формально эти каналы считаются универсальными. В то же время эксперты отмечают ориентированность изучаемых телевещателей на продвижение социальных ценностей КНР¹⁰⁸. В следующем параграфе мы объясним с точки зрения процессов развития современной медиакультуры, почему развлекательный контент является основным на универсальных популярных региональных телеканалах и можно ли данную особенность рассматривать как достоинство или как недостаток.

1.2. Эпоха индустрии развлечений как контекст развития современных региональных телеканалов КНР

Философский и экономический смысл развлечения

В предыдущем параграфе мы выяснили следующее: несмотря на то что исследуемые региональные телеканалы являются универсальными, то есть предлагают телевизионной аудитории разнообразный с точки зрения форматов и тематики контент, их также часто называют развлекательными¹⁰⁹. «Эпоха индустрии развлечений», как называл ее Н. Постман, становится фоном, на котором развиваются данные телеканалы, и, на наш взгляд, этот фон должен быть изучен.

¹⁰⁸ Ян Баоцюнь. Система «проблем» современной китайской журналистики // Вестник Китайского народного университета. – 2025. – № 39 (3). – С. 133–143. (=杨保军. 试论当代中国新闻学的“问题”体系. 中国人民大学学报. 2025. 39 (3): 133-143.)

¹⁰⁹ Чэн Ханьхан. Анализ пути развития развлекательных шоу с точки зрения коммуникации с общественным мнением // Западное радио и телевидение. – 2017. – № 12. – С. 109–110. (=陈晗航. 舆论传播视角下电视综艺节目发展路径分析[J].西部广播电视台. 2017 (12): 109-110.)

Независимо от того, в какую эпоху живут люди, в какой стране они находятся и к какой национальности принадлежат, развлечения являются одной из важнейших характеристик человеческого существования и культуры. Телевидение оказывается одним из самых распространенных средств развлечения в жизни людей. Содержание и формат развлекательного телевидения должны соответствовать актуальным тенденциям развития медиаиндустрии и потребностям аудитории.

Обоснования стремления человека к удовольствию можно найти в трудах древнегреческих философов Аристиппа¹¹⁰ и Эпикура¹¹¹, считающихся основоположниками таких направлений философской мысли, как гедонизм и эпикурейство. С точки зрения философов, удовольствие – высшее благо и смысл жизни, единственная терминальная ценность. Аристипп, современник Сократа, различал два состояния человеческой души: удовольствие как мягкое, нежное и боль как грубое, порывистое движение души. При этом он не делал различия между видами удовольствия, каждое из которых в своей сущности качественно похоже на другое. Путь к счастью, по мнению Аристиппа, состоит в достижении максимального удовольствия, при этом важно избегать любой боли. Смысл жизни, по Аристиппу, заключается именно в получении физического удовольствия. Тем не менее важно понимать, что наслаждение у Аристиппа и у его последователей киренаиков – философский принцип, а не только желание получать удовольствие. Философы не максимизируют удовольствие, а наслаждаются им; через наслаждение, с их точки зрения, проявляется свобода.

¹¹⁰ Вэнь Цзин. Сопротивление угнетению разума: переоценка Аристиппа // Философские тенденции. – 2001. – № 9. – С. 20–23. (=文静. 反抗理智的压迫--重评阿里斯提波. 哲学动态. 2001年第9期. 第20-23页.)

¹¹¹ Бао Лиминь, Лю Юйпэн, Ван Вэйвэй и др. Природа и удовольствие – философия Эпикура. – Пекин: Китайские социальные науки, 2004. (= (作者)伊壁鸠鲁, 卢克来修; (译)包利民, 刘玉鹏, 王纬纬等. 自然与快乐——伊壁鸠鲁的哲学. 北京.中国社会科学出版社. 2004.)

Эпикур описывал удовольствие как принцип удавшейся жизни. Целью в данном случае было не само удовольствие, а избавление от страдания и несчастья. Таким образом, счастье достигалось с помощью атракции и умеренного потребления земных благ. Именно отсутствие боли и страдания философ считал наивысшим удовольствием и его мерой.

Философы более позднего периода тоже так или иначе касались феномена человеческого удовольствия, но оно редко рассматривалось как конечная цель человеческой жизни. В Новое время стремление человека к удовольствию концептуализировалось в трудах ученых-утилитаристов. По их мнению, правильное общество должно быть организовано так, чтобы действия людей максимально приносили друг другу наслаждение и минимизировали страдания. Утилитаризм – консеквенциалистское этическое учение, которое дает конкретные предписания людям, как себя вести. Гедонизм, в отличие от утилитаризма, допускает и сугубо личное, эгоистическое стремление¹¹².

Философ Э. Фромм, живший и работавший в XX веке, полагал, что после завершения Первой мировой войны произошло возвращение к специальному виду гедонизма. Современный человек много работает, но стремится ничего не делать и отдыхать в свое свободное от работы время и в праздники. Сочетание принудительной работы и безделья, по мнению Э. Фромма, может стать и становиться источником психологических проблем личности¹¹³. С точки зрения философа, факты свидетельствуют, что крайний гедонизм не соответствует человеческой природе.

Упоминавшийся выше медиаисследователь XX века Н. Постман усматривал причину превалирования развлекательного контента на

¹¹² *Бао Лиминь, Лю Юйпэн, Ван Вэйвэй и др. Природа и удовольствие – философия Эпикура.* – Пекин: Китайские социальные науки, 2004. (=作者)伊壁鸠鲁, 卢克来修; (译)包利民, 刘玉鹏, 王纬纬等. *自然与快乐——伊壁鸠鲁的哲学.* 北京.中国社会科学出版社. 2004.)

¹¹³ *Фромм Э. Иметь или быть.* Шанхай: Издательство переводов Шанхая, 2021. (=作者)艾里希·弗洛姆. 译者程雪芳. *占有还是存在.* 上海译文出版社. 2021.)

современном телевидении в специфике самого телевидения как медиа¹¹⁴. Он полагал, что весь телевизионный контент превращается в развлечение, становится предназначенным для развлечения, способствуя формированию современной эпохи, в которой господствует индустрия развлечений. Н. Постман критически относился к влиянию телевидения на общество и личность, подчеркивая, что телевидение оказывает негативное влияние на образ мышления и поведенческие привычки людей: аудитория не может просто отказаться от телевидения; смысл развлекательного контента, передаваемого посредством телевидения, незаметен и неизбежен; просмотр телевизора не требует размышлений, но люди могут получать эмоциональное удовлетворение.

Кроме того, по мнению Н. Постмана, телевидение серьезно испортило общественную коммуникацию, так как в период господства телевизионных медиа информация распространяется в форме звукозрительных изображений. Как результат, телевидение стало центром новой гносеологии и самым важным средством коммуникации в новом мире. Кроме того, автор отмечал, что культура полностью адаптировалась к телевизионной гносеологии, и люди приняли телевизионное определение истины, знания и реальности.

По мнению Н. Постмана, развлечения действительно стали символом современной жизни, они заполонили телевидение и распространились на все общество. Исследователь полагал, что, если развлечения станут превалировать над политикой, новостями, спортом, культурой и бизнесом в жизни зрителей, это приведет к тому, что люди превратятся в «марионеток развлечений». На наш взгляд, не стоит выступать против развлечений в принципе, но, когда развлечения все больше превращаются в гегемонистский манипуляционный ресурс, способный привести к серьезным негативным последствиям, потребителям следует с осторожностью относиться к такому

¹¹⁴ Постман Н. Развлечения до смерти. – Пекин: Ситик Пресс, 2015. (= (美) 波兹曼著. (章艳译). 娱乐至死. 北京: 中信出版社. 2015.)

контенту и таким медиа. Принципиально важно, чтобы зрители задумывались о значении и сути явлений и событий, о которых им повествуют с телевизионного экрана. В таком случае общество сможет добиться серьезных успехов в своем развитии. Книга Н. Постмана была опубликована в 1985 году, и может возникнуть предположение, что замечания культуролога в век господства социальных сетей уже не актуальны. Однако сегодня, в новую цифровую эпоху, аудиовизуальный контент оказывается основным и более доступным, чем в эру телевидения.

В условиях информационной глобализации, социальной сложности и диверсификации средств массовой информации новые технологии способствуют фрагментированию знаний и информации. Развлекательные программы незаметно интегрируются в жизнь человека, влияя на его модели мышления и ценности, а также направляя развитие общественного мнения. По мнению российского исследователя телевидения А. А. Новиковой, «феномен развлечения стал одной из важнейших загадок второй половины XX – начала XXI веков и задал новые векторы развития таких дисциплин, как коммуникативистика, журналистика и связи с общественностью. Специалистам в области массмедиа необходимо разобраться в многогранности явления развлечения, чтобы использовать его в конструктивном ключе для разных аудиторий»¹¹⁵. А. А. Новикова считает, что развлечение можно назвать «эмоционально окрашенной идеологией, которая формирует образ жизни человека, программирует модели поведения»¹¹⁶.

С. Н. Ильченко видит в зрелищной природе аудиовизуального продукта фактор, который предопределяет для аудитории его потребительские свойства (независимо от того, какого жанра или формата экранный продукт).

¹¹⁵ Новикова И. А. Современное развлекательное телевещание в контексте общественных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 112.

¹¹⁶ Новикова И. А. Современное развлекательное телевещание в контексте общественных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 114.

Исследователь считает, что современное информационное общество превратилось в шоу-цивилизацию, приметой которой становится преобладание в медиа всевозможных экранных зрелищ, имеющих яркую игровую природу. Автор полагает, что реальность, доставляемая через медиа, в том числе посредством телевидения, все чаще не соответствует действительности¹¹⁷.

В качестве одной из причин превалирования развлекательного контента в современной медиаиндустрии следует считать также глобальный консьюмеризм. Э. Фромм отмечал, что в современном обществе формируется новый тип человека – *homo consumens*, который стремится нейтрализовать внутренние психологические проблемы постоянным потреблением¹¹⁸. Консьюмеризм сегодня свойственен и культуре КНР. С развитием глобализации и Интернета средства массовой информации Китая неизбежно обнаруживают все большую тенденцию к распространению моделей поведения общества потребления. М. Д. Вольф видит в развлечении одну из причин современного преобразования экономики¹¹⁹. По его мнению, развлечения – это один из главных маркетинговых инструментов, способных привлекать потребителей. Без развлечений медиа не смогут быть бизнесом, именно поэтому с развитием экономики индустрия развлечений начала процветать. Как результат, развлечения проникли и распространились на различные отрасли промышленности и теперь влияют на многие виды экономической деятельности.

Маркетизация СМИ и стремление к прибыли являются прямыми причинами преобладания развлекательного контента в медиа. Принципы производителей медиаконтента в условиях рыночной экономики

¹¹⁷ Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: реальность современной медийной практики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2012. – № 1. – С. 227–230.

¹¹⁸ Фромм Э. Иметь или быть. Шанхай: Издательство переводов Шанхая, 2021. (=作者艾里希·弗洛姆. 译者程雪芳. 占有还是存在. 上海译文出版社. 2021.)

¹¹⁹ Wolf M. J. The entertainment economy: How mega-media forces are transforming our lives. – New York: Crown Currency, 2010.

предполагают ориентацию на аудиторию как на потребителя. Отношения между аудиторией как потребителем и средствами массовой информации – это простые отношения покупателя и продавца. Они определяют зависимость СМИ от аудитории, выбирающей медиапродукты. Ориентация на потребности и желания потребителей доминирует в процессе производства и распространения массовой информации. Таким образом, СМИ в целом перешли от удовлетворения социальных интересов к решению коммерческих задач. Очевидно, что деятельность СМИ способствует развитию рыночной экономики и преследует коммерческие интересы с целью достижения максимальной экономической выгоды. Поэтому под влиянием рыночной экономики рейтинги и доля рынка стали важными критериями для измерения ценности телевизионных программ, в то время как культурная ценность может игнорироваться. Коммерциализация медиа привела к тому, что телевизионные продюсеры больше внимания уделяют прибыльности программ, чем их культурной ценности. В своей книге «Понимание массовой коммуникации» М. Л. ДеФлёр и Э. Э. Денниес отметили, что самый надежный способ сделать медиапродукты хорошо продаваемыми – это предположить, что аудитория обладает ограниченным интеллектом, любит развлечения и не интересуется подробностями обсуждаемых тем¹²⁰.

Таким образом, в современном обществе потребления средства массовой информации продают развлечения аудитории и получают прибыль от ее удовольствия. В то же время потребности аудитории становятся товаром, который СМИ реализуют рекламодателям для совершения ими вторичных продаж с целью получения дохода. В настоящее время это важный источник дохода в медиаиндустрии. Развлекательный контент стимулирует продажи товаров. Поощрение потребления при помощи развлечения необходимо в эпоху цифровых медиа, когда внимание аудитории является дефицитным ресурсом. Средства массовой информации делают все возможное, чтобы

¹²⁰ DeFleur M. L., Dennis E. E. Understanding Mass Communication. – Boston: Houghton Mifflin, 1991.

привлечь внимание зрителей, и наиболее часто используемым средством оказывается развлекательный контент.

Если рассматривать телевидение как социальный институт, в обязанности которого входит реализация определенного перечня функций, то развлекательная, конечно, не будет единственной. В начале 1920-х годов генеральный директор BBC Д. Рейт кратко описал миссию радиовещания таким образом: информировать, просвещать и развлекать¹²¹. По его мнению, эти три важные задачи призваны служить общественности. Впоследствии эти идеи BBC быстро распространились и были приняты во всем мире. В российской теории телевизионной журналистики, помимо информационной и развлекательной, культурно-просветительской и образовательной, выделяются также интегративная, управленческая и организаторская функции¹²².

Сочетание развлекательных и иных аспектов в аудиовизуальном контенте становится в наше время способом решения проблемы, с одной стороны, чрезмерной развлекательности телевизионных передач, а с другой – низких рейтингов. Мы считаем, что в современную эпоху стремительного развития цифровых медиа информационно-развлекательный и познавательно-развлекательный контент представляет собой прекрасное сочетание функций и имеет большое социальное значение. Процесс просмотра телепередач оказывает незаметное влияние на идеологию и ценности телезрителей, поэтому качество программ должно быть высоким.

Трансформация развлекательного контента на телеканалах КНР прошла путь от исключительно развлекательных передач к передачам, обладающим социальным значением. Данный процесс управлялся Государственным советом Китайской Народной Республики.

¹²¹ DeFleur M. L., Dennis E. E. Understanding Mass Communication. – Boston: Houghton Mifflin, 1991.

¹²² Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.

Развлекательный контент в телевизионной индустрии КНР

Современное медиапространство функционирует под влиянием индустрии развлечений. Особое место в ней занимает строго регламентированная и контролируемая государством телевизионная индустрия КНР. Развлекательный контент не всегда преобладал на китайском телевидении – он начал активно распространяться в 1980-х годах. По мнению Чжан Гуанцао, в телевизионном пространстве Китая существовало четыре популярных развлекательных формата, типичных для телевизионной индустрии своего времени¹²³:

1. Гала-концерт. Развлекательные телевизионные программы в КНР были представлены в самой простой форме – в виде концертов. Проектирование данного формата началось в марте 1990 года. В качестве типичной передачи данного формата следует рассматривать «Супер Варьете Шоу» («Super Variety Show»; 《正大综艺》), которая транслировалась по телевизионному каналу CCTV. Номера концертной программы были весьма разнообразными: танцы, песни, фокусы и акробатические трюки, исполненные представителями разных стран и национальностей.

«Супер Варьете Шоу» транслировалось с 1990 по 2004 год. С течением времени из-за изменения потребностей аудитории, отсутствия взаимодействия между ведущими и аудиторией, а также в связи с другими факторами данный развлекательный формат постепенно утратил свою привлекательность. «Супер Варьете Шоу» можно считать прототипом современной программы «Гала-концерт китайского Нового года».

2. Развлекательное шоу – следующий формат, который получил популярность как среди продюсеров КНР, так и телевизионных зрителей. «Счастливый лагерь» («Happy Camp»; 《快乐大本营》) – типичная программа

¹²³ Чжан Гуанцо. Анализ развития и текущей ситуации китайских развлекательных программ // Vitality. – 2014. – № 6. – С. 108. (=张广操. 浅析中国娱乐节目的发展与现状. 活力. 2014 年. 第 6 期. 第 108 页.)

данного формата, вышедшая в эфир в 1997 году. Проект считается долгожителем телевизионной индустрии КНР, так как производился и транслировался с 1997 по 2021 год, сохраняя любовь зрителей более 20 лет. Данная программа была чрезвычайно популярной в том числе и потому, что ее участниками были известные китайские актеры и певцы, а также звезды из Южной Кореи, Тайваня, Японии, Гонконга и других стран. Вместе они участвовали в выступлениях, конкурсах, интересных научных экспериментах, играх, давали интервью. В первые годы существования передачи ее героями были только знаменитости, но позже и простые люди получили возможность иногда выходить на сцену и взаимодействовать с ведущими. Программа сочетала в себе развлекательный и познавательный компоненты.

3. Интеллектуальный конкурс. Этот формат при проектировании телевизионного проекта предполагает совмещение характерных особенностей конкурса и шоу. Именно в таком формате с 1998 года стало выходить шоу «Счастливчик 52» («Lucky 52»; 《幸运52》), которое признано одной из самых популярных передач своего времени во многом благодаря тому, что зрители сами стали непосредственными участниками телевизионной программы и имеют возможность взаимодействовать с ведущим в студии. Появление этого телепроекта способствовало размыванию границ между форматами развлекательного шоу и интеллектуального конкурса. Популяризация знаний стала одной из основных функций проекта наряду с развлечением. В передачах данного формата зрители активно участвовали в интеллектуальном соревновании, а победитель получал награды. Появление подобных проектов в значительной степени способствовало переходу развлекательного телевещания КНР к использованию для продюсирования телевизионного контента новой формы – реалити-шоу, которое сделало аудиторию главным действующим лицом программы.

4. Реалити-шоу. Этот формат связан с распространением популярных передач, созданных в жанре реалити-шоу. Будущие звезды программы выбирались на ее начальном этапе из множества обычных людей. В 2004 году появилось реалити-шоу «Супердевочки» («Super Girls»; 《超级女声》). В 2005 году программа заняла первое место в рейтинге с хорошим результатом 11,63%¹²⁴. Поскольку программа «Супердевочки» показала хороший рейтинг, в 2007 году в эфир выпустили проект схожего формата – «Супермальчики» («Super boy»; 《快乐男声》). В первичных кастингах могли принимать участие только обычные люди; передаче также удалось получить хорошие медиаметрические показатели.

Развлекательные программы на китайском телевидении обычно делятся на множество типов: их можно классифицировать по основной теме (танцевальные, музыкальные, кулинарные и др.), или по форме (ток-шоу, реалити-шоу, конкурсы и др.). С течением времени развлекательные передачи стали широко распространены, и многие телеканалы стремились продюсировать развлекательный контент, так как именно он стал одним из важных средств в борьбе за рейтинг. Однако высокая концентрация подобного контента на телевизионном экране стала причиной возникновения феномена избыточного развлекательного контента на телевидении. Распространение развлекательных программ способствовало не только резкому сокращению других типов телепередач, но и возникновению чрезвычайно жесткой конкуренции между ними¹²⁵.

Продюсеры развлекательных телевизионных проектов, стремившиеся исключительно к получению дохода, не задумывались о том, какое

¹²⁴ Чжан Гуанцяо. Анализ развития и текущей ситуации китайских развлекательных программ // Vitality. – 2014. – № 6. – С. 108. (=张广操. 浅析中国娱乐节目的发展与现状. 活力. 2014 年. 第 6 期. 第 108 页.)

¹²⁵ Чжоу Чжиюй. Предварительное исследование социальной ответственности развлекательных программ в пан-развлекательной среде // Наука и техника в области общественных коммуникаций. – 2018. – № 2. – С. 67–68. (=周芷羽. 泛娱乐环境下娱乐节目社会责任感初探. 科技传播. 2018, № 2. 第 67-68 页.)

воздействие телевизионный контент может оказывать на аудиторию. Это привело к распространению некачественной развлекательной телевизионной продукции. Еще в 2005 году Ши Тунюй в своей статье «Противодействие явлению вульгаризации телевидения»¹²⁶ упоминал о проблемах, существовавших в то время в развлекательных программах КНР. Среди основных он выделил клонирование развлекательных программ, в том числе некачественных зарубежного производства. В условиях высокой конкуренции телевизионные продюсеры опасались, что новый телевизионный продукт не понравится аудитории и, как результат, выбирали стратегию копирования популярной программы у телевещателя-конкурента или зарубежного производителя. Таким образом, в телевидении КНР можно наблюдать тенденцию, когда производители контента, заботясь исключительно о своих доходах, заимствуют идеи у конкурентов, копируют популярные, но зачастую низкокачественные программы телевидения Европы, США, Гонконга и т. д., не стремятся создавать качественные передачи. Все перечисленное можно оценить как безответственное поведение по отношению к зрителям. По мнению Сян Сыци, развлекательные передачи, имеющие изъяны содержательного характера, будут оцениваться экспертами как недостаточно социально значимые¹²⁷. Среди таких недостатков исследователь отмечает:

- 1) игнорирование главной цели программы;
- 2) отсутствие основных ценностей китайской культуры;
- 3) нехватка социальной ответственности, которую должны нести средства массовой информации¹²⁸.

¹²⁶ Ши Тунюй. Сопротивление вульгаризации телевидения // Журнал китайского вещания и телевидения. – 2005. – № 10. – С. 24. (=时统宇. 抵制电视低俗化现象. 中国广播电视台学刊. 2005 年. 第 10 期. 第 24 页.)

¹²⁷ Сян Сыци. Чрезмерное увлечение развлекательными программами на телевидении и их социальная ответственность // Аудиовизуальные исследования. – 2014. – № 6. – С. 46–48. (=项斯琪. 电视娱乐场中综艺节目的过度娱乐化及应有的社会担当. 视听研究. 2014 年第 6 期. 第 46-48 页.)

¹²⁸ Там же.

В то же время мы не можем разделить мнение тех исследователей, которые считают, что чем больше развлекательного контента смотрит аудитория, тем меньше информации и знаний она получает¹²⁹. Мы не согласны с авторами, утверждающими, что развлекательный контент не имеет социального значения и не может быть полезным для аудитории. На примере зимних Олимпийских игр 2022 года в Пекине мы наблюдали, что, с одной стороны, сам процесс просмотра Олимпиады – это способ развлечения, а с другой – возможность узнать обычай и традиции других стран, правила соревнований, восхититься физическими и психологическими возможностями спортсменов во время соревнований. Таким образом, можно говорить о социальном значении развлечения не только как о способе получить удовольствие и отдохнуть, но и как виде деятельности, доставляющей удовольствие, заставляющей сопереживать и получать важные знания и информацию¹³⁰.

Актуальные задачи развлекательных программ, популярных сегодня в Китае, направлены на удовлетворение запросов широкой аудитории. Потребность аудитории в научно-просветительских и культурных элементах в таких передачах растет, и наличие в них в социально значимых характеристиках постепенно становится одним из важных показателей для определения качества этих передач.

Несмотря на то, что развитие телевидения сопровождается различными проблемами, стоит отметить, что сегодня значительным изменением, которое мы наблюдаем на телевидении, является постепенное увеличение количества программ, имеющих социальную значимость, а развлекательные программы чаще всего содержат и развлекательный, и познавательный контент.

¹²⁹ DeFleur M. L., Dennis E. E. Understanding Mass Communication. – Boston: Houghton Mifflin, 1991.

¹³⁰ Bryant J., Miron D. Entertainment of media effect. – New York: Routledge, 2002. – Pp. 559–592.

В качестве примера приведем популярную программу «Дивы отправляются в путь» («Divas hit the road»; 《花儿与少年》) – реалити-шоу о путешествиях, которое транслируется с 2014 года. С повышением уровня жизни людей путешествия стали их духовной потребностью. Программа не только соответствует интересам и психологии молодежной аудитории, но и отвечает ее потребностям в расширении кругозора. Реалити-шоу фокусируется на новых формах коммуникации и отношений между людьми. Так, семь звезд разного возраста отправляются в путешествие по зарубежным странам. Из программы зритель узнает об особенностях путешествия в той или иной стране, о достижениях и обычаях этих стран. В то же время интересны ценности, образ жизни участников программы, проявляющиеся при взаимодействии друг с другом.

Еще один пример – реалити-шоу «Back to Field» (《向往的生活》), запущенное в 2017 году и до сих пор сохраняющее популярность. Опросы показали, что из-за стресса, раздражительности, вызванных городской жизнью, почти 40,4% населения КНР стремятся уехать подальше от городского шума, суеты и пробок в сельскую местность, где экологическая обстановка лучше и есть возможность побывать в уединении. Показывая жизнь за городом и рассказывая о ней, проект не только удовлетворяет потребность аудитории в развлечении, но и имеет определенную социальную значимость¹³¹.

Стоит отметить, что в настоящее время популярен такой формат программ, как ток-шоу о любви. Например, передача «Heart signal» (《心动的信号》) транслировалась в течение семи сезонов – с августа 2018 года по 2024 год, сохраняя высокие медиаметрические показатели. В программах такого формата затрагиваются актуальные социальные темы. Все участники

¹³¹ Ван Шуй. Исследование литературной целительной функции шоу на примере «Back to Field» // Западное радио и телевидение. – 2023. – № 1. – С. 135–138. (=王舒雨. 生活类慢综艺的文艺治愈功能研究——以《向往的生活》为例. 西部广播电视台. 2023 年. 第 1 期. 135-138 页.)

программ – молодые люди, которые недавно начали работать, большинство из них окончили ведущие университеты КНР или университеты за рубежом. И каждый из них обладает своими уникальными чертами характера. Передача привлекла внимание широкой аудитории возможностью наблюдать за процессом поиска пары, анализом психологии гостей, а также представленными социальными ценностями.

Приведенные нами примеры доказывают, что продюсеры современных популярных программ стремятся не только развлечь свою аудиторию, но и поделиться с ней новыми знаниями и информацией, обсудить актуальные проблемы. Мы можем сделать вывод, что реализация социально значимых функций – информационной, культурно-просветительской – может осуществляться и посредством популярных развлекательных телевизионных передач: ток-шоу, реалити-шоу, тревел-шоу и т. д. Подобные проекты рассказывают аудитории об истории страны, ее географических особенностях и национальных обычаях, и даже могут поднимать актуальные общественно-политические проблемы, выполняя таким образом целый спектр значимых функций медиа. Показательно, что важные сведения могут распространяться и при помощи игровых форматов – мультипликационных фильмов, художественных фильмов и сериалов. Можно предположить, что именно форма телевизионной передачи позволяет сделать трансляцию серьезного контента максимально интересной и привлекательной для телевизионного зрителя. Подробнее об этом речь пойдет в следующем параграфе.

Выводы к параграфу 1.2

Причина, по которой развлекательный контент превалирует сегодня на популярных региональных телеканалах КНР, заключается в том, что развлечение как способ времяпрепровождения с целью получения удовольствия всегда оставалось одним из приоритетов для человека.

Доминирование развлекательного контента в телевизионных средствах массовой информации обусловлено аудиовизуальной природой данного вида медиа, а также такими чертами современной цивилизации, как консьюмеризм и меркантилизм. Важным фактором оказывается также маркетизация медиасферы.

Развлекательный контент не всегда занимал значимое место в программной сетке телеканалов КНР. Начиная с 1990-х годов он прошел путь трансформации: от простых форматов до более сложных, привлекающих к участию в телевизионном действии телезрителей. В настоящее время можно увидеть значительное количество программ данного типа на экранах. Именно развлекательные элементы в передачах помогают мотивировать аудиторию к телевизионному смотрению. Исследователи предостерегают от чрезмерного и необдуманного увлечения развлекательным контентом телевизионных каналов, так как он может оказывать отрицательное влияния на модели поведения и ценностную ориентацию телевизионной аудитории. Телевизионные продюсеры КНР стремятся к тому, чтобы создаваемые ими развлекательные передачи имели социальную и культурную значимость, как того требуют регламентирующие документы.

1.3 Телевизионная передача и ее жанрово-форматные характеристики

Содержание и форма телевизионного проекта – одни из ключевых показателей при рассмотрении программирования телеканала. Несомненно, тематика, содержание и форма программы тесно связаны с ее качеством и, в итоге, определяют ее аудиторию и перспективы¹³². На данный момент можно наблюдать конкуренцию между популярными форматами программ не только на одном канале, но и на конкурирующих телевизионных каналах в КНР.

¹³² *Линь Дунь.* Исследование характеристик, опасностей и мер противодействия информационному империализму // Современные образовательные технологии. – 2011. – № 3. – С. 28–30. (=林盾. 信息帝国主义特征、危害与对策研究. 现代教育技术. 2011 (03). 第 28–30 页.)

Формат программ, показывающий высокие рейтинги, используется одновременно многими телевизионными вещателями. Например, при помощи популярного в прошлые годы формата музыкального конкурса передачи создавались одновременно на нескольких телевизионных каналах: «Драгоценный голос» («The Treasured Voice»; «天赐的声音») на канале «Чжэцзян ТВ», «Похвалите программу» («Praise the program»; «为歌而赞») и «Поем с легендами» («Singing with legends»; «我们的歌») на «Восточном спутниковом телевидении» и «Бесконечность и дальше» («Infinity and Beyond»; «声生不息») на канале «Хунань ТВ».

Телевизионный контент, его содержание и форма, в которую он облекается, в значительной степени определяются состоянием развития общества и телевизионных технологий. Известный китайский ученый Тянь Бэньсян считает, что телевизионная культура является продуктом развития человеческой материальной и духовной цивилизации на определенном историческом этапе. Телевизионная культура не только имеет свою собственную структуру, систему, но и свои собственные уникальные характеристики, а также оказывает значительное влияние на общественную жизнь. По мнению Тянь Бэньсяна, коннотация телевизионной культуры также представлена через различные форматы и жанры программ. Телепередачи различных жанров и форматов ориентированы на определенную аудиторию, передают ей всевозможные идеи и оказывают разнообразное социальное воздействие. На каждом этапе развития телевизионного вещания можно наблюдать популярность разных жанров и форматов¹³³.

Другие исследователи также солидарны с тем, что телевидение само может провоцировать определенные изменения в обществе и общественном сознании. Формы телевизионных программ будут демонстрировать происходящую эволюцию. Размышая о взаимовлиянии телевидения и

¹³³ Тянь Бэньсян. Телевизионная культура. – Пекин: Издательство культуры и искусства, 1990. (=田本相. 电视文化学 [M]. 北京:文化艺术出版社.1990.)

человеческой культуры, Ху Чжифэн в работе «Очерк о культуре кино и телевидения» отметил, что «форматы и жанры телепрограмм определяют концепты медиакультуры, транслируемые телевизионными программами, включая не только информационное содержание, передаваемое самой телевизионной средой, различные сложные отношения и связи между коммуникаторами в процессе телевизионной передачи, но также и глубокие изменения в обществе, в стране, личных ценностях, убеждениях и психологическом состоянии, вызванном телевизионными передачами»¹³⁴. Таким образом, обращаясь к изучению популярных форматов телевизионных программ, мы не только анализируем актуальные контент-стратегии и стратегии программирования, но и специфику современной культуры.

Одной из главных проблем при подготовке исследования, связанного с анализом актуальных форматов, оказалось формирование рабочей типологии.

В российской теории телевизионной журналистики существует разрабатываемая несколько десятилетий система жанров телевизионной журналистики и экраных произведений игрового кинематографа, используемых на телевидении. Именно поэтому в процессе исследования жанрово-форматной структуры выбранных каналов мы будем ориентироваться преимущественно на российские источники, однако обязательно приведем и точку зрения исследователей из КНР, и англоязычных авторов.

Под понятием «жанр» российские авторы понимают исторически сложившийся тип отображения реальной действительности, обладающий рядом относительно устойчивых характеристик¹³⁵. Авторы учебного пособия «Телевизионная журналистика» Ю. И. Долгова и Г. В. Перипечина выделяют три группы жанров: документальные, документально-художественные и

¹³⁴ Ху Чжифэн. Очерк о культуре кино и телевидения. – Пекин: Издательство Пекинского института радиовещания, 2001. (=胡智锋. 影视文化论稿[M]. 北京:北京广播学院出版社, 2001.)

¹³⁵ Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.

художественные, каждая из которых обладает своими отличительными особенностями.

В документальную группу жанров входят также:

- информационные жанры (заметка, репортаж, выступление, пресс-конференция);
- жанры аналитической публистики (комментарий, обозрение, беседа, дискуссия и др.);
- художественно-публицистические жанры (очерк, эссе, памфлет, фельетон и др.).

Группа документально-художественных жанров занимает серединное положение между группой документальных и художественных жанров, здесь в качестве содержательной основы экранного произведения используется документальный материал, но для его более интересного и яркого представления на экране могут применяться средства художественного кинематографа (игра актеров, доля вымысла в сценарии и др.). К группе документально-художественных жанров относят такие жанры, как игра, реалити-шоу, документальная драма, шоу, документальный фильм¹³⁶.

Группа «художественные жанры» – это игровые экранные произведения, созданные по предварительно написанному сценарию, который воплощается на экране при помощи актеров. Это сериалы и художественные фильмы, а также созданные в различных техниках мультипликационные фильмы.

Схожее представление о жанрах и использование данной классификации можно встретить в работах других российских исследователей. Например, Р. В. Удовиченков в статье «Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга „СТС Медиа“» подчеркивает, что жанр – это способ отображения реальности, которому свойственна система относительно устойчивых признаков. Исследователь отмечает, что одну группу жанров от другой отличают четыре характеристики, такие как

¹³⁶ Там же.

своебразие предмета, о котором рассказывается; специфика функций; масштаб освещения реальности и полнота выводов; изобразительно-выразительные средства. По мнению ученого, в процессе телевизионной медиакоммуникации жанр как форма распространения телевизионного контента очевидно оказывается ключом к восприятию телезрителей¹³⁷.

В то же время если жанровая теория предлагает список из хорошо описанных жанров, то в реальной практике телевизионного производства не всегда возможно определить жанр конкретного экранного произведения. Еще в конце XX века российский ученый Э. Г. Багиров, размышляя о сложности классификации экранной продукции, отмечал, что «существующие классификации телепрограмм в большинстве своем с достаточным основанием фиксируют те или иные типообразующие признаки. Наибольшие же трудности связаны с объединением разных типологических схем в целостную и непротиворечивую систему»¹³⁸. В качестве типологических признаков может определяться жанр, тематика, функции контента. Подтверждая сложность соотнесения конечной экранной продукции с определенным жанром, современные авторы Ю. И. Долгова, Г. В. Перипечина, О. В. Тихонова, занимаясь исследованием развития телевидения в XXI веке, отмечали, что структура современного телевизионного эфира универсальных телеканалов состоит преимущественно из полижанровых форм. Данное явление обусловливается двумя факторами: появлением на российском телевизионном рынке зарубежных форматов, представляющих смешение жанров и стилей, а также стремлением продюсеров привлечь к экранам более широкую аудиторию и желанием подобрать для этой цели наиболее подходящие формы¹³⁹. С. Н. Ильченко, размышляя о применении устоявшейся

¹³⁷ Удовиченко Р. В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» // Научная мысль Кавказа. – 2011. – № 2. – С. 148.

¹³⁸ Багиров Э. Г. Очерки современного телевидения. – М.: Искусство, 1978. – С. 93.

¹³⁹ Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Контент-стратегии телеканалов «большой тройки»: тематика, жанры, форматы // Вестник Томского государственного

жанровой теории к телевизионным передачам, также отмечает определенные сложности, обусловленные целями и задачами современной телевизионной продукции (если раньше в приоритете была информационная функция, то теперь развлечение). Кроме того, исследователь подчеркивает, что жанр не содержит такой параметр, как продолжительность передачи или особенность целевой аудитории, и многое другое¹⁴⁰.

В силу перечисленных причин для классификации телевизионной продукции все чаще наряду с понятием «жанр» используют понятие «формат», которое, по мнению исследователей, по своему значению отличается от понятия «жанр». Однако в разграничении данных терминов часто возникают проблемы.

Размышляя о понятии «формат», Т. И. Сурикова акцентирует внимание на том, что изначально под данным понятием понималась именно внешняя форма: «по-латыни format – это „вид, внешнее оформление“»¹⁴¹. Схожее значение можно найти в Толковом словаре русского языка под редакцией Н. Ю. Шведовой, в котором предлагаются два определения понятия «формат». Первое: «размер печатного издания, тетради, листа»¹⁴², таким образом, трактуя понятие как техническую характеристику издания: какого оно размера. Второе определение соотносит понятие «формат» с термином «форма», учитывая также специфику композиции сообщения: «формат – форма построения и подачи информации, вида общения»¹⁴³.

Исследуя эволюцию термина «формат», Т. И. Сурикова отмечает, что добавочное значение, связанное с самой «стандарт, эталон», возникает в

университета. Филология. – 2019. – № 61. – С. 237–255; Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.

¹⁴⁰ Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. – С. 234–235.

¹⁴¹ Сурикова Т. И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 26.

¹⁴² Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 2011. – С. 1055.

¹⁴³ Там же.

1990-х годах на фоне процессов компьютеризации¹⁴⁴. В сфере медиа использование понятия «формат» сегодня достаточно популярно не только для обозначения формы произведения, но и для того, чтобы охарактеризовать то, насколько экранное произведение подходит для публикации в данном издании, выхода в эфир на телеканале; так возникает противопоставление «формат» – «не формат». По мнению исследователя, проблема дефиниции понятия «формат» также возникает из-за бедности значения, которая продуцирует неограниченную сочетаемость с другими словами и высокую способность определять явления действительности. Именно поэтому под форматом в медиаотрасли понимают и вид СМИ, и способ общения с аудиторией, и канал коммуникации, и др.¹⁴⁵

О. Р. Лашук также указывает на отсутствие устоявшейся дефиниции термина и отмечает, что активная его эксплуатация началась в США в 1950-х годах и была определена процессом роста разнообразия контента на радио. В тот период возникла необходимость соотносить передачи и их потенциальную аудиторию. Анализируя существующие в 2010 году виды аудиовизуальных форматов, автор называет следующие: музыкальные; развлекательные; новостные; спортивные; образовательные; художественные фильмы и др.¹⁴⁶

Г. В. Лазутина выделяет несколько возможных способов употребления понятия «формат» в современной коммуникативистике:

- 1) совокупность внешних характеристик (например, длительность и размер – «10-минутный формат»);
- 2) концепция издания или проекта (художественный, научный, познавательный, просветительский);

¹⁴⁴ Сурикова Т. И. Указ. соч. – С. 26.

¹⁴⁵ Там же. – С. 28.

¹⁴⁶ Лашук О. Р. Формат СМИ: определение термина // Методический семинар «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ». – URL: <https://www.mediascope.ru/методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми»> (дата обращения: 20.05.2024).

- 3) «формат в значении род творчества» (статья научная, а не публицистическая);
- 4) формат «как вид творчества» (канал из интервью);
- 5) канал дистрибуции (онлайн-платформа Tencent, телеканал «Хунань ТВ», журнал DUZHE («Читатели»));
- 6) формат как реализация ожиданий и реакций аудитории (развлекательный, трогательный и др.)¹⁴⁷.

Разграничивая понятия «жанр» и «формат», Г. В. Лазутина утверждает, что «формат есть понятие коммуникативистики, характеризующее место предмета коммуникации в информационных потоках, адресуемых обществу», тогда как «жанр» – понятие теории творчества, передающее специфику определенного вида творчества¹⁴⁸. Иногда эти понятия могут пересекаться. Автор также полагает, что качественные журналистские тексты, как правило, характеризуются жанровой определенностью¹⁴⁹.

Исследователь телевидения А. Г. Качкаева обусловливает распространение термина «формат» в российской научной литературе развитием коммерческого телевидения в стране, началом восприятия телевизионной индустрии как определенного вида бизнеса. Одновременно автор отмечает, что «невозможно отменить понятие „жанр“ (связан с родовыми, историческими сложившимися, смысловыми характеристиками программы), но уже невозможно не принимать и понятие „формат“ (связан с индустриальными характеристиками вещания – „упаковкой“ содержания, унификацией, адаптацией, способом распространения, стоимостью и пр.)»¹⁵⁰. Таким образом, в российской традиции и формат, и жанр соотносятся с понятием «форма», однако одно из них наиболее устоявшееся, а другое –

¹⁴⁷ Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 16.

¹⁴⁸ Там же. – С. 17.

¹⁴⁹ Там же. – С. 19.

¹⁵⁰ Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 43.

наиболее новое. Кроме того, для анализа программирования телеканалов, конечно, более подходит ориентированное на типологизацию распространяемого контента понятие «формат».

Н. С. Гегелова отмечает, что в современной телевизионной индустрии важен не только термин «формат телепрограммы», но и «формат вещания», под которым обычно понимается «доминирующий в эфире тип телепрограммы, выбранный редакцией как приоритетный, ее тематика и стиль подачи»¹⁵¹. Формат вещания обусловлен редакционной политикой телеканала и выражается в его преобладающих функциональных и содержательных характеристиках.

Помимо жанровой и форматной классификации, в российской научной литературе часто встречается использование переработанной классификации телевизионной продукции Г. В. Кузнецова¹⁵². Российский исследователь Г. В. Кузнецов, занимавшийся изучением российского телевидения в период его коммерциализации, пришел к выводу о невозможности описания существующей телевизионной продукции только при помощи жанровой теории. Автором были выделены виды вещания, некоторые из которых он считал более социально значимыми, а другие – менее социально значимыми. Наличие в верстке телеканала телепередач, относящихся к категории «социально значимые», на взгляд исследователя, должно было стать основанием для выдачи лицензии на телевизионное вещание. Среди социально значимых телепередач автор выделял: информационные программы, в том числе специализированные информационные телепрограммы и информационно-аналитические; публицистические телепрограммы, которые целесообразно было бы разделять на социальную и политическую публицистику; познавательно-развлекательные;

¹⁵¹ Гегелова Н. С. Форматное телевидение // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2011. – № 4. – С. 49.

¹⁵² Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004.

культурно-просветительские и детские программы¹⁵³. Религиозные, спортивные, развлекательные программы, а также художественные фильмы и сериалы Г. В. Кузнецов не относил к социально значимым.

Нам сложно полностью согласиться с исследователем, так как перечисленные виды контента, которые Г. В. Кузнецов не отнес к социально значимому контенту, очевидно, тоже имеют важное значение для аудитории. Например, что касается развлекательного контента, то именно данный вид телевизионной продукции дает возможность телевизионному зрителю отдохнуть в процессе медиапотребления, тогда как, как будет показано дальше, тематика многих художественных фильмов и сериалов может иметь серьезное социальное значение. Одновременно именно данный вид продукции – развлекательные передачи, художественные сериалы и фильмы, спортивные передачи, как правило, имеют высокие рейтинговые показатели, и продюсеры с удовольствием размещают данный контент в телевизионной сетке без каких-либо специальных постановлений контролирующих органов. Мы считаем, что классификатор Г. В. Кузнецова будет нам полезен для того, чтобы выделить те передачи, которые мы можем отнести к социально значимым, то есть такие, которые выполняют какие-либо важные социальные значимые задачи, помимо исключительно развлечения.

Относительно того, что такое формат телевизионной программы, в настоящее время существует много различных мнений и китайских исследователей. Как правило, понятие «формат» соотносится с формой и стилем телевизионной передачи. Формат можно копировать, покупать и даже массово производить.

Известный китайский исследователь Хань Хань считает, что «формат программы в основном подразумевает способ проектирования и производства

¹⁵³ Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – С. 210.

программ»¹⁵⁴. На его взгляд, программы делятся на разные типы в зависимости от их содержания: музыка, искусство, история и т. д. Все они имеют определенные шаблоны написания сценария и производства¹⁵⁵.

Чэн Ян, ученый Исследовательского центра журналистики и социального развития Китайского университета Жэньминь, отмечает, что «формат телевизионной программы определяет специфику производства серии телевизионных программ»¹⁵⁶. Формат подразумевает несколько ключевых особенностей производства (планировку студии, декорации, освещение, специфику сценария и организации производства и др.), а также планируемые медиаэффекты (характеристику целевой аудитории, ожидаемые рейтинги)¹⁵⁷.

Ху Чжифэн в своей работе «Планирование телевизионных программ» пишет, что формат телепрограммы – это стандартизованный шаблон для содержания и формы, который предполагает описание этапов работы над проектом, установленные профессиональные стандарты и систему визуальных символов¹⁵⁸. Таким образом, формат может быть представлен через описание процесса его создания и его отличительные особенности. Например, процедура производства реалити-шоу «Супердевочки» предполагает следующие этапы: кастинг – выход в следующий этап в турнире – выход в финал. Наряду с этим голосование судей и фиксация реакции зрителей также составляют основу формата реалити-шоу. По мнению исследователя, воспроизводимость этого формата позволяет создавать схожие

¹⁵⁴ Хань Хань. Правовая защита шаблонов телепрограмм // Право и общество. – 2008. – № 6. – С. 62–63. (=韩寒. 电视节目模板的法律保护. 法制与社会. 2008.06. 第 62-63 页.)

¹⁵⁵ Там же.

¹⁵⁶ Чэн Ян. Культурная интеграция, локализация и транснациональный поток форматов телевизионных программ // Международная журналистика. – 2009. – № 3. – С. 62. (=陈阳. 文化混杂、本土化与电视节目模式的跨国流动. 国际新闻界. 2009. 03.第 62 页.)

¹⁵⁷ Там же.

¹⁵⁸ Ху Чжифэн. Планирование телевизионных программ. – Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2006. (= 胡智锋. 电视节目策划学. 上海. 复旦大学出版社. 2006.)

программы¹⁵⁹. Например, другая программа канала «Хунань ТВ» «Супермальчики» следует той же логике, и ее формат основан на такой же последовательности этапов ее производства.

Ли Даньлинь отмечает, что формат программы заключается в ее конкретной форме выражения¹⁶⁰. Например, формат программы «Бегущий человек» включает в себя: 1) фиксированные роли участников (например, смешные персонажи); 2) правила выполнения заданий; 3) съемочный процесс. Таким образом, формат программы передает содержание и форму, которые она выражает.

Из приведенных выше мнений можно заключить, что понимание термина «формат» исследователями из КНР близко к трактовке этого понятия российскими исследователями. Авторы из Китая делают акцент на специфике производственного процесса, медиаэффектах и других индустриальных параметрах модели телевизионной продукции, важных для понимания того, как и для кого создавать экранный продукт.

Североамериканские и западноевропейские исследователи определяют понятие «формат» тоже схожим образом. Например, американский ученый Л. Логан считает, что «форма программы – это центральная идея телевизионной программы. Она выражается в общей структуре, которая содержит все или часть следующих элементов: сюжет, отснятый материал (кадр), персонажи, имена, декорации или реквизит, рекламные обращения или другие элементы»¹⁶¹.

¹⁵⁹ Там же.

¹⁶⁰ Ли Даньлинь. Правовая защита и инновационный путь формата телевизионных программ // Современные коммуникации. – 2015. – № 8. – С. 120–124. (=李丹林. 电视节目模式的法律保护与创新路径. 现代传播, 2015 (8): 120-124.)

¹⁶¹ Logan L. The Emperor's New Clothes? The Way Forward: TV Format Protection Under Unfair Competition Law in the United States, United Kingdom and France. Part 1 // Entertainment Law Abstract. – 2009. – Vol. 20, № 2. – Pp. 37–43; Logan L. The Emperor's New Clothes? The Way Forward: TV Format Protection Under Unfair Competition Law in the United States, United Kingdom and France. Part 2 // Entertainment Law Abstract. – 2009. – Vol. 20, № 3. – Pp. 87–92.

Ж. Чалаби в работе «Эпоха форматов: телевизионная революция развлечений» подчеркивает, что форматы продаются как интеллектуальная собственность и документируются в форматной библии, которая определяет:

1. Повествовательные ритмы (например, момент ожидания «окончательного ответа» в передаче «Кто хочет стать миллионером?»);
2. Технические требования: ракурсы камеры для шоу талантов (например, крупные планы во время эмоциональных реакций);
3. Рекламные крючки: размещение рекламных пауз (например, перед результатами голосования).

Автор считает, что глобальный успех некоторых программ зависит от строгого соблюдения этих правил¹⁶².

Синтезируя вышеупомянутые различные точки зрения, можно утверждать: несмотря на то, что некоторые авторы при определении понятия «формат» упоминают и технические характеристики телевизионного производства, на наш взгляд, трактовать это понятие необходимо в том числе через содержание и стиль телепередачи. Каждый формат предполагает определенную специфику продюсирования, этапы проектирования проекта, особенности сценария и процесса производства (освещение, декорации и другие основные элементы). Для понятия «формат» важны и содержащиеся в контенте социально значимые ценности, которые также могут быть одной из характеристик формата.

Кроме того, мы считаем, что при исследовании контента универсальных телевизионных каналов не представляется возможным использовать только жанровую классификацию, так как на современном экране можно увидеть много полижанровой продукции; именно поэтому в работе используется понятие «формат». Однако некоторые программы исчерпывающе описываются при помощи жанровой типологии, например, документально-художественного жанра телевизионной журналистики

¹⁶² Chalaby J. K. The Format Age: Television's Entertainment Revolution. – Cambridge: Polity Press, 2016. – Pp. 25–28.

«реалити-шоу», поэтому понятие «жанр» в названии предложенной типологии также сохраняется. В работе речь идет о «жанрово-форматной структуре телевизионных каналов».

После изучения теоретических трудов по жанрово-форматной теории, а также первичного анализа программ передач телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» нами была составлена типология программ, которые выпускаются этими телевизионными каналами. Во многих случаях представленные телевещателями передачи оказались сложносоставными (производились при помощи более чем одного жанра), для некоторых были предложены устоявшиеся названия форматов, например, «информационно-аналитическая передача», «ток-шоу». В отдельных случаях мы считали важным выделить не только форму, но и тематику передачи, чтобы понять содержание и функциональную направленность телепроекта (например, литературный конкурс сильно отличается от танцевального конкурса). В результате типология имеет следующий вид:

- *документальный фильм* – фильм, основанный на съемках реальных людей и событий;
- *реалити-шоу* – передача, отличительной особенностью которой является длительное наблюдение за сценарно-организованным взаимодействием героев передачи;
- *шоу* – «яркое представление, развлекательная программа»¹⁶³; в типологии отдельно выделяется *шоу, кулинарное шоу, музыкальное шоу*;
- *новости* – передача, рассказывающая о важных событиях в стране и мире;
- *информационно-аналитическая передача* – программа, не только рассказывающая последние новости, но и предлагающая их анализ;
- *ток-шоу* – формат передачи, организованный вокруг разговора в студии, который ведет выступающий в амплуа шоумена известный ведущий;

¹⁶³ Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.

часто ток-шоу сопровождается дополнительными видеоматериалами, в студии могут находиться зрители, задающие гостям вопросы; в типологии отдельно выделяются: *политическое ток-шоу, ток-шоу о любви, социальное ток-шоу, научно-популярное ток-шоу, ток-шоу о здоровье*;

- *конкурс* – любое соревнование в телевизионном эфире, заканчивающиеся объявлением победителя; в типологии отдельно выделяются: *кулинарный конкурс, литературный конкурс, танцевальный конкурс*;

- *тревел-шоу* – экраный продукт, рассказывающий о путешествиях ведущих проекта, а также создающий образ того места, где они находятся; на изучаемых телеканалах представлен тревел-шоу о китайской культуре;

- *документальная драма* – экранное произведение, созданное на документальном материале, но с использованием средств выразительности, свойственных художественному кино; на изучаемых телеканалах представлена документальная драма о китайской культуре;

- *литературный комментарий* – жанр аналитической публицистики, представляющий собой комментирование литературного произведения;

- *спортивная трансляция* – прямая трансляция спортивных событий.

Нежурналистские передачи:

- *телевизионный сериал* – многосерийные фильмы от четырех серий и более;

- *мультипликационный фильм* – фильм, выполненный при помощи средств мультипликации;

- *концерт* – выступление артистов с музыкальными и другими номерами согласно определенной последовательности;

- *прогноз погоды* – программа, в которой делается научно обоснованное предположение о будущем состоянии погоды в конкретном населенном пункте или регионе на определенный период.

В КНР такие передачи выходят ежедневно.

Выводы к параграфу 1.3

Для типологизации формы экранной продукции обычно используются понятия «жанр» и «формат». В данной работе мы будем понимать под термином «жанр» форму экранного произведения, появляющегося в процессе творчества и обладающего рядом устойчивых характеристик. «Формат» – термин, тесно связанный с теорией коммуникации и медиабизнесом, так как описывает не только характеристики произведения, но и его целевую аудиторию, хронометраж и другие параметры, важные для медиабизнеса.

Термин «формат» больше подходит для исследования процессов продюсирования и программирования, именно поэтому этот термин используется преимущественно в работе. Термин «жанр» также сохранен, так как некоторые телевизионные передачи вполне могут быть определены и с точки зрения жанровой теории. В работе также используется типология видов вещания, разработанная российским исследователем Г. В. Кузнецовым, предложившим выделить вид контента, который получил название «социально значимый».

В ходе изучения теоретических работ российских и китайских исследователей, а также анализа программных сеток изучаемых телевизионных каналов была составлена типология телевизионной продукции, которая будет использоваться при анализе специфики изучаемых телеканалов во второй главе.

1.4 Понятие и принципы программирования на телевидении

Программирование как процесс выбора контента для трансляции и расстановка его в сетке вещания является одной из составляющих коммерческого успеха аудиовизуального медиа в телевизионной индустрии¹⁶⁴. С этой точки зрения опыт изучения программирования ведущих телеканалов КНР чрезвычайно полезен для менее успешных китайских телевизионных вещателей. Телевидение Китая редко становится предметом изучения российских исследователей, тогда как анализ телевизионной индустрии Поднебесной мог бы иметь научно-практическую ценность и для российских телевизионных продюсеров. Как мы уже говорили, китайские телеканалы, даже в условиях ориентации на рейтинговые показатели, стремятся сохранить социально значимые телевизионные программы, уделяют повышенное внимание воспитательно-образовательной функции¹⁶⁵.

Следует отметить, что теория программирования для коммерческого телевидения разрабатывалась в научно-теоретических и научно-практических трудах североамериканских исследователей. Затем она была заимствована и отражена в теоретических трудах, стала использоваться в индустрии других стран. Российский исследователь А. С. Зубок объясняет этот факт тем обстоятельством, что до 1980-х годов в большинстве государств «существовали телевизионные монополии с общественной и государственной системой управления. Поэтому в этих странах стратегическое планирование основывалось не на вопросе удовлетворения запросов потребителей, а на понимании политических и общественных задач. Практически единственным

¹⁶⁴ Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. – Boston: Cengage Learning, 2012.

¹⁶⁵ Долгова Ю. И., Юй Ц. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением Китая // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – Т. 9, № 3. – С. 543–553; Проскурнова Е. Л., Вань Ч., Те О. Е. Пропаганда национальных культурных ценностей в современных телепередачах Китая // Вестник Томского государственного университета. – 2025. – № 511. – С. 54–67.

образцом клиентоориентированной телевизионной отрасли являлись США»¹⁶⁶. С точки зрения коммерческого телевизионного производства телевизионное программирование – это деятельность, направленная на максимальное привлечение телевизионной аудитории с целью продажи ее внимания рекламодателям, а также получения наибольшей прибыли. Североамериканские исследователи С. Т. Истман и Д. А. Фергюсон понимают программирование как процесс, состоящий из трех этапов: 1) выбор продукции для показа; 2) размещение ее в сетке вещания; 3) промоушен¹⁶⁷. Значительное внимание в процессе программирования уделяется производственным издержкам, которые необходимо минимизировать.

В теории программирования России и КНР ориентация на максимальную прибыль не считалась и на сегодняшний день также не является самой главной задачей. В российской теории телевизионной журналистики теория программирования начала разрабатываться исследователями в конце 1960-х годов¹⁶⁸. Как отмечают Ю. И. Долгова и Г. В. Перипечина, в этот период в СССР появилась возможность одновременно вещать по нескольким телевизионным каналам после строительства телевизионного центра «Останкино» в 1967 году¹⁶⁹. В советский период развития российского телевидения ориентация на телевизионную аудиторию также считалась важным и ключевым фактором программирования, однако увеличение количества зрителей не связывалось с монетизацией телевизионного контента. Советский исследователь Р. А. Борецкий в качестве одного из основных принципов программирования выделял тематическую спецификацию передач, «одновременно идущих по разным программам,

¹⁶⁶ Зубок А. С. Телевизионный бизнес. – М.: Школа издательского и медиабизнеса, 2012. – С. 269.

¹⁶⁷ Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. – Boston: Cengage Learning, 2012.

¹⁶⁸ Борецкий Р. А. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. – М.: [б. и.], 1967.

¹⁶⁹ Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.

принцип их взаимоисключения (значит, более или менее четкого разделения основных контингентов зрителя)»¹⁷⁰. Он полагал, что руководство данным правилом будет способствовать реализации задачи по максимальному удовлетворению различных интересов людей, собравшихся перед экранами телевизоров. Исследователь не говорил об увеличении прибыли от телевизионного производства, поскольку в советское время такая задача не ставилась.

Современные российские исследователи в значительной степени заимствовали представление о процессе телевизионного программирования из западной медиапрактики. Например, специалист по телевизионному программированию И. Дащевская акцентирует внимание на первых двух этапах производственной цепочки, о которой упоминалось выше, а также отмечает необходимость стремиться к тому, чтобы сбрать максимально возможную телевизионную аудиторию перед экранами: «Программированием на телевидении называют формирование и распределение контента в эфирной сетке. Основная задача программирования – максимизировать аудиторию канала, сформировав и наполнив программную сетку в соответствии с запросами аудитории и с учетом возможностей телеканала»¹⁷¹.

Современные китайские исследователи уделяют значительное внимание изучению телевизионного программирования. Ли Лэй в своей статье «Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае» дает следующее определение телевизионному программированию: «Так называемое программирование телевизионных программ – это процесс управления, заключающийся в координации и создании канала и программы с опорой на научные разработки и инновации с тем, чтобы осуществлять процедуру вещания. В широком смысле оно включает в себя создание каналов

¹⁷⁰ Борецкий Р. А. В Бермудском треугольнике ТВ. – М.: ИКАР, 1998. – С. 138.

¹⁷¹ Дащевская И. Масс медиа: Программирование на ТВ // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. – 2009. – URL: lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovaniye-na-tv (дата обращения: 20.07.2024).

и подбор ключевых программ; в узком смысле – конкретное определение порядка и времени вещания каждой программы»¹⁷². Результатом работы программного отдела становится формирование сетки вещания. Ли Цзюньянь отмечает, что сетка вещания – результат выстроенной программной политики, опирающейся на собственное понимание каналом своей миссии и запросы аудитории¹⁷³.

Китайские производители телевизионных программ стремятся привлечь максимальную аудиторию, победить в конкурентной борьбе с другими телевизионными вещателями. Ху Чжифэн и Чжоу Цзяньсинь выделяют следующие принципы, которыми следует руководствоваться при организации вещания:

1. Совместимость с ритмом жизни аудитории.
2. Ориентация на социально-демографические характеристики аудитории.
3. Формирование привычки смотреть телевизор в одно и то же время.
4. Контроль над потоком аудитории¹⁷⁴.

Схожие принципы упоминают в своих работах североамериканские и российские авторы. Рассмотрим эти принципы подробнее.

1. Совместимость с ритмом жизни аудитории

Специалисту, отвечающему за программирование телевизионного канала, необходимо иметь полное и объективное представление о том, в какое время потенциальная аудитория работает и отдыхает. Так как медиапотребление возможно лишь во время досуга, то программирование и

¹⁷² Ли Лэй. Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае // Журнал Шэньчжоу. – 2018. – № 20. – С. 256. (=李蕾. 当今中国电视节目编排的现状特点与趋势. 神州, 2018年第20期, 第256页.)

¹⁷³ Ли Цзюньянь. Исследование программирования радио- и телепрограмм в округах и уездах на основе характеристик новой эпохи // Западное радио и телевидение. – 2018. – № 10. – С. 167–169. (=李军燕. 基于新时代特征的区县广播电视节目编排探索. 西部广播电视. 2018 (10): 167-169.)

¹⁷⁴ Ху Чжифэн, Чжоу Цзяньсинь. Три теории программирования телевизионных программ // Современная коммуникация. – 2006. – № 5. – С. 81–84. (=胡智锋, 周建新. 电视节目编排三论. 现代传播, 中国传媒大学学报. 2006(5). 第81-84页.)

продюсирование телевизионных каналов фактически является своеобразной борьбой за свободное время человека.

Ритм жизни китайских телевизионных зрителей можно представить следующим образом. Пенсионеры и домохозяйки обычно встают очень рано, примерно между 5:00 и 6:00 утра: пожилые люди занимаются спортом, домохозяйки готовят завтрак. Люди, работающие в больших городах, особенно молодежь, из-за удаленности места работы от дома встают в будние дни между 6:00 и 8:00, чтобы прийти на работу вовремя; с 8:00 до 10:00 приступают к работе. Обеденный перерыв обычно длится с 12:00 до 13:00. С 16:00 до 19:00 работающие граждане КНР постепенно возвращаются с работы домой. Начиная с 19:00 обычно ужинают и смотрят телевизор¹⁷⁵.

Именно после 19:00 начинается прайм-тайм. Это время и в КНР, и во многих других странах – самое привлекательное для размещения телевизионных программ и рекламы, так как именно в это время большинство людей возвращаются домой и включают телевизор.

Формат телепрограмм, ориентированных на размещение в разное время, должен учитывать и настроение телезрителей, и их интересы. В соответствии с принципами зонального программирования утренняя программа строится с учетом интересов аудитории: новости, физкультура и спорт и т. д., а дневные программы обычно ориентируются на домохозяек и пенсионеров. Вечерние программы адресованы самой широкой аудитории.

2. *Ориентация на социально-демографические характеристики аудитории*

Структура аудитории согласно социально-демографическим характеристикам имеет не менее важное значение при планировании контента. Содержание программ и время их выхода в эфир определяются в

¹⁷⁵ Ян Чжэнь. Краткое обсуждение искусства и техник телевизионного программирования – эффективного программирования для расширения влияния на телевизионную аудиторию // Западное радио и телевидение. – 2017. – № 12. – С. 143–146. (=杨振.刍议电视编排艺术与技巧——有效编排节目扩大电视受众影响. 西部广播电视台. 2017 (12): 143-146.)

зависимости от возраста, рода занятий, пола и других важных характеристик телевизионных зрителей, которые в данный момент могут оказаться перед экраном телевизора. По мнению И. Дашевской, на телевизионный просмотр может влиять состав семьи. Например, если в семье есть дети, то детский контент время от времени будут смотреть и другие члены семьи¹⁷⁶.

Принципы ориентации на социально-демографические характеристики и на ритм жизни аудитории тесно взаимосвязаны. Несмотря на расширение спектра возможностей по нелинейному просмотру аудиовизуального контента, телевизионные продюсеры продолжают учитывать ритм жизни аудитории при размещении телевизионного контента в сетке вещания. Как отмечают авторы работы «Программирование для ТВ, радио и Интернета», планируя эфирную верстку, программный директор ориентируется на ту аудиторию, которая может в данный момент оказаться перед экраном телевизора¹⁷⁷. Существенную помощь в данном процессе оказывает деление эфирной сетки на временные отрезки, дейпейтинг: «потребности, занятия и настроения людей меняются в течение дня, и необходимо учитывать данную особенность при составлении расписания»¹⁷⁸.

Утром, когда телевизионные зрители только проснулись и собираются на работу, им необходимо получить самые последние новости, информацию о пробках и погоде. Утренние программы часто делятся на сегменты, так как люди перед экраном телевизора постоянно меняются: кто-то уходит на работу раньше, кто-то позже, и т. д. Ранним утром телевизор могут смотреть и маленькие дети. Дневные программы рассчитаны на домохозяек и пенсионеров. Во второй половине дня перед телеэкраном могут оказаться подростки, вернувшиеся из школы, однако универсальные телеканалы далеко не всегда ориентируются на данную категорию зрителей. Авторы работы

¹⁷⁶ Дашевская И. Указ. соч.

¹⁷⁷ Perebinossoff P., Gross B., Gross L. S. Programming for TV, radio, and the Internet: strategy, development, and evaluation. – London, New York: Focal Press, 2005. – Pp. 216–217.

¹⁷⁸ Там же.

«Программирование для ТВ, радио и Интернета» считают, что вечер – это самое благоприятное время для просмотра телепередач, когда, по крайней мере теоретически, можно провести несколько часов за просмотром одной или нескольких программ. Авторы также считают целесообразным сегментирование передач в пост-прайм с 23:30 до 1:00, так как телезрители ложатся спать в разное время, некоторые из них остаются у телеэкрана, чтобы досмотреть передачу до конца¹⁷⁹.

В выходные дни ритм жизни меняется. Раньше было принято посвящать эфирное утро детским передачам, чтобы увлеченные телепросмотром юные зрители могли дать своим родителям возможность выспаться. Однако сегодня ситуация изменилась. Китайские дети ориентированы на потребление аудиовизуального контента через гаджеты, поэтому телевизионные каналы перестают ориентироваться на них при программировании¹⁸⁰.

3. *Формирование привычки смотреть телевизор в одно и то же время*

Способствовать формированию этой привычки могут некоторые приемы расстановки передач в сетке вещания. Например, во многих странах, включая Китай и Россию, телевизионные сериалы и новости транслируются в одно и то же время ежедневно, они расставляются в сетке вещания по горизонтальному принципу программирования. Это формирует у зрителей привычку ежедневно включать телевизор в определенное время, чтобы узнать актуальные новости и продолжить просмотр сериалов, которые они не досмотрели.

Если телевизионный канал не имеет достаточного количества серий или передач одного цикла, для формирования привычки смотреть телевизор может также использоваться другой прием расстановки контента – в шахматном порядке. Данный порядок предполагает, что однотипные передачи, способные

¹⁷⁹ Perebinossoff P., Gross B., Gross L. S. Programming for TV, radio, and the Internet: strategy, development, and evaluation. – London, New York: Focal Press, 2005. – Pp. 216–217.

¹⁸⁰ Юй Ц. Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2021.

привлечь одну и ту же аудиторию, размещаются в эфирной сетке через день. Таким образом, у определенной категории зрителей формируется привычка к просмотру телевизионного контента в одно и то же время, а у телевизионных продюсеров отсутствует необходимость производить один вид контента на все будние дни недели. Кроме того, именно шахматный порядок может создать ощущение разнообразия передач в эфирной сетке.

Альтернативным приемом расстановки передач в сетке вещания, в дополнение к горизонтальному и шахматному, считается вертикальное программирование. Этот принцип подразумевает, что передача выходит только раз в неделю, но каждый раз в одно и то же время. Таким образом также происходит формирование привычки к телевизионному смотрению, поскольку среди многочисленных зрителей есть те, кто смотрит телевизор только один раз в неделю, они привыкли включать его в определенное время для просмотра любимой передачи. Вертикальное программирование, используемое в пятницу вечером и в выходные дни, соответствует ритму жизни работающей аудитории, так как именно в эти дни недели ее ритм жизни меняется.

4. Контроль над потоком аудитории

В период, когда пульт дистанционного управления для телевизора не был достаточно распространен, специалисты по телевизионному программированию преследовали цель контролировать поток аудитории (телевизионные продюсеры представляли аудиторию как поток, который в идеале «перетекает» из одной передачи в другую). Когда появилась возможность удаленного переключения телевизионных каналов, а затем и различные способы нелинейного просмотра телевизионного контента, контролировать потоки аудитории им стало сложнее. Однако телевизионные продюсеры по-прежнему стремятся это делать, чтобы максимально долго удерживать зрителей хотя бы в пределах одного тайм-слота.

Исследователи выделяют следующие приемы, способствующие контролю над потоком аудитории¹⁸¹.

«Группировка»: несколько однотипных передач, рассчитанных на одну аудиторию, схожего формата и тематики, программируются друг за другом с целью максимально долго удерживать аудиторию перед экранами телевизоров.

«Подвешивание» или «гамак»: новая или не очень популярная передача, в продвижении которой заинтересован вещатель, ставится в программной сетке между двумя схожими по типу высокорейтинговыми передачами. Используя такой прием, продюсеры предполагают, что аудитория, посмотрев первую популярную телепередачу, в ожидании следующей, такой же, останется перед экраном и посмотрит новую передачу; таким образом постепенно сформируется интерес к ней.

В том случае, когда на телеканале недостаточно программ, показывающих высокие рейтинги, рекомендуется использовать такой прием программирования, как «тентполинг», или размещение одной высокорейтинговой программы между двумя новыми, непопулярными. Именно рейтинговая программа должна в данном случае стать тем привлекательным элементом в верстке телевизионного канала, который сможет повлиять на просмотры менее известной телевизионной передачи.

Еще один вариант промоутирования слабого контента – «подпирание». В этом случае слабая программа ставится после сильной для того, чтобы аудитория рейтингового проекта могла случайно ознакомиться и со

¹⁸¹ Дашевская И. Масс медиа: Программирование на ТВ // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. – 2009. – URL: lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovaniye-na-tv (дата обращения: 20.07.2024); Ху Чжифэн, Чжоу Цзяньсинь. Три теории программирования телевизионных программ // Современная коммуникация. – 2006. – № 5. – С. 81–84. (=胡智峰, 周建新. 电视节目编排三论. 现代传播, 中国传媒大学学报. 2006(5). 第 81-84 页.); Зубок А. С. Телевизионный бизнес. – М.: Школа издательского и медиабизнеса, 2012; Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. – Boston: Cengage Learning, 2012.

следующим не очень популярным или малоизвестным телевизионным продуктом. Кроме того, для облегчения «перетекания» аудитории из одной передачи в другую обычно используются такие приемы, как «бесшовный переход», «горячее переключение»; возможно также изменение структуры финальных титров и другие приемы. В первом случае реклама выходит не в конце телевизионной программы, а за пять-десять минут до ее окончания. Легко «перетечь» из одной передачи в другую аудитории помогает и более быстрый темп финальных титров, или включение в них забавных видеофрагментов со съемок или тех видеофрагментов, которые не вошли в основной контент. Заинтересовать зрителя, способствовать тому, чтобы он остался на канале, поможет также реклама следующего телевизионного проекта, озвученная ведущим за несколько минут до конца текущей передачи (прием «горячее переключение»).

В условиях усиления конкуренции между различными медиа и перенасыщения рынка телеканалам при выстраивании своей контент-стратегии необходимо учитывать и стратегию соперников. В процессе конкурентной борьбы с другими телеканалами телевизионные продюсеры выбирают одну из двух стратегий: контрпрограммирование и притупление.

Контрпрограммирование подразумевает, что размещаемый в эфире контент ориентирован на аудиторию, непохожую на ту, которую рассчитывает собрать перед экранами конкурент. Таким образом, в эфире конкурирующих телевизионных каналов в одно и то же время транслируются передачи, отличающиеся по своим форматным характеристикам, тематике, функциям, потенциальной аудитории.

Стратегия *притупления*, напротив, предполагает, что конкурирующие каналы показывают схожий телевизионный контент, стараясь заинтересовать аудиторию и поделить ее между собой. Данная стратегия кажется менее рискованной.

Перечисленные выше приемы и стратегии, применяемые в современном программировании, отражают подход, при котором качество телевизионного продукта беспокоит телевизионных менеджеров в наименьшей степени. В процессе выбора телевизионной передачи для эфира телевизионные продюсеры руководствуются исключительно возможностью привлечь аудиторию, не учитывая, какое влияние эта передача может на нее оказать. Так, Д. А. Фергюсон, С. Т. Истман фокусируют внимание на том, что в условиях клиентоориентированного телевидения, «кроме их способности привлекать зрителей, качество программ редко серьезно беспокоило рекламодателей, по крайней мере, настолько, чтобы повлиять на их производство»¹⁸². Лишь немногие рекламодатели ориентируются на размещение рекламы в высокорейтинговых телевизионных передачах, большинство же рекламодателей рассматривают телевизионный контент как «средство доставки» рекламного сообщения до своей аудитории. Другим интересным феноменом современного коммерческого телевидения является «Теория наименее неприятного программирования», обозначающая ситуацию, когда собравшиеся перед экраном телевизора выбирают передачу, в наименьшей степени вызывающую у них раздражение, независимо от того, интересна эта передача кому-то из них или нет.

Анализируя актуальные тенденции в телевизионном программировании, китайские исследователи критически оценивают многие из них. Так, Ли Лэй в статье «Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае», вышедшей в 2018 году, выделила три недостатка в программировании:

1. Характеристики телеканалов не очевидны.

В Китае существуют местные телеканалы, которые стремятся транслировать локальную информацию. Однако из-за нехватки средств и ресурсов они вынуждены повторно ставить в эфир телепрограммы, которые

¹⁸² Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. – Boston: Cengage Learning, 2012. – P. 116.

уже транслировались на более популярных каналах, что в конечном счете приводит к нерациональному использованию ресурсов.

2. Жесткая конкуренция в прайм-тайм¹⁸³.

Прайм-тайм – это период, когда телевизор смотрят наибольшее количество людей, например, после ужина¹⁸⁴. В прайм-тайм каждый телеканал транслирует популярные форматы программ, стремясь привлечь аудиторию. Но зрители не могут смотреть несколько любимых передач одновременно, и пропущенные передачи они смотрят в Интернете позже. Таким образом, телеканалы теряют свою аудиторию.

3. Большие объемы рекламы в эфире и низкое качество ее содержания.

Распределение рекламы также оказывается важной частью программирования. Развитие телеканалов невозможно без поддержки рекламных спонсоров, но содержание рекламы часто не связано с интересами аудитории. Продолжительность и объем телерекламы слишком велики, ее качество невысокое, что, безусловно, сильно влияет на восприятие передач аудиторией.

В ходе исследования нам удалось выяснить, что изучаемые телеканалы стараются совершенствовать тот контент, который является для них приоритетным. Например, телеканал «Хунань ТВ» постоянно получает высокие рейтинги за свои сериалы и реалити-шоу; на канале «Чжэцзян ТВ» реалити-шоу является фирменным продуктом; на «Цзянсу ТВ» выходят ток-шоу о любви, пользующиеся большой популярностью у телезрителей. Можно утверждать, что изучаемые телеканалы успешно развиваются, создавая собственные уникальные телевизионные продукты, и имеют стабильно

¹⁸³ *Ли Лэй.* Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае // Журнал Шэнъчжоу. – 2018. – № 20. – С. 256. (=李蕾. 当今中国电视节目编排的现状特点与趋势. 神州, 2018年第20期, 第256页.)

¹⁸⁴ *Цай Цинго.* Постановка и стратегия программирования телевизионных программ в новый период // Кабельное телевидение Китая. – 2019. – № 1. – С 96–98. (=蔡庆国. 新时期电视节目的设置和编排策略. 中国有线电视, 2019 (1): 96-98.)

растущую аудиторию¹⁸⁵ (подробнее об этом речь пойдет в следующих главах работы). Кроме того, телеканалы уделяют большое внимание важным событиям, в летний и зимний периоды адаптируются к потребностям аудитории.

Таким образом, изучение программирования телеканалов позволяет анализировать целесообразность размещения той или иной программы на канале, типологизировать телепроекты для лучшего понимания общих тенденций размещения телевизионного контента в том или ином тайм-слоте, улучшать структуру программной верстки телеканала и качество отдельных программ, а также повышать рейтинги телевизионного вещателя. При программировании необходимо учитывать влияние новых медиатехнологий и своевременно вносить стратегические изменения в соответствии с актуальной ситуацией. Для того чтобы сформировать эффективную программную политику, соответствующую национальным особенностям, важно не только учитывать предпочтения аудитории, но и применять известные технологии размещения передач в программной сетке.

При подготовке исследования программирования популярных региональных телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» нами было принято решение, что в ходе работы внимание будет уделяться реализации тех принципов, о которых речь шла выше. Кроме того, акцент должен быть сделан на совместимости программной стратегии с ритмом жизни телевизионной аудитории, ориентации на социально-демографические характеристики аудитории, формировании привычки к телевизионному смотрению. Изучение данных параметров не требовало сбора дополнительной статистической информации, тем не менее мы выяснили, насколько успешно телевизионные каналы выстраивают свои программные стратегии для привлечения широкой аудитории.

¹⁸⁵ Ван Жуй. Способы программирования в новостных телепроектах // Исследование цифровых медиа. – 2017. – № 34 (12). – С. 37–39. (=王瑞. 如何做好新闻节目编排.数字传媒研究. 2017. 34 (12): 37-39.)

Ориентация на ритм жизни и социально-демографические характеристики аудитории находит отражение в суточных и недельных изменениях сетки вещания. Для того чтобы проследить данные колебания, использовались два понятия:

- «суточная динамика» – изменение видов телевизионного контента в течение суток; предполагалось, что контент в разные тайм-слоты будет различаться;
- «недельная динамика» – изменения характера телевизионного контента в течение недели; предполагалось, что, ориентируясь на ритм жизни аудитории, телевизионный контент в будние дни и выходные дни будет различаться.

Для исследования суточной динамики программирования телеканалов, представленной во второй главе, эфирный день был разделен на семь временных периодов: раннее утро (05:00–08:00), позднее утро (08:00–10:00), день (10:00–16:00), предпрайм (16:00–19:00), прайм-тайм (19:00–23:00), постпрайм (23:00–02:00) и ночь (02:00–05:00). Данная сегментация была разработана согласно ритму жизни китайских зрителей.

Кроме того, в процессе анализа было важно обращать внимание не только на расстановку передач в сетке вещания, но и ориентацию на различные виды контента, о которых речь шла в предыдущем параграфе. Анализ приоритетного вида телевизионных передач в тот или иной тайм-слот должен был позволить сделать вывод о том, насколько телеканалы ориентируются на разные социально-демографические группы в разные тайм-слоты, а также показать соотношение развлекательного и социально значимого контента, о котором речь шла выше. Нами фиксировалось наличие или отсутствие у телеканала стремления сформировать привычку к телевизионному смотрению посредством размещения в одно и то же время однотипных программ; используются ли приемы горизонтального, шахматного или вертикального программирования при верстке телепередач.

Программная верстка на региональных телеканалах КНР однотипная в течение сезона, таким образом даже одна неделя телевизионного вещания отражает приемы программирования и приоритетные форматы, используемые телеканалами. Именно поэтому для исследования были выбраны два недельных периода, соответствующие весеннему и осеннему телевизионным сезонам. Сравнение двух периодов одного года позволило сделать выводы о том, насколько программная стратегия выбранных телевизионных вещателей оказалась устоявшейся.

Выводы к параграфу 1.4

Программирование – процесс выбора контента для телевизионного вещания и его расстановка в программе передач. Он имеет принципиальное значение для успешности телевизионного вещателя и того воздействия, которое будет оказано на телевизионного зрителя. Среди основных принципов программирования исследователи выделяют: совместимость с ритмом жизни аудитории; формирование привычки смотреть телевизор в одно и то же время; ориентация на социально-демографические характеристики; контроль над потоком аудитории. Приверженность данным принципам изучаемых телевизионных каналов будет исследоваться в следующей части работы.

Выводы к первой главе

Телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» представляют собой интересный феномен в телевизионной системе КНР. Это региональные телеканалы, которые получили возможность распространять свой контент на всей территории КНР благодаря использованию спутниковых технологий. Однако телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», как и другие телевизионные вещатели, в меньшей степени контролируются центральным руководством страны, что обусловило появление значительного количества не идеологического, а развлекательного контента в программе передач. Развлечение, в силу специфики человеческой природы и современного медиапространства, оказывается одним из самых привлекательных способов привлечения телевизионного зрителя.

В ходе анализа существующих классификаций жанров и форматов была составлена типология экранной продукции, размещаемой на изучаемых региональных телеканалах. Кроме того, опираясь на классификатор, разработанный Г. В. Кузнецовым, мы определили, какие передачи можно отнести к исключительно развлекательному и социально значимому контенту. В ходе исследования специфики программирования телеканалов были выделены принципы программирования: соотнесение с ритмом жизни телевизионной аудитории; формирование привычки смотреть телевизор в одно и то же время; ориентация на социально-демографические характеристики; контроль над потоком аудитории, а также те приемы расстановки передач, которые помогают их реализовывать. Данная теоретико-методологическая работа была необходима для того, чтобы выявить жанрово-форматные особенности и специфику программирования выбранных региональных вещателей, что мы и сделали в следующей главе.

Глава 2. Программирование региональных телеканалов КНР: основные тенденции

Для выявления специфики программирования телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» было проведено количественное и качественное исследование программной сетки этих телеканалов в течение двух периодов 2023 года – зимнего и осеннего. Для анализа были выбраны периоды, в которых не было праздничных дней и знаковых событий. Зимний период изучался на примере одной из первых недель 2023 года, которая длилась с 9 по 15 января (далее также «зима»), осенний период анализировался на примере недели с 6 по 12 ноября 2023 года (далее также «осень»).

Представляя наше исследование, выделим два основных вектора, по которым оно реализовывалось. Во-первых, в ходе анализа наше внимание было сфокусировано на специфике форматов телевизионных передач, выбираемых для телевизионного смотрения; определены программы, наиболее часто используемые на каждом телевизионном канале; были изучены приемы расстановки передач в сетке вещания. Во-вторых, особое внимание уделялось таким программным стратегиям телеканалов, как ориентация на ритм жизни и различные социально-демографические особенности телевизионной аудитории, формирование привычки к телевизионному смотрению. Выводы делались на основании наличия или отсутствия суточной и недельной динамики телевизионного программирования.

В процессе работы большое внимание уделялось такому приему телевизионного программирования, как дейпинг (разделение дня на временные отрезки с учетом той аудитории, которая в данный момент находится перед телевизором), а также анализу форматов, которые оказывались приоритетными в тот или иной отрезок времени того или иного

дня недели. Также фиксировались способы размещения передач в эфирной сетке: горизонтальное, шахматное, вертикальное программирование, позволяющие судить о следовании телеканалов стратегии по формированию у телевизионной аудитории привычки к телевизионному смотрению.

2.1 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Хунань ТВ»

Нами было зафиксировано тринадцать различных телевизионных форматов, используемых на телеканале «Хунань ТВ» зимой и осенью 2023 года: документальная драма о китайской культуре, документальный фильм, концерт, кулинарное шоу, музыкальное шоу, мультипликационный фильм, новости, прогноз погоды, реалити-шоу, сериал, ток-шоу о здоровье, тревел-шоу о китайской культуре, шоу, семь из которых выходили в эфир ежедневно зимой и осенью (см. таблицы 1 и 2). Можно было наблюдать незначительное изменение списка форматов осенью: вместо трех форматов, которые были в эфире зимой: кулинарное шоу, концерт и документальная драма о китайской культуре, осенью в программной сетке были размещены близкие по функциональной специфике форматы: шоу, тревел-шоу о китайской культуре и музыкальное шоу.

Программирование телевизионных передач, выбор формата для постановки в эфир в тот или иной тайм-слот не всегда зависел от дня недели («будний день» / «выходной день»), то есть не показывал устойчивой корреляции с ритмом жизни. Другими словами, телеканалы не всегда использовали горизонтальное программирование в будние дни и меняли стратегию, обращаясь к вертикальному программированию других передач, созданных в иных форматах, в субботу и воскресенье. Например, кулинарное шоу выходило только в понедельник, вторник и субботу.

Несмотря на то, что форматы программ в различные тайм-слоты часто отличались в течение двух выбранных периодов, можно было проследить

общие закономерности в программировании. Например, самыми продолжительными и популярными ежедневными проектами оказались сериалы, за ними следовали новости и реалити-шоу. Несмотря на высокую частотность использования развлекательных форматов, среди данных проектов мы выделили семь, которые обладают большой социальной значимостью: документальный фильм, новости, ток-шоу о здоровье, кулинарное шоу, документальная драма о китайской культуре, прогноз погоды и тревел-шоу о китайской культуре. При определении социальной значимости телевизионного проекта мы опирались на классификатор Г. В. Кузнецова. Так, исследователь к социально значимым относил информационные, публицистические, познавательно-развлекательные и культурно-просветительские телепрограммы¹⁸⁶ (подробнее об этом речь шла в параграфе 1.3).

Таблица 1

*Общая недельная динамика канала «Хунань ТВ», в минутах
(зима, 09.01.2023–15.01.2023)*

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	587	766	747	764	660	654	654	4832
Новости	287	303	306	232	275	266	296	1965
Реалити-шоу	211	116	123	124	259	237	188	1258
Ток-шоу о здоровье	158	36	122	82	82	82	82	644
Документальный фильм	105	94	77	120	21	34	97	548
Мультиликационный фильм	38	43	58	51	36	52	51	329
Кулинарное шоу	31	31	-	-	-	82	-	144

¹⁸⁶ Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004.

Документальная драма о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	62	62
Прогноз погоды	9	2	4	4	4	26	8	57
Концерт	-	-	-	-	50	-	-	50

Таблица 2

Общая недельная динамика канала «Хунань ТВ», в минутах
(осень, 06.11.2023–12.01.2023)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	797	763	697	715	528	435	596	4521
Новости	293	283	322	293	321	318	317	2138
Реалити-шоу	107	147	29	130	300	175	-	888
Документальный фильм	69	66	63	63	90	90	90	520
Ток-шоу о здоровье	-	-	89	94	90	90	90	453
Шоу	117	140	-	-	-	110	-	367
Музыкальное шоу	-	-	64	62	64	60	60	310
Мультипликационный фильм	30	29	29	28	33	45	45	239
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	123	33	-	105	175	71
Прогноз погоды	9	11	10	10	13	11	7	71

Раннее утро

Исследование показало, что контент-стратегия во временной период «раннее утро» зимой и осенью 2023 года несколько различалась.

Согласно полученным данным, зимой с понедельника по воскресенье самым востребованным для программирования телевизионным форматом оказались новости, что оправдано потребностью аудитории в информации в начале дня. «Раннее утро» зимой можно охарактеризовать как период одного

формата, так как практически весь тайм-слот занимали новости (см. таблицу 3).

Осенью ранним утром самым часто используемым форматом телепрограмм, помимо новостей, оказалось ток-шоу о здоровье. Кроме того, в верстке телеканала присутствовали и другие телепередачи, созданные в таких форматах, как документальный фильм, реалити-шоу, сериал (см. таблицу 4).

В течение обоих сезонов недельную динамику нам проследить не удалось: новости расставлялись в сетке примерно в равном объеме ежедневно, тогда как остальные передачи часто менялись. Благодаря горизонтальному программированию новостных выпусков телеканал формировал привычку к их просмотру.

Таблица 3

Ранее утро (5:00–8:00), в минутах (зима)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Новости	174	174	177	174	173	174	174	1220
Ток-шоу о здоровье	6	6	-	-	-	-	-	12

Таблица 4

Ранее утро (5:00–8:00), в минутах (осень)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Ток-шоу о здоровье	-	-	87	92	90	90	90	449
Новости	83	59	62	63	59	59	59	444
Документальный фильм	69	66	-	-	30	30	30	225
Реалити-шоу	-	28	29	25	-	-	-	82
Сериал	27	26	-	-	-	-	-	53

Позднее утро

«Позднее утро» нельзя рассматривать как период одного формата ни зимой, ни осенью. Из таблиц 5 и 6 видно, что самым часто используемым в программной сетке оказался развлекательный контент: мультипликационные фильмы и сериалы. Очевидно, что данный вид телевизионной продукции ориентирован на оставшуюся дома аудиторию: пенсионеров, домохозяек, детей.

Зимой в данном тайм-слоте нами было зафиксировано нарушение принципа горизонтального программирования (постановка одной передачи в одинаковое время) в будние дни (см. таблицу 5), характерного для российских универсальных телеканалов¹⁸⁷. В процессе анализа были выделены программы, которые выходили в эфир только один или два раза в неделю. Документальные фильмы транслировались в среду и четверг, а также в выходные дни. Кулинарное шоу выходило в понедельник и во вторник. Пекинская опера (концерт) – только в пятницу. По формальным признакам мы относим пекинскую оперу к развлекательному жанру «концерт», но в то же время нельзя недооценивать и ее культурно-историческое значение.

Программирование данного тайм-слота в осенний период оказалось менее разнообразным, чем в зимний. В течение недели эфир состоял из сериалов и мультипликационных фильмов (см. таблицу 6). Одновременно присутствовал элемент хаотичного программирования: ток-шоу о здоровье вышло только в среду и четверг.

В оба периода недельную динамику проследить не удалось: форматы программировались примерно в равном объеме ежедневно, таким образом формируя у телезрителей привычку к телевизионному смотрению.

¹⁸⁷ Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 69. – С. 321–339.

Таблица 5

Позднее утро (8:00–10:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
День недели								
Мультиликационный фильм	54	43	58	51	36	52	51	345
Сериал	35	46	34	34	34	34	34	251
Документальный фильм	-	-	25	34	-	34	35	128
Кулинарное шоу	31	31	-	-	-	-	-	62
Концерт	-	-	-	-	50	-	-	50

Таблица 6

Позднее утро (8:00–10:00), в минутах (осень)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
День недели								
Сериал	90	91	89	90	87	75	75	597
Мультиликационный фильм	30	29	29	28	33	45	45	239
Ток-шоу о здоровье	-	-	2	2	-	-	-	4

День

Контент-политика периода «день» зимой значительно не различалась в будние и выходные дни, поэтому говорить о недельной динамике программирования в этот период не приходится (см. таблицу 7). Например, реалити-шоу и сериалы транслировались каждый день примерно в равном объеме. В то же время, как и в предыдущие периоды, существовали сложно объяснимые программной стратегией исключения: например, ток-шоу о здоровье по вторникам в эфир не выходило.

В контент-политике периода «день» осенью прослеживается некоторое различие в будние и выходные дни. Например, именно в субботу выходит проект в формате реалити-шоу, а в воскресенье – тревел-шоу о китайской культуре. Можно также отметить, что форматы осенью чуть более разнообразны, чем зимой (см. таблицу 8).

Большая часть контента в этом тайм-слоте была ориентирована на реализацию развлекательной функции, тем не менее определенное внимание в изучаемые периоды уделялось и социально значимым телевизионным проектам – документальным и познавательно-развлекательным (см. таблицы 7 и 8). Кроме того, не стоит недооценивать культурно-просветительское значение таких программ, как тревел-шоу о китайской культуре (см. таблицу 8).

Таблица 7

День (10:00–16:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	День недели						Суммарное время
		Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	203	244	195	194	195	195	195	1421
Реалити-шоу	115	116	123	124	123	123	123	847
Ток-шоу о здоровье	42	-	42	42	42	42	42	252

Таблица 8

День (10:00–16:00), в минутах (осень)

Формат	День недели							Воскресенье	Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота			
Сериал	331	331	330	333	331	302	307	2265	
Новости	22	22	23	21	20	21	20	149	
Прогноз погоды	7	7	7	6	9	7	3	46	
Реалити-шоу	-	-	-	-	-	30	-	30	
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	30	30	

Предпрайм

Зимой недельная динамика программирования не наблюдалась (см. таблицу 9). С понедельника по воскресенье транслировались сериалы и новости. В программной сетке, помимо исключительно развлекательного, присутствовал и познавательно-развлекательный (социально значимый) контент – ток-шоу о здоровье. Как и в дневном эфире, ток-шоу о здоровье показывали всю неделю, кроме вторника.

Осенью программная верстка телеканала несколько изменилась. Только новости и прогноз погоды транслировались в эфире ежедневно. Помимо развлекательного, в сетку вещания был включен познавательно-развлекательный (социально значимый) контент в формате тревел-шоу о китайской культуре (см. таблицу 10). Именно осенью мы можем наблюдать недельную динамику: присутствуют форматы, которые добавляются в программную сетку исключительно в воскресенье: тревел-шоу о китайской культуре; в выходные дни отсутствуют в верстке сериалы. На этом временном отрезке тоже видны черты хаотичного программирования:

зимой во вторник в верстке отсутствует ток-шоу о здоровье, осенью музыкальное шоу не выходит в понедельник и вторник.

Таблица 9

Предпрайм (16:00–19:00), в минутах (зима)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	82	120	80	80	80	80	80	602
Новости	57	60	58	58	57	57	58	405
Ток-шоу о здоровье	38	-	40	40	40	40	40	238
Прогноз погоды	3	-	2	2	2	2	2	13

Таблица 10

Предпрайм (16:00–19:00), в минутах (осень)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
		28	60	63	61	62	56	56	386
Новости									
Сериал		116	116	50	53	50	-	-	385
Музыкальное шоу		-	-	64	62	64	60	60	310
Реалити-шоу		34	-	-	-	-	60	-	94
Тревел-шоу о китайской культуре		-	-	-	-	-	-	60	60
Прогноз погоды		2	4	3	4	4	4	4	25

Прайм-тайм

В прайм-тайм зимой и осенью ежедневно транслировались сериалы и новости; присутствовала некоторая недельная динамика программирования (см. таблицы 11 и 12).

Зимой во вторник и четверг в эфир выходили документальные фильмы, в понедельник и среду – ток-шоу о здоровье, причем наблюдалось их чередование, то есть использовался шахматный порядок размещения контента. В пятницу, субботу и воскресенье выходили реалити-шоу. Полученные нами результаты позволяют утверждать, что продюсеры телеканала в этот временной отрезок ориентируются на ритм жизни аудитории: в пятницу телевизионные зрители освобождаются от работы и используют один из распространенных вариантов отдыха – просмотр развлекательных телепрограмм. Реалити-шоу – это тот контент, который многие зрители прежде всего ждут в преддверии выходных.

В осенью спектр форматов был более разнообразным, чем зимой. Основными передачами этого тайм-слота оставались новости, сериалы, шоу и реалити-шоу, однако можно утверждать, что линейка телевизионной продукции значительно обновилась. Кроме того, мы обнаружили общие черты у телевизионных форматов, программируемых в прайм-тайм, например, у познавательно-развлекательных: у документальной драмы о китайской культуре, выходившей зимой, и заменившим ее осенью тревел-шоу о китайской культуре. Осенью было зафиксировано шахматное программирование: шоу выходило в понедельник, вторник и субботу, а в среду, четверг и субботу – тревел-шоу о китайской культуре (см. таблицу 12).

Таблица 11

Прайм-тайм (19:00–23:00), в минутах (зима)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	160	160	166	162	112	113	111	984	
Новости	41	47	34	37	34	35	34	262	
Реалити-шоу	-	-	-	-	94	68	65	227	
Ток-шоу о здоровье	39	-	40	-	-	-	-	79	
Документальный фильм	-	33	-	41	-	-	-	74	
Документальная драма о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	30	30	
Кулинарное шоу	-	-	-	-	-	24	-	24	

Таблица 12

Прайм-тайм (19:00–23:00), в минутах (осень)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	164	134	162	165	40	38	208	911	
Новости	34	32	31	30	30	32	32	221	
Шоу	25	74	-	-	-	110	-	209	
Реалити-шоу	-	-	-	-	170	-	-	170	
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	35	33	-	60	-	128	

Постпрайм

Отраженные в таблицах 13 и 14 данные свидетельствуют о том, что программирование телеканала «Хунань ТВ» значительно различалась в период «постпрайм» зимой и осенью.

Очевидна определенная закономерность недельной динамики контент-стратегии телеканала в постпрайм зимой: сетка вещания четырех будних дней (с понедельника по четверг) неизменна (одни и те же четыре формата), а пятница близка по своему программированию к субботе и воскресенью (включает уже пять форматов – добавили реалити-шоу), что позволяет считать поздний вечер пятницы своеобразным «мостиком» к предстоящим выходным. Однако программирование пятницы, субботы и воскресенья различалось, неизменными в течение недели оставались только сериалы, новости и прогноз погоды. Кроме пятницы, реалити-шоу вышло в субботу, и к нему добавили кулинарное шоу. В воскресенье телеканал содержал и более значимый контент: документальный фильм и документальную драму о китайской культуре (см. таблицу 13).

Программирование постпрайма осенью несколько трансформируется: некоторые используемые форматы заменили другими, неизменными остались реалити-шоу, новости и сериалы. Формат, который выходил в эфир зимой, осенью уступил место другому формату, близкому по тематике, функциям и форме. Например, зимой в воскресенье телевизионные зрители могли увидеть документальную драму о китайской культуре (см. таблицу 13), а осенью в среду, субботу и воскресенье – тревел-шоу о китайской культуре (см. таблицу 14).

Таблица 13

Пострайм (23:00–02:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Сериал	57	46	86	108	49	46	50	442
Документальный фильм	56	61	52	45	21	-	62	297
Новости	15	40	40	24	41	6	30	196
Реалити-шоу	-	-	-	-	67	46	-	113
Кулинарное шоу	-	-	-	-	-	58	-	58
Прогноз погоды	6	2	2	2	2	24	6	44
Документальная драма о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	32	32

Таблица 14

Пострайм (23:00–02:00), в минутах (осень)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Реалити-шоу	-	115	-	102	125	85	-	427
Сериал	67	65	66	74	25	20	10	327
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	88	-	-	45	85	218
Шоу	92	-	-	-	-	-	55	147
Новости	19	-	26	4	30	30	30	139

Ночь

Стратегия программирования в период ночного эфира зимой и осенью полностью изменилась (см. таблицы 15 и 16). Были заменены все форматы, кроме одного – реалити-шоу, что, очевидно, связано с тем, что программирование периода «ночь» осуществляется по остаточному принципу. В течение ночи почти все программы выходили в эфир в повторах.

*Таблица 15**Ночь (02:00–05:00), в минутах (зима)*

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	51	150	180	180	180	180	180	1101
Реалити-шоу	96	-	-	-	-	-	-	96
Ток-шоу о здоровье	33	30	-	-	-	-	-	63

*Таблица 16**Ночь (02:00–05:00), в минутах (осень)*

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Новости	107	110	117	114	120	120	120	808
Документальный фильм	-	-	63	63	60	60	60	306
Реалити-шоу	73	4	-	3	-	-	-	80
Шоу	-	66	-	-	-	-	-	66

Выводы к параграфу 2.1

Результаты этого этапа исследования показали, что программирование на телеканале «Хунань ТВ» в выходные и будние дни было схожим. Недельная динамика – отличие форматов, используемых для создания телевизионного контента, – наблюдалась в незначительной степени в предпрайм, но была более выражена в периоды «прайм-тайм» и «постпрайм». Горизонтальное программирование в будние дни иногда заменялось шахматным, в некоторых случаях расстановка в сетке вещания осуществлялась два-три случайных дня в неделю, что можно оценить как хаотичное программирование. Хаотичная расстановка программ показалась нам не всегда оправданной, так как мешала формировать привычку к просмотру контента в определенное время.

Самыми востребованными форматами на телеканале «Хунань ТВ» были сериал, новости и реалити-шоу. Очевидно, что благодаря этим популярным форматам вещателю удавалось удерживать первые строчки рейтинга в течение многих лет. Сериалы и новости также являлись основой программирования прайм-тайма.

Нам удалось выделить приоритетные форматы для каждого тайм-слота (см. таблицу 17). Несмотря на то, что телеканал «Хунань ТВ» ориентировался на разные социально-демографические группы в разные тайм-слоты, например, разместив мультипликационные фильмы для детей, оставшихся дома, в период «позднее утро», практически во всех тайм-слотах присутствовала сериалная продукция.

Таблица 17

Приоритетные форматы для каждого тайм-слота зимы и осени

Тайм-слот	Приоритетные форматы	
	Зима	Осень
Раннее утро	Новости	Новости
		Ток-шоу о здоровье
Позднее утро	Сериал	Сериал
	Мультипликационный фильм	Мультипликационный фильм
День	Сериал	Сериал
	Реалити-шоу	
Предпрайм	Сериал	Сериал
	Новости	Новости
	Ток-шоу о здоровье	Музыкальное шоу
Прайм-тайм	Сериал	Сериал
Постпрайм	Сериал	Реалити-шоу
Ночь	Сериал	Новости

Кроме того, результаты анализа программной сетки «Хунань ТВ» показали, что стратегия программирования телеканалом менялась. Самыми стабильными периодами оказались тайм-слоты «позднее утро» и «прайм-тайм».

Отметим, что помимо развлекательных программ, телеканал большое внимание уделял социально значимым проектам. Зимой транслировались четыре формата: документальный фильм, ток-шоу о здоровье, кулинарное шоу и документальная драма о китайской культуре. Осенью в эфир выходило также четыре подобных формата: документальный фильм, ток-шоу о здоровье, музыкальное шоу и тревел-шоу о китайской культуре. В передачах этих форматов спектр тематики расширялся. Например, помимо истории и культуры Китая, затрагивалась темы, связанные со здоровьем и музыкой. Среди познавательно-развлекательных проектов стоит выделить ток-шоу о здоровье. Размещение этого формата в сетке вещания свидетельствует о том,

что телеканал придает важное значение национальной политике в области здравоохранения.

2.2 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Чжэцзян ТВ»

Результаты исследования показали, что в течение двух выбранных нами недель телеканал «Чжэцзян ТВ» выпускал в эфир тринадцать различных форматов телевизионных программ: одиннадцать зимой, из которых пять (документальный фильм, прогноз погоды, мультипликационный фильм, сериал, новости) транслировались каждый день, и двенадцать – осенью, из которых те же пять наполняли эфир каждый день (см. таблицы 18 и 19).

Из таблиц видно, что в целом канал программировался и зимой, и осенью с помощью однотипных программ. Можно отметить и некоторые незначительные изменения между сезонами: кулинарный конкурс был заменен кулинарным шоу; сократилось количество реалити-шоу, но несколько увеличилось количество телевизионных сериалов; перестал выходить в эфир литературный конкурс; в сетке вещания появились ток-шоу и документальная драма о китайской культуре. Резюмируя, можно сказать, что в оба периода исследования на телеканале размещался контент, близкий по своим тематическим характеристикам и функциональным особенностям, но могла быть несколько изменена форма подачи материала.

Таблица 18

Общая недельная динамика «Чжэцзян ТВ», в минутах
(зима, 09.01.2023–15.01.2023)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Сериал	799	376	378	324	534	211	286	2908
Документальный фильм	412	392	214	426	193	167	359	2163
Реалити-шоу	-	253	333	265	209	716	180	1956
Новости	163	228	231	239	212	201	186	1460
Шоу		73	215	113	113	-	263	777
Мультипликационный фильм	30	46	46	45	71	52	22	312
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	135	135
Научно-популярное ток-шоу	-	26	-	-	28	80	-	134
Кулинарный конкурс	-	-	-	-	77	-	-	77
Прогноз погоды	13	6	3	3	3	13	7	48
Литературный комментарий	-	19	-	-	-	-	-	19

Таблица 19

Общая недельная динамика «Чжэцзян ТВ», в минутах
(осень, 06.11.2023–12.01.2023)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Сериал	653	708	744	782	523	224	303	3937
Новости	230	353	301	237	212	201	215	1748
Документальный фильм	307	318	184	298	193	144	266	1710
Шоу	110	-	123	-	117	114	231	695
Реалити-шоу	46	-	-	-	-	236	237	519
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	153	280	71	504
Мультипликационный фильм	44	43	63	45	71	37	27	330
Кулинарное шоу	-	-	-	-	138	79	83	300
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	28	80	-	108
Прогноз погоды	9	9	5	5	5	14	7	54
Социальное ток-шоу	-	-	-	48	-	-	-	48
Документальная драма о китайской культуре	-	-	-	-	-	23	-	23

Раннее утро

Из таблиц 20 и 21 видно, что зимой и осенью в стратегии программирования «Чжэцзян ТВ» не произошло значительных изменений: период «ранее утро» стабильно програмировался преимущественно документальными фильмами и новостями. Документальный фильм – это формат программы, показывающий реальные события, социальные явления

Таблица 21

Раннее утро (5:00–8:00), в минутах (осень)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
	День недели							
Документальный фильм	151	126	104	104	111	13	91	700
Новости	26	50	66	66	59	87	89	443
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	80	-	80
Мультипликационный фильм	-	-	10	10	10	-	-	30
Прогноз погоды	2	2	-	-	-	-	-	4

Позднее утро

«Позднее утро» программировалось при помощи тех же форматов, которые использовались и зимой, и осенью (см. таблицы 22 и 23), но несколько изменился общий объем некоторых из них. Самым часто используемым в данном тайм-слоте контенте оказался развлекательный: сериалы и мультипликационные фильмы; этот контент ориентирован на оставшуюся дома аудиторию: пенсионеров, домохозяек, детей. Здесь, как и в предыдущем тайм-слоте, можно наблюдать разницу в программной верстке понедельника, пятницы, субботы и воскресенья. Программирование вторника по четверг происходило с использованием схожего контента.

Таблица 22

Позднее утро (8:00–10:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	День недели							Суммарное время
		Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье		
Сериал	81	60	63	64	39	63	88	458	
Мультипликационный фильм	30	38	36	35	61	52	22	274	
Документальный фильм	-	22	21	21	20	-	-	84	
Новости	-	-	-	-	-	5	10	15	

Таблица 23

Позднее утро (8:00–10:00), в минутах (осень)

Формат	Понедельник	День недели							Суммарное время
		Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье		
Сериал	77	78	67	64	39	78	83	486	
Мультипликационный фильм	43	42	53	35	61	37	27	298	
Документальный фильм	-	-	-	21	20	-	10	51	
Новости	-	-	-	-	-	5	-	5	

День

В дневное время основными форматами обоих исследуемых периодов оказались сериал и новости (см. таблицы 24 и 25). Перечень других форматов, используемых для создания телевизионного контента, изменился в течение года. Зимой, помимо сериалов и новостей, в программную сетку были помещены реалити-шоу и шоу, причем недельная динамика этих форматов не прослеживалась. Реалити-шоу не выходили в понедельник, пятницу и субботу,

а шоу – в понедельник и пятницу. Единственный формат, программирование которого имело недельную цикличность, – это новости. В выходные дни новости в дневное время не транслировались (см. таблицу 24).

Осенью принципы размещения в сетке вещания телевизионных сериалов и новостей оставались такими же, как и зимой: сериалы выходили в эфир каждый день, но их количество увеличилось, новости транслировались только по будням. Но недельная динамика при программировании дневного эфира осенью прослеживалась более отчетливо, чем зимой: реалити-шоу и шоу можно было посмотреть только в субботу и воскресенье соответственно, при этом значительно увеличилось эфирное время сериалов (см. таблицу 25).

Таблица 24

День (10:00–16:00), в минутах (зима)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	331	120	120	120	331	102	95	1219
Шоу	-	73	92	113	-	258	263	799
Реалити-шоу	-	134	118	94	-	-	2	348
Новости	29	33	30	33	29	-	-	154

Таблица 25

День (10:00–16:00), в минутах (осень)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	331	331	331	332	331	106	101	1863
Кулинарное шоу	-	-	-	-	-	75	72	147

Новости	29	29	29	28	29	-	-	144
Реалити-шоу	-	-	-	-	-	127	-	127
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	-	52	71	123
Шоу	-	-	-	-	-	-	116	116

Предпрайм

В период «предпрайм» в эфир выходили новости и различный развлекательный контент: сериалы, шоу, реалити-шоу. Зимой программная сетка состояла преимущественно из реалити-шоу, новостей и сериалов, тогда как осенью количество форматов увеличилось: появлялись шоу, в том числе кулинарные. Недельная динамика, как и в предыдущий отрезок времени, прослеживалась более отчетливо: программы, выполняющие одновременно и развлекательную, и социальную функции, такие как шоу, реалити-шоу и кулинарное шоу, выходили только в выходные; самые популярные форматы – сериал – только в будние дни, а новости и прогноз погоды, удовлетворяющие потребность зрителя в актуальной информации, стояли в эфирной сетке ежедневно (см. таблицы 26 и 27).

Таблица 26

Предпрайм (16:00–19:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Реалити-шоу	-	119	119	119	-	119	120	596
Новости	56	58	58	58	58	50	56	394
Сериал	117	-	-	-	119	-	-	236
Прогноз погоды	7	3	3	3	3	11	4	34

Таблица 27

Предпрайм (16:00–19:00), в минутах (осень)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Новости	113	114	58	58	58	50	56	507
Сериал	62	61	117	117	117	-	-	474
Шоу	-	-	-	-	-	114	-	114
Реалити-шоу	-	-	-	-	-	-	109	109
Прогноз погоды	5	5	5	5	5	12	4	41
Кулинарное шоу	-	-	-	-	-	4	11	15

Прайм-тайм

Программирование прайм-тайма зимой и осенью существенно не различалось (см. таблицы 28 и 29). Однако присутствовала незначительная динамика: кулинарный конкурс, который показывали в эфире зимой, осенью заменили кулинарным шоу; вместо документальных фильмов стали выходить ток-шоу; увеличилось количество сериалов и реалити-шоу. Самыми востребованными форматами в прайм-тайм ожидаемо оказались сериал и новости. Новости транслировались практически в равном объеме в течение обеих исследуемых недель.

Результаты, отраженные в таблицах 28 и 29, свидетельствуют, что при программировании учитывался ритм жизни аудитории: в пятницу и субботу, когда зрители, наконец, освобождаются от напряженной работы, самый распространенный отдых – просмотр развлекательных программ в формате реалити-шоу.

Таблица 28

Прайм-тайм (19:00–23:00), в минутах (зима)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
		Сериал	Новости	Шоу	Реалити-шоу	Тревел-шоу о китайской культуре	Кулинарный конкурс	Документальный фильм	
Сериал		129	176	176	121	45	46	103	796
Новости		44	44	44	42	32	32	32	270
Шоу		-	-	-	-	-	162	-	162
Реалити-шоу		-	-	-	52	103	-	-	155
Тревел-шоу о китайской культуре		-	-	-	-	-	-	105	105
Кулинарный конкурс		-	-	-	-	60	-	-	60
Документальный фильм		52	-	-	-	-	-	-	52

Таблица 29

Прайм-тайм (19:00–23:00), в минутах (осень)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
		Сериал	Новости	Шоу	Реалити-шоу	Тревел-шоу о китайской культуре	Кулинарное шоу	Социальное ток-шоу	
Сериал		174	186	176	107	36	40	119	838
Новости		46	46	44	60	32	32	32	292
Реалити-шоу		-	-	-	-	117	109	-	226
Шоу		-	-	-	-	-	-	89	89
Тревел-шоу о китайской культуре		-	-	-	-	-	59	-	59
Кулинарное шоу		-	-	-	-	55	-	-	55
Социальное ток-шоу		-	-	-	48	-	-	-	48

Постпрайм

Программирование в период «постпрайм» нельзя назвать стабильным: осенью появилось три новых формата, один формат перестал использоваться, изменилось соотношение форматов в эфирной сетке. Тем не менее можно утверждать, что основными форматами этого тайм-слота и зимой, и осенью были шоу, реалити-шоу, сериал и новости (см. таблицы 30 и 31). В постпрайм сохранилась доля социально значимого контента; осенью значительно сократилось количество документальных фильмов, но начали выходить тревел-шоу и документальные драмы о китайской культуре. Недельная динамика программирования практически не прослеживалась, передачи выходили в эфир хаотично и зимой, и летом. Можно предположить, что для телеканала «Чжэцзян ТВ» постпрайм не был знаковым тайм-слотом.

Таблица 30

Постпрайм (23:00–02:00), в минутах (зима)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								Понедельник
Реалити-шоу	-	-	38	-	163	157	88	446
Документальный фильм	36	144	-	128	-	23	64	395
Сериал	141	-	19	19	-	-	-	179
Шоу	-	-	123	-	-	-	-	123
Новости	-	32	-	33	-	-	23	88
Кулинарный конкурс	-	-	-	-	17	-	-	17
Прогноз погоды	3	4	-	-	-	-	3	10

Таблица 31
Постпрайм (23:00–02:00), в минутах (осень)

Формат <i>День недели</i>	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	-	52	53	162	-	-	-	267
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	97	157	-	254
Новости	16	108	62	18			23	227
Шоу	110	-	65	-	-	-	26	201
Реалити-шоу	46	-	-	-	-	-	128	174
Кулинарное шоу	-	-	-	-	83	-	-	83
Документальная драма о китайской культуре	-	-	-	-	-	23	-	23
Документальный фильм	-	18	-	-	-	-	-	18
Прогноз погоды	-	2	-	-	-	-	3	5

Ночь

В течение ночи программы в эфир выходили в повторах. Как зимой, так и осенью в основном это были документальные фильмы, повторялись также научно-популярные ток-шоу, реалити-шоу. Программирование периода «ночь» отличалось хаотичностью: горизонтальное программирование не прослеживалось, недельная динамика отсутствовала (см. таблицы 32 и 33).

Таблица 32

Ночь (02:00–05:00), в минутах (зима)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Документальный фильм	180	135	89	180	62	131	180	957
Реалити-шоу	-	-	58	-	56	20	-	134
Новости	-	-	33	-	34	27	-	94
Научно-популярное ток-шоу	-	26	-	-	28	-	-	54
Литературный комментарий	-	19	-	-	-	-	-	19
Прогноз погоды	-	-	-	-	-	2	-	2

Таблица 33

Ночь (02:00–05:00), в минутах (осень)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Документальный фильм	156	180	89	173	62	131	175	966
Новости	-	-	33	7	34	27	5	106
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	56	20	-	76
Шоу	-	-	58	-	-	-	-	58
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	28	-	-	28
Реалити-шоу	22	-	-	-	-	-	-	22
Прогноз погоды	2	-	-	-	-	2	-	4

Выводы к параграфу 2.2

Несмотря на некоторую динамику программирования двух исследуемых периодов, «Чжэцзян ТВ» можно охарактеризовать как универсального телевизионного вещателя со сложившейся программной политикой. В 2021–2022 годах телеканал был лидером и, возможно, по этой причине не стремился к новаторству в эфире.

Основное место в программной сетке отводилось сериалам и новостям. Также в эфир выходили развлекательные программы различных форматов и передачи, которые можно отнести к социально значимому контенту. Самыми стабильными оказались периоды «раннее утро» и «позднее утро». Именно в этих двух тайм-слотах транслировались передачи одного и того же формата, а суммарное время вещания каждого формата при сравнении двух сезонов изменилось незначительно. Несущественно трансформировалась и программная политика прайм-тайма: как зимой, так и осенью основными форматами в прайм-тайм оказались сериал и новости. Периоды «день», «предпрайм», «постпрайм» зимой и осенью отличались: приоритетные форматы программирования менялись, какие-то программы исчезали из эфира, другие появлялись.

Стоит отметить, что телеканал «Чжэцзян ТВ» сохранял высокую долю социально значимого контента, что в целом характерно для телевидения КНР. Если какой-то формат социально значимых программ снимался с эфира, то появлялся другой формат социально значимых программ (например, документальную драму о китайской культуре заменили тревел-шоу о китайской культуре). Практически для всех периодов времени (кроме периодов «постпрайм» и «ночь») на телеканале «Чжэцзян ТВ» была характерна недельная динамика: отличалось программирование понедельника, пятницы, субботы и воскресенья. Расстановка передач в сетке вещания со вторника по четверг была схожей. Хаотичное программирование постпрайма свидетельствует о недооценности этого

периода продюсерами телеканала. Анализ тайм-слотов двух исследуемых недель позволил выделить приоритетные форматы для каждого из тайм-слотов (см. таблицу 34), свидетельствующие об ориентации телеканала на социально-демографические группы в разные тайм-слоты. Например, днем для детской аудитории программировались мультипликационные фильмы.

Таблица 34

Приоритетные форматы для каждого тайм-слота зимы и осени

Тайм-слот	Приоритетные форматы	
	Зима	Осень
Раннее утро	Документальный фильм	Документальный фильм
Позднее утро	Сериал	Сериал
День	Сериал	Сериал
	Мультипликационный фильм	Мультипликационный фильм
Предпрайм	Реалити-шоу	Сериал
	Новости	Новости
Прайм-тайм	Сериал	Сериал
Постпрайм	Реалити-шоу	Сериал
Ночь	Документальный фильм	Документальный фильм

Можно также отметить пять форматов программ, которые транслировались на «Чжэцзян ТВ» ежедневно и зимой, и осенью: документальный фильм, мультипликационный фильм, сериал, прогноз погоды и новости. Эти форматы программ отражают направленность данного телеканала на реализацию различных задач для разных групп аудитории: просвещение, развитие, информирование, развлечение.

2.3 Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Цзянсу ТВ»

Исследование показало, что зимой на телеканале «Цзянсу ТВ» транслировалось двенадцать форматов программ, осенью – тринадцать форматов, и значительных изменений в стратегии программирования телеканала не наблюдалось. Зимой ежедневно примерно в равном объеме выходило пять форматов: сериал, новости, прогноз погоды, документальный фильм и ток-шоу о любви. При программировании некоторых форматов можно было наблюдать недельную динамику: например, формат литературный конкурс транслировался только в будние дни и не выходил в субботу и воскресенье. Программирование других передач часто можно было охарактеризовать как хаотичное. Например, спортивные программы транслировались только в четверг и воскресенье. Ток-шоу о здоровье не выходило во вторник. Объем эфирного времени некоторых форматов незначительно изменился в выходные дни по сравнению с будними днями (см. таблицу 35). Таким образом, можно сказать, что стратегия программирования телеканала «Цзянсу ТВ» не всегда была связана с ритмом жизни аудитории.

Осенью в эфир ежедневно выходили пять форматов программ примерно в равном объеме: сериал, новости, документальный фильм, ток-шоу о любви и прогноз погоды. Недельную динамику телевизионного программирования можно наблюдать только в отношении формата литературный конкурс, который так же, как и зимой, выходил только в будние дни. Многие передачи, как и зимой, программировались хаотично. Осенью спортивная трансляция попала в эфирную сетку только в четверг (см. таблицу 36).

Самыми продолжительными и популярными программами, транслируемыми каждый день, как и на других изучаемых телеканалах, оказались сериалы, за ними по популярности следовали проекты в формате ток-шоу о любви. Несмотря на высокую частотность использования

развлекательных форматов, на канале выходили разнообразные социально значимые проекты: ток-шоу о здоровье, политическое ток-шоу, научно-популярное ток-шоу, литературный конкурс, информационно-аналитическая программа. Кроме того, стоит отметить, что значительное количество эфирного времени на телеканале отводилось документальным фильмам, которые имеют важное социальное значение и занимают весомую долю эфирного времени телеканала.

Таблица 35

Общая недельная динамика «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат	День недели							Воскресенье	Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье		
Сериал	509	512	493	420	412	363	357	3066	
Ток-шоу о любви	336	337	336	230	341	406	214	2200	
Документальный фильм	237	254	190	322	356	337	275	1971	
Новости	211	148	178	157	142	186	110	1132	
Реалити-шоу	-	37	100	64	108	91	81	481	
Литературный конкурс	51	52	58	49	46	-	-	256	
Научно-популярное ток-шоу	-	35	29	15		12	145	236	
Политическое ток-шоу	57	56	-	87	-	-	-	200	
Ток-шоу о здоровье	31	-	27	33	27	37	38	193	
Спортивная трансляция	-	-	-	55	-	-	76	131	
Танцевальный конкурс	-	-	-	-	-	-	109	109	
Прогноз погоды	8	8	8	8	8	8	8	56	
Информационно-аналитическая программа	-	-	19	-	-	-	27	46	

Таблица 36

Общая недельная динамика «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
								День недели
Сериал	512	500	426	420	364	363	454	3039
Ток-шоу о любви	290	337	339	230	401	423	259	2279
Документальный фильм	208	194	340	442	383	374	294	2235
Новости	150	148	184	157	142	186	142	1109
Литературный конкурс	95	51	97	49	46	-	-	338
Научно-популярное ток-шоу	42	71	46	15		12	76	262
Тревел-шоу о китайской культуре	-	67	-	-	36	-	114	217
Реалити-шоу	-	-	-	64	60	74	-	198
Политическое ток-шоу	103	-	-	-	-	-	93	196
Ток-шоу о здоровье	31	30	-	-	-	-	-	61
Прогноз погоды	8	8	8	8	8	8	8	56
Спортивная трансляция	-	-	-	55	-	-	-	55
Информационно-аналитическая программа	-	33	-	-	-	-	-	33

Раннее утро

На «Цзянсу ТВ», в отличие от других изучаемых телеканалов, ранним утром зимой в сетке вещания присутствовало семь различных форматов, однако недельную динамику можно было наблюдать только при программировании сериалов, которые выходили каждый день в будние дни, и политических ток-шоу, которые стояли в программе передач в выходные дни. Самым востребованным форматом в период «раннее утро» оказался документальный фильм (см. таблицу 37). И документальные фильмы, и новости транслировались ежедневно, но в разном объеме. В субботу

хронометраж информационной программы увеличивался примерно вдвое. Как уже отмечалось, стабильная трансляция новостей в данном тайм-слоте тесно связана с потребностью аудитории в информации в начале дня. В субботу на «Цзянсу ТВ» новости имели увеличенный хронометраж в связи с тем, что суббота в КНР – первый выходной день, и аудитория располагает большим количеством свободного времени. Три других формата, реалити-шоу, спортивная трансляция и ток-шоу о здоровье, появлялись в эфирной сетке хаотично: реалити-шоу транслировалось во вторник и среду, спортивная передача вышла в эфир в четверг, ток-шоу о здоровье отсутствовало в сетке вещания во вторник.

Контент-политика второй изучаемой недели (осень) в определенной степени подкрепила результаты исследования зимней недели: наиболее востребованными программами осенью тоже оказались документальные фильмы (см. таблицу 38). Новости выходили в эфир ежедневно (в субботу – с увеличенным хронометражем), а сериалы не транслировались в выходные дни (см. таблицы 37 и 38).

В выходные дни в данном тайм-слоте осенью появилась социально значимая программа – научно-популярное ток-шоу. Ток-шоу о здоровье теперь программировалось только по понедельникам и вторникам. Передачи, созданные в форматах реалити-шоу и спортивная трансляция, на осенней неделе в данном тайм-слоте не выходили.

Таблица 37

Раннее утро (5:00–8:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Документальный фильм	98	92	64	33	93	83	31	494
Ток-шоу о здоровье	31	-	27	33	27	37	38	193
Новости	20	20	20	22	23	48	21	174
Сериал	30	30	30	38	37	-	-	165
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	12	90	102
Реалити-шоу	-	37	38	-	-	-	-	75
Спортивная трансляция	-	-	-	54	-	-	-	54

Таблица 38

Раннее утро (5:00–8:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Документальный фильм	89	90	120	65	120	120	69	673
Сериал	39	39	38	38	37	-	-	191
Новости	20	20	22	22	23	48	21	176
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	12	90	102
Ток-шоу о здоровье	31	30	-	-	-	-	-	61

Позднее утро

Тайм-слот «позднее утро» характеризуется более последовательным программированием, чем предыдущий. Сериалы выходили в эфир каждый

день, и в несколько увеличенном объеме в выходные дни (см. таблицы 39 и 40). Следует отметить, что их трансляция была перенесена на более позднее время в выходные, и таким образом они попали в тайм-слот «позднее утро», а не «раннее утро», как зимой. Анализ тайм-слота «позднее утро» подтверждает интерес телевизионных продюсеров телеканала «Цзянсу ТВ» к передачам литературной тематики. В этот отрезок времени в будние дни ежедневно выходила программа формата литературный конкурс. Ее программирование отличалось недельной динамикой, так как в выходные дни литературный конкурс не транслировался. Поздним утром в субботу продолжалась трансляция увеличенного информационного выпуска, который начинался еще в предыдущем тайм-слоте. В воскресенье позднее утро было занято научно-популярным ток-шоу, которое также продолжалось с раннего утра.

Очевидно, что контент-политика телеканала в осенний период подтверждает выводы, сделанные относительно зимнего периода. Для программирования данного тайм-слота в оба периода характерна недельная динамика.

Таблица 39

Позднее утро (8:00–10:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	69	68	62	71	74	99	90	533
Литературный конкурс	51	52	58	49	46	-	-	256
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	-	30	30
Новости	-	-	-	-	-	21	-	21

Таблица 40

Позднее утро (8:00–10:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	70	69	68	71	74	99	90	541
Литературный конкурс	50	51	52	49	46	-	-	248
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	-	30	30
Новости	-	-	-	-	-	21	-	21

День

Контент-политика в период «день» зимой была менее разнообразной, чем в предыдущие тайм-слоты, и значительно не отличалась с понедельника по субботу. Каждый день примерно в равном объеме транслировались сериалы, новости и ток-шоу о любви. В воскресенье новостной формат отсутствовал, однако в сетке вещания стоял документальный фильм. Таким образом, недельная динамика, то есть различие в программировании будних и выходных дней, практически не наблюдалась (см. таблицу 41).

Исследование осенней недели подтвердило выводы, сделанные относительно предыдущего периода исследования: самыми востребованным форматом в дневном тайм-слоте осталось ток-шоу о любви. Незначительное изменение в сетке вещания заключалось в том, что зимой новости выходили с понедельника по субботу, а осенью были переведены на ежедневное вещание; кроме того, осенью документальный фильм в эфир не выходил (см. таблицу 42).

Таблица 41

День (10:00–16:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат	День недели								Суммарное время
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Ток-шоу о любови	205	205	206	206	206	207	214		1449
Сериал	120	120	120	120	120	120	138		858
Новости	35	35	34	34	34	33	-		205
Документальный фильм	-	-	-	-	-	-	8		8

Таблица 42

День (10:00–16:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	День недели								Суммарное время
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Ток-шоу о любви	208	208	206	206	206	207	171		1412
Сериал	120	120	120	120	120	120	155		875
Новости	32	32	34	34	34	33	34		233

Предпрайм

Предпрайм – небольшой по времени период, однако на телеканале «Цзянсу ТВ» в этом тайм-слоте можно наблюдать разнообразие форматов. Исследование зимнего периода показало: как и в предыдущем тайм-слоте «день», недельная динамика в программировании присутствовала минимально. Например, с понедельника по субботу наблюдалась незначительная разница в объеме трансляции сериалов, новостей и ток-шоу о любви; хронометраж прогноза погоды в течение всей недели не менялся (см. таблицу 43).

От остальных дней недели отличалось только воскресенье: в этот день значительно сокращался хронометраж трансляции телевизионных сериалов и новостей, в эфирной сетке не было ток-шоу о любви. Стоит отметить, что упомянутое разнообразие форматов наблюдалось именно благодаря верстке воскресного дня. Причем в эфирной сетке появились не развлекательные, а публицистические проекты – научно-популярное ток-шоу и документальный фильм, а также спортивная трансляция.

Стратегия программирования зимнего и осеннего периодов отличалась незначительно. Самыми востребованными форматами были сериал, новости и ток-шоу о любви. Хронометраж прогноза погоды в течение двух исследуемых недель не менялся. Воскресный день отличался с точки зрения программирования от других дней недели (см. таблицы 43 и 44).

Таблица 43

Предпрайм (16:00–19:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
Сериал	90	94	90	83	84	89	20	550
Новости	52	52	52	52	52	52	38	350
Ток-шоу о любви	30	26	30	24	22	31	-	161
Спортивная трансляция	-	-	-	-	-	-	76	76
Прогноз погоды	8	8	8	8	8	8	8	56
Документальный фильм	-	-	-	13	14	-	11	38
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	-	27	27

Таблица 44

Предпрайм (16:00–19:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	День недели	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Суммарное время
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	90	91	92	83	84	92	112	644	
Новости	52	52	52	52	52	52	36	348	
Ток-шоу о любви	30	29	28	24	22	28	-	161	
Прогноз погоды	8	8	8	8	8	8	8	56	
Документальный фильм	-	-	-	13	14	-	-	27	
Научно-популярное ток-шоу	-	-	-	-	-	-	24	24	

Прайм-тайм

Проанализировав программирование прайм-тайма телеканала «Цзянсу ТВ», мы выявили недельную динамику в программировании сериалов: и зимой, и осенью они выходили с понедельника по воскресенье примерно в равном объеме, но в пятницу и субботу наблюдалось значительное сокращение объема этих форматов (см. таблицы 45 и 46).

Зимой спортивные трансляции и реалити-шоу выходили в эфир только в воскресенье. Программирование политического ток-шоу (выходило в понедельник, вторник и четверг) и ток-шоу о любви (присутствовало в сетке вещания ежедневно, кроме четверга и воскресенья) можно назвать хаотичным (см. таблицу 45).

Осенью в программной сетке произошли изменения – расширилось разнообразие форматов программ. Были добавлены три социально значимых формата – литературный конкурс, документальный фильм и тревел-шоу о китайской культуре (не по горизонтальному программированию). Осенью из сетки вещания исключили спортивные трансляции (см. таблицу 46).

Как и зимой, так и осенью самыми востребованными форматами оказались сериал и ток-шоу о любви; новости выходили примерно в равном объеме в течение всей недели. В то же время остальные форматы программировались хаотично: литературный конкурс присутствовал в эфире в понедельник и среду (осень), реалити-шоу – в субботу (осень) и воскресенье (зима), документальный фильм – в четверг (осень) (см. таблицы 45 и 46).

Таблица 45

Прайм-тайм (19:00–23:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	109	109	100	108	97	55	109	687
Ток-шоу о любви	43	34	103	-	112	153	-	445
Новости	31	41	37	45	31	32	31	248
Политическое ток-шоу	57	56	-	87	-	-	-	200
Реалити-шоу	-	-	-	-	-	-	81	81
Спортивная трансляция	-	-	-	-	-	-	19	19

Таблица 46

Прайм-тайм (19:00–23:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	101	99	108	108	49	52	97	614
Ток-шоу о любви	52	41	55	-	124	94	50	416
Новости	34	33	32	45	31	32	31	238

Тревел-шоу о китайской культуре	-	67	-	-	36	-	62	165
Литературный конкурс	45	-	45	-	-	-	-	90
Документальный фильм	-	-	-	87	-	-	-	87
Реалити-шоу	-	-	-	-	-	62	-	62
Политическое ток-шоу	8	-	-	-	-	-	-	8

Постпрайм

Период «постпрайм» программировался зимой с использованием восьми различных форматов, и весьма хаотично: ни один формат не выходил в эфир ежедневно (см. таблицу 47). Вместе с тем в этом хаотичном программировании можно выделить более или менее закономерную расстановку передач с ориентацией на ритм жизни аудитории. Например, выпуск в воскресенье развлекательной программы в формате танцевального конкурса ориентирован на потребность аудитории в развлечении в выходной день. Логичным выглядит и увеличенный хронометраж реалити-шоу в пятницу и субботу. В воскресенье реалити-шоу не транслировалось, его заменил уже упомянутый танцевальный конкурс. Однако некоторые данные таблицы 47 сложно объяснить ориентацией на ритм жизни аудитории. Например, сериалы выходили в эфир в понедельник, вторник и среду, а в остальные дни в сетке вещания отсутствовали; ток-шоу о любви транслировалось в понедельник, вторник и субботу, научно-популярное ток-шоу – во вторник и четверг.

Осенью в программировании телеканала «Цзянсу ТВ» произошли некоторые изменения: теперь самым востребованным форматом, помимо документальных фильмов, стало ток-шоу о любви (см. таблицу 48). В целом осенний период постпрайма програмировался так же хаотично, как и зимний: документальные фильмы выходили каждый день, кроме понедельника и вторника; политическое ток-шоу выходило только в

понедельник, научно-популярное ток-шоу – в среду и четверг; ток-шоу о любви отсутствовало в сетке вещания в понедельник и четверг.

В ходе исследования мы обратили внимание на то, что большинство программ, транслируемых в этот отрезок времени, оказались повторами. Поскольку люди в это время ложатся спать, не столь важно, какая передача транслируется. В связи с этим легко объясним и хаотичный характер программирования постпрайма. Вместе с тем можно сказать, что период «постпрайм» на телеканале «Цзянсу ТВ» недооценен.

Таблица 47

Постпрайм (23:00–02:00) «Цзянсу», в минутах (зима)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Реалити-шоу	-	-	59	64	109	91	-	323
Документальный фильм	-	-	-	97	69	74	70	310
Сериал	64	91	66	-	-	-	-	221
Ток-шоу о любви	58	72	-	-	-	15	-	145
Новости	58	-	35	4	2		20	119
Танцевальный конкурс	-	-	-	-	-	-	90	90
Научно-популярное ток-шоу	-	17	-	15	-	-	-	32
Информационно-аналитическая передача	-	-	19	-	-	-	-	19

Таблица 48

Посттайм (23:00–02:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	День недели							Суммарное время
	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Документальный фильм	-	-	40	97	69	74	70	350
Ток-шоу о любви	-	59	50	-	49	94	38	290
Сериал	85	77	-	-	-	-	-	162
Реалити-шоу	-	-	-	64	60	12	-	136
Политическое ток-шоу	95	-	-	-	-	-	-	95
Новости	-	11	44	4	2	-	20	81
Научно-популярное ток-шоу	-	-	46	15	-	-	-	61
Тревел-шоу о китайской культуре	-	-	-	-	-	-	52	52
Информационно-аналитическая программа	-	33	-	-	-	-	-	33

Ночь

В течение всей ночи программы шли в повторах. Анализ обоих сезонов показал, что основной формат этого тайм-слота – документальный фильм.

Таблица 49

Ночь (02:00–05:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (зима)

Формат	День недели	Показы							Суммарное время
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Документальный фильм		139	162	126	179	180	180	155	1121
Сериал		27	-	25	-	-	-	-	52
Научно-популярное ток-шоу		-	18	29	-	-	-	-	47
Информационно-аналитическая программа		-	-	-	-	-	-	25	25
Новости		14	-	-	-	-	-	-	14
Спортивная трансляция		-	-	-	1	-	-	-	1

Таблица 50

Ночь (02:00–05:00) «Цзянсу ТВ», в минутах (осень)

Формат	День недели	Понедельник							Воскресенье	Суммарное время
		Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье			
Документальный фильм	119	104	180	180	180	180	155	1098		
Научно-популярное ток-шоу	42	71	-	-	-	-	25	138		
Сериал	7	5	-	-	-	-	-	12		
Новости	12	-	-	-	-	-	-	12		

Выводы к параграфу 2.3

Данные, полученные в результате исследования, демонстрируют, что программная политика телеканала «Цзянсу ТВ» в оба анализируемых сезона была схожей, что позволяет говорить об изучаемом телеканале как о телевизионном вещателе со сложившейся программной политикой; эфирная сетка состояла практически из одних и тех же форматов. Наибольшая стабильность наблюдалась при программировании дневного эфира и предпрайма.

Для программирования телеканала «Цзянсу ТВ» утром, днем и в предпрайм характерна недельная динамика, причем именно в воскресенье верстка телеканала в большей степени отличается от верстки в другие дни недели. Для прайм-тайма характерно шахматное и хаотичное программирование. Начиная с периода «постпрайм» можно заметить большое количество повторов в программной сетке и хаотичное программирование.

Самыми популярными форматами на телеканале «Цзянсу ТВ» оказались сериал, ток-шоу о любви и документальный фильм (см. таблицу 51). Сериалы и новости также были основой программирования в прайм-тайм, а прогнозы погоды стабильно транслировались в прайм-тайм с фиксированным временем, составляющим восемь минут ежедневно.

Таблица 51

Приоритетные форматы для каждого тайм-слота

Тайм-слот	Приоритетные форматы	
	Зима	Осень
Раннее утро	Документальный фильм	Документальный фильм
Позднее утро	Сериал	Сериал
День	Сериал	Сериал
	Ток-шоу о любви	Ток-шоу о любви
Предпрайм	Сериал	Сериал
	Новости	Новости
Прайм-тайм	Сериал	Сериал
Постпрайм	Реалити-шоу	Документальный фильм
Ночь	Документальный фильм	Новости

Выводы ко второй главе

Сравнительный анализ программных версток региональных телеканалов КНР «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» позволил выявить как общие тенденции, так и различия при выборе форматов телевизионных передач и их расстановке в эфирной сетке. Общими и наиболее часто используемыми форматами передач для этих телевизионных вещателей оказались сериал и новости, что обусловлено информационной и развлекательной функциями телевизионных вещателей и подтверждает важность их выполнения для всех трех телеканалов. Наименьшая разница наблюдалась при программировании прайм-тайма: на всех трех телеканалах приоритетным форматом оказался сериал. Контент-политика других тайм-слотов у телеканалов различалась.

Результаты исследования зимнего и осеннего периодов демонстрируют, что все три телеканала имеют сложившуюся программную политику и используют для создания передач схожие форматы. Однако программная стратегия «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» оказалась более стабильной, чем у «Хунань ТВ», программирование которого осенью, в сравнении с зимой, значительно изменилось. «Позднее утро» – тайм-слот, который у всех трех телевизионных вещателей был стабильным: использовались схожие стратегии программирования в обоих сезонах. Это может быть связано с тем, что телевизионные вещатели не всегда стремятся опробовать новые решения (как, например, в прайм-тайм). «Ночь» на всех трех телевизионных каналах характеризовалась хаотичным программированием и повторами передач.

В ходе исследования мы также пришли к следующим выводам: «Хунань ТВ» стремился использовать унифицированную программную сетку во все дни недели для всех тайм-слотов, кроме прайм-тайма и постпрайма. Программная верстка «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» менее единообразна: в различные тайм-слоты програмирование будних и выходных дней

несколько различалось. Для телеканала «Цзянсу ТВ» характерно самое разнообразное и хаотичное программирование.

При анализе программной политики телеканалов была предпринята попытка разделения контента на социально значимый и исключительно развлекательный на основе тех форматов, которые размещаются в программной сетке. Однако в полной мере о подобном разделении можно утверждать, только учитывая тематику проектов, что и будет сделано в следующей главе.

Глава 3. Тематические особенности и визуальная репрезентация контента региональных телеканалов Китая

3.1 Приоритетная тематика телепрограмм

В ходе анализа форматов во второй главе диссертации нами была предложена их классификация. В некоторых случаях при определении формата, помимо формы, нами указывалась и тематика проекта. Такой подход был связан с невозможностью отнести к одному формату танцевальный и литературный конкурс или политическое ток-шоу и ток-шоу о здоровье. Однако тематическая типология не была главной целью при составлении матрицы исследования форматов и выявлении специфики программирования. В то же время именно тематика – один из основных параметров при определении социальной значимости контента. В этой части работы форматная типология телеканалов будет дополнена тематической, что позволит сделать вывод о том, в каком соотношении развлекательные проекты в прайм-тайм сочетаются на телеканале с социально значимыми проектами¹⁸⁸.

Кроме того, в ходе анализа были выявлены приоритетные тематики на изучаемых телевизионных каналах, а также проанализированы те случаи, когда развлекательные передачи наполнялись серьезным содержанием.

В ходе разработки методологии было выделено восемь тематических направлений:

1. Китайская культура: передачи, рассказывающие о многовековом наследии КНР, посвящены таким темам, как традиционное искусство, традиционная культура, философия, национальная китайская

¹⁸⁸ Шень Шуньчжэнь. Краткий обзор инновационных идей в контент-стратегии телепрограмм // Журнал Хуанхэского университета науки и техники. – 2008. – № 6. – С. 91–93. (=沈顺珍. 浅议广播电视台节目编排中的创新理念. 黄河科技大学学报. 2008 (6): 91-93.)

кухня, праздники. Вниманию зрителей были представлены передачи об искусстве каллиграфии, о чайной церемонии, трансляция Пекинской оперы и др. Вошедшие в эмпирическую базу документальные фильмы рассказывали об историческом развитии Китая, его традициях; тревел-шоу – о географических и культурных особенностях КНР.

2. Актуальная информация: к данной тематике были отнесены информационные передачи, направленные на освещение последних событий в КНР в политической, экономической, культурной, научно-технической областях, а также ежедневная программа о погоде во всех городах Китая. Актуальные тенденции и достижения в разных областях, значимые решения властей – важная информация для понимания современного Китая.

3. Социальную тематику составили программы, в которых обсуждались различные социальные вопросы, такие как образование, здравоохранение; рассматривалось влияние науки и техники на общество и др. Как правило, в них отражались основные социалистические ценности и в определенной степени деятельность правительства по решению социальных проблем. Например, содержание некоторых программ затрагивало актуальные темы общественной жизни, которые волновали аудиторию: безопасность пищевых продуктов, устойчивое развитие общества, взгляды на любовные отношения и брак, защита традиционной культуры, городское управление, защита животных и др.

4. Политика: к политическим были отнесены все передачи, в которых обсуждались вопросы, касающиеся внутренней и внешней политики КНР.

5. Развлекательная тематика: к данной тематике мы отнесли контент исключительно развлекательной направленности: песенные конкурсы, шоу талантов, юмористические программы, ток-шоу о любви и т. п. Эти программы создают атмосферу, позволяющую аудитории отдохнуть

от напряженных трудовых будней, снять стресс и получить удовольствие от телепросмотра.

6. Научно-популярная тематика: в передачах данной тематики рассказывалось о достижениях в сфере науки, о новых технологиях. Цель передач на научно-популярную тематику – популяризация науки, стимулирование интереса аудитории к научным знаниям.

7. Кулинария: передачи этой тематики занимают важное место среди телевизионной продукции изучаемых телеканалов, поэтому они были выделены в отдельную категорию. Данный контент посвящен искусству приготовления пищи: в программах демонстрировались традиции и инновации в процессе приготовления блюд.

8. Здоровье: программы на эту тематику рассказывают о способах достижения человеком физического и психического здоровья. Самым яркие программы на эту тематику выходили в формате ток-шоу о здоровье. В них рассказывалось о том, как вести здоровый образ жизни, правильно питаться, а также о доступных и эффективных средствах и способах профилактики заболеваний.

В ходе анализа программной сетки изучаемых телеканалов было выявлено, что для освещения определенной тематики выбираются соответствующие данной тематике форматы (см. таблицу 52). Другими словами, существует определенная корреляция между формой и темой телевизионной передачи. Например, тревел-шоу часто повествуют о китайской культуре; шоу могут иметь исключительно развлекательную направленность или сочетать ее с реализацией познавательных целей, когда рассказывают зрителям о традиционных кулинарных рецептах.

Одновременно в процессе сопоставления корреляционной таблицы форматов и тематик было выявлено, что каждый формат не обязательно имел строго фиксированную тематику. Например, некоторые телевизионные сериалы были посвящены развлекательной тематике, а некоторые – китайской

культуре. Таким образом, тематику форматов мы определяли, основываясь на содержании конкретного проекта, вошедшего в эмпирическую базу. Было также выявлено, что в китайской телевизионной индустрии ток-шоу – это тот формат, который позволяет затрагивать самое большое количество разнообразных тематик.

Таблица 52

Форматно-тематические виды программ

Формат	Китайская культура	Кулинария	Развлекательная	Здоровье	Политика	Актуальная информация	Социальная	Научно-популярная
Тематика								
Ток-шоу	–	–	+	+	+	–	+	+
Документальный фильм	+	–	–	–	–	–	–	–
Реалити-шоу	+	–	+	–	–	–	+	–
Документальная драма	+	–	–	–	–	–	–	–
Шоу	–	+	+	–	–	–	–	–
Сериал	+	–	+	–	–	–	–	–
Новости	–	–	–	–	–	+	–	–
Тревел-шоу	+	–	–	–	–	–	–	–
Конкурс	+	+	+	–	–	–	–	–

Данная тематическая типологизация позволила выделить приоритетные тематики изучаемых телеканалов, а также показать соотношение социально значимого и исключительно развлекательного контента на примере знакового временного промежутка телевизионного вещания – прайм-тайма.

Тематика программ телеканала «Хунань ТВ»

Программы на развлекательную тематику заняли большую часть эфирного времени на телеканале «Хунань ТВ» и составили зимой в общей сложности 4900 минут, или 50% всего телевизионного контента (см. таблицу 53).

Программы исключительно развлекательной тематики создавались в форматах шоу и сериала (подробнее об этом см. приложение 1). К таким программам мы отнесли шоу «Привет, суббота». Его участники поют, танцуют, соревнуются в конкурсах и много шутят, тем самым создавая позитивное настроение у телевизионных зрителей. Еще один пример программы на эту тематику – сериал «Во сне и наяву», построенный на вымышленном сюжете. Отметим, что значительные цифры развлекательный контент показывает именно благодаря сериальной продукции, которая появляется на телевизионных экранах несколько раз в неделю и, как результат, занимает большую долю эфирного времени. Все демонстрируемые на телеканале «Хунань ТВ» сериалы были отнесены к исключительно развлекательной тематике, на других изучаемых телеканалах ситуация была несколько иной.

Таблица 53

**Тематика программ телеканалов
«Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ»**

Теле- канал	Тематика, в %															
	Развлекательная		Актуальная информация		Китайская культура		Социальная		Здоровье		Кулинария		Политика		Научно-популярная	
	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень	Зима	Осень
«Хунань ТВ»	50	55	20	23	22	19	12	9	6	5	1	0	-	-	-	-
«Чжэцзян ТВ»	43	40	15	18	26	31	13	-	-	-	0,8	3	-	-	1	1
«Цзянсу ТВ»	59	38	12	12	22	45	-	-	2	2	-	-	2	2	2,3	2,6

Осенью на телеканале «Хунань ТВ» наблюдалось расширение диапазона форматов, используемых для создания исключительно развлекательного контента. Помимо шоу и сериалов, в сетке вещания появилось музыкальное шоу. В общей сложности программы на развлекательную тематику заняли 5253 минуты эфирного времени, что составило 55% всего телевизионного контента (см. таблицу 53). Таким образом, показатели двух исследуемых недель свидетельствуют о доминировании передач на развлекательную тематику на телеканале «Хунань ТВ».

Тематика новостей и прогноза погоды была определена как «актуальная информация». Эти передачи заняли 2022 минуты, или 20% эфирного времени зимой. Осенью этому контенту было отведено 2209 минут, что составило 23%

эфирного времени. Таким образом, форматы распространения актуальной информации стабильно занимают свое место в эфирной сетке телеканала «Хунань ТВ». Новости и прогноз погоды – традиционные форматы предоставления актуальной информации на телеканалах во всем мире, и региональные телеканалы КНР не являются исключением.

Передачи, затрагивающие тематику «китайская культура» на «Хунань ТВ», зимой были представлены в следующих форматах: документальный фильм, реалити-шоу, мультипликационный фильм, концерт, документальная драма. Всего данной тематике было отведено 2179 минут, или 22% эфирного времени. Использованные форматы свидетельствуют о том, что телеканал, стремясь просвещать аудиторию, обращался не только к традиционному формату документального фильма, но и к более современным формам, таким как реалити-шоу или документальная драма, таким образом создавая контент для различной аудитории. Например, для детской аудитории на телеканале транслировались мультипликационные фильмы, в которых затрагивались вопросы китайской культуры.

Осенью форматы, посвященные китайской культуре, представлены на «Хунань ТВ» документальным фильмом, реалити-шоу, мультипликационным фильмом и тревел-шоу. Передачи этих форматов составили 1718 минут, или 19% эфирного времени. Как и зимой, контент создавался и в традиционных, и в современных форматах, ориентированных на разные телевизионные аудитории. Разница между процентными показателями двух сезонов незначительная.

Социальная тематика зимой была представлена на телеканале «Хунань ТВ» в формате реалити-шоу. Контенту данной тематики было отведено 1190 минут, что составило 12% эфирного времени. В осеннем сезоне телеканал посвятил социальной тематике 888 минут, или 9% эфирного времени. Разница между показателями двух сезонов в целом невелика (см. таблицу 53).

Реалити-шоу принято считать развлекательным форматом, но кроме развлекательной, он выполняет также просветительскую функцию, привлекая таким образом широкую аудиторию.

В анализируемой программной сетке часть реалити-шоу была определена именно как «реалити-шоу о китайской культуре». В связи с этим можно утверждать, что передачи этого формата направлены на просвещение и распространение ценностей, принятых в современном китайском обществе. Например, одна из программ, вошедшая в данный тематический сегмент, была посвящена свадьбам и традиционным представлениям о браке. Реалити-шоу – это функциональный и тематически богатый формат. Выполняя развлекательную функцию, он одновременно может быть направлен на просвещение и социальное ориентирование телевизионных зрителей, затрагивая такие темы, как «китайская культура», а также социальную проблематику.

Тематика здоровья освещалась на телеканале «Хунань ТВ» в формате ток-шоу. Ведущие и эксперты передач о здоровье не только предоставляли аудитории ценную информацию, но и обсуждали актуальные проблемы. Как было сказано в предыдущей главе, телевизионный формат «ток-шоу о здоровье» можно считать устоявшимся. Зимой ток-шоу о здоровье заняли 644 минуты эфирного времени, что составляет 6% эфира; осенью – 453 минуты, или 5% эфира. Полученные нами данные свидетельствуют о том, что передачи, популяризирующие знания об охране здоровья, занимают незначительный объем в сетке вещания этого телеканала.

На телеканале «Хунань ТВ» также выходили передачи на кулинарную тематику. В общей сложности этот контент занял 144 минуты, или всего 1% эфирного времени (зима). Осенью же этот контент вообще отсутствовал в сетке вещания. Таким образом, кулинарная тематика не является обязательной для телеканала «Хунань ТВ». Передачи на кулинарную тематику могли заменить передачами другой тематики в зависимости от рейтингов или

программной политики. Кулинарные шоу можно было отнести к передачам развлекательной тематики, но мы выделили их в отдельную группу в связи с их познавательной ценностью для телевизионной аудитории. Часто в кулинарных шоу рассказывалось о традиционной китайской кухне, таким образом затрагивалась тема китайской культуры.

Таким образом, в результате исследования двух выбранных периодов мы выяснили, что зимой на телеканале освещалось в общей сложности шесть тем, а осенью пять тем, причем самой востребованной в оба сезона оказалась развлекательная тематика, представленная телевизионными сериалами и разнообразными шоу. Полученный результат, с одной стороны, свидетельствует о том, что телеканал сфокусирован на удовлетворении потребностей аудитории в развлечении и отдыхе, в снятии стресса, чему способствует просмотр телепрограмм; с другой стороны, о том, что этот телевещатель не забывает об ответственности перед телевизионной аудиторией и отводит эфирное время передачам, посвященным культуре, здоровому образу жизни, социальным проблемам; предоставляет актуальную информацию, просвещает и реализовывает другие важные задачи.

Тематика программ телеканала «Чжэцзян ТВ»

Программ на исключительно развлекательную тематику на телеканале «Чжэцзян ТВ» меньше, чем на телеканале «Хунань ТВ» (см. таблицу 53). Зимой подобный контент был представлен сериалами, шоу и реалити-шоу, которые составили в общей сложности 4337 минут, или 43% эфирного времени. Осенью основными форматами, с помощью которых создавались исключительно развлекательные проекты, тоже были сериалы, шоу и реалити-шоу: они транслировались 3962 минуты, заполнив 40% эфирного времени. Полученные данные свидетельствуют о том, что хотя развлекательный контент составляет большую часть программной сетки

телеканала «Чжэцзян ТВ», его доля в эфире фиксированная, что отражает намерение телевизионного вещателя не повышать ее.

Передачи «Чжэцзян ТВ», обеспечивающие зрителей актуальной информацией, – это новости и прогноз погоды. Зимой они заняли в общей сложности 1508 минут, или 15% эфирного времени. Осенью актуальная информация представлена теми же форматами, что и зимой, но эфирного времени ей было отведено несколько больше – 1802 минуты, или 18%. Можно сделать вывод, что программная политика телеканала «Чжэцзян ТВ» относительно данного контента стабильная. Однако информационные передачи не являются ключевым программным продуктом на данном телеканале.

Тематика «китайская культура» на «Чжэцзян ТВ» занимает больше эфирного времени, чем на «Хунань ТВ». Зимой этой тематике были посвящены документальные и мультипликационные фильмы, литературные комментарии и тревел-шоу о китайской культуре. В общей сложности передачи данной тематики заняли 2029 минут, что составило 26% эфирного времени. Телеканал обращался и к традиционным, и к новым форматам вещания. Контент мог затрагивать как узкий (литературные комментарии), так и широкий круг вопросов (документальные фильмы).

Форматы, используемые для создания данного контента весной и осенью, были схожими, но между ними были и различия. Осенью продюсеры освещали данную тематику при помощи документальных фильмов, мультфильмов, сериалов, тревел-шоу и документальных драм о китайской культуре. Передачи на тему «китайская культура» заняли в общей сложности 3804 минуты, что составило 31% эфирного времени. Смена форматов свидетельствует о том, что формат программы не был строго фиксированным при создании контента данной тематики. Многократно можно было наблюдать изменение формы подачи контента, но при этом сохранялась приверженность телеканала телевизионным проектам о китайской культуре,

что отчасти связано с рекомендациями руководящих органов страны. На процентное соотношение тематик телевизионной продукции влияло содержание телевизионных сериалов, носивших либо просветительский, либо развлекательный характер.

Форматы на социальную тематику зимнего периода представлены реалити-шоу общей продолжительностью 1304 минуты, что составило 13% эфирного времени. Осенью данная тематика не затрагивалась.

Зимой и осенью программы телеканала «Чжэцзян ТВ» на научно-популярную тематику выходили в формате ток-шоу, они заняли по 1% эфирного времени. По нашему мнению, подобные результаты свидетельствуют о том, что в настоящее время зрители мало интересуются научно-популярной тематикой, так как содержание таких программ оторвано от повседневной жизни. В то же время нельзя недооценивать просветительское значение таких телепроектов.

Как и на телеканале «Хунань ТВ», на «Чжэцзян ТВ» программам на кулинарную тематику была отведена незначительная часть эфирного времени. Зимой данный формат представлен кулинарным конкурсом, который занял в общей сложности 77 минут, или 0,8% эфирного времени. Осенью вышла другая передача на кулинарную тематику – кулинарное шоу, на него было отведено в три раза больше эфирного времени, чем в предыдущем сезоне – 300 минут, составившие 3% эфирного времени. Увеличение эфирного времени телепрограмм на кулинарную тематику осенью может быть связано с хорошими рейтингами кулинарных шоу зимой.

Таким образом, мы выяснили, что телеканал «Чжэцзян ТВ» зимой обращался к шести темам, а осенью – к пяти. В оба сезона самым востребованным был развлекательный контент, однако его доля оказалась меньше, чем на телеканале «Хунань ТВ». Но эфирного времени передачам о китайской культуре на «Чжэцзян ТВ» было отведено больше, чем на канале конкурента.

Тематика программ телеканала «Цзянсу ТВ»

Результаты исследования показали, что приоритетными тематиками на телеканале «Цзянсу ТВ» неизменно являются «развлекательная», «актуальная информация» и «китайская культура», однако их доля в эфирной сетке зимой и осенью не одинакова (см. таблицу 53).

Передачи на развлекательную тематику на «Цзянсу ТВ» зимой создавались в формате сериалов, ток-шоу о любви, реалити-шоу, спортивных трансляций и танцевальных конкурсов. Общая продолжительность этих проектов составила 5987 минут, или 59% всего эфирного времени. Осенью развлекательные проекты продюсировались в форматах сериалов, ток-шоу о любви, реалити-шоу и спортивных трансляций, их суммарная продолжительность составила 3833 минуты, или 38%. Из таблицы 53 видно, что осенью доля развлекательной тематики на телеканале сократилась. Это было связано с тематикой телевизионных сериалов и сезонной программной стратегией телеканала.

Новости и прогноз погоды – два постоянных формата на тематику «актуальная информация», и их доля на телеканале фиксированная. Общая продолжительность программ на эту тематику зимой составила 1188 минут, или 12% всего эфирного времени, осенью – 1165 минут, или 12% всего эфирного времени. Отметим, что доля актуальной информации на «Цзянсу ТВ» была самой низкой по сравнению с этой же долей на телеканалах-конкурентах.

Передачи о китайской культуре занимали важное место в эфирной сетке телеканала «Цзянсу ТВ», но их объем оказался нестабильным. Зимой они создавались в форматах документального фильма и литературного конкурса, общая продолжительность этих проектов составила 2227 минут, или 22% всего эфирного времени. Осенью палитра используемых форматов для создания передач о китайской культуре оказалась значительно богаче, авторы

обращались к форматам документального фильма, литературного конкурса, сериалов и тревел-шоу о китайской культуре. Больше была и суммарная продолжительность этих проектов: 4528 минут, или 45% всего эфирного времени. Увеличение эфирного времени передач на тему «китайская культура» в два раза связано с изменением содержания транслируемых сериалов. Именно сериальная продукция составляла основу программной сетки телеканала, однако тематика этого контента не была одинаковой, что привело к изменению распределения показателей тематического спектра. В дополнении к этому тревел-шоу о китайской культуре оказалось сезонным телевизионным проектом, что могло быть связано с программной стратегией телеканала, модой на тот или иной телевизионный формат, настроениями аудитории, отражающимися в рейтинговых показателях, и даже с социально-политической и экономической обстановкой. Кроме того, продюсеры телеканала могли менять наполнение программной сетки, чтобы привнести в нее некоторую новизну.

Форматы, освещавшие научно-популярную тематику на «Цзянсу ТВ», – это научно-популярные ток-шоу, их общая продолжительность зимой составила 236 минут, то есть 2,3% всего эфирного времени, а осенью – 262 минуты, или 2,6% всего эфирного времени. Исходя из полученных данных можно утверждать, что эта тематика в контент-стратегии телеканала «Цзянсу ТВ» не самая важная, но стабильная. Тема политик освещалась в политических ток-шоу, которые оказались в той же ситуации, что и научно-популярные ток-шоу: зимой передачи на эту тематику длились 200 минут, что составляет 2% от общего эфирного времени, а осенью – 196 минут, или те же 2%.

Стоит отметить, что тема политики освещалась также в информационно-аналитической программе, выходившей зимой один раз в неделю общей продолжительностью 46 минут, что составило 0,5% всего эфирного времени; осенью ее продолжительность составляла 33 минуты, или

0,3% всего эфирного времени. Данная программа занимала самое незначительное время на телеканале, тем не менее этот контент оставался стабильной составляющей программного пространства в течение 2023 года и присутствовал в обоих сезонах. Кроме того, мы определили общую долю политической тематики, то есть общее время эфира политических ток-шоу и информационно-аналитических программ, и пришли к выводу, что эта доля зимой и осенью одинакова и составляет 2% (время эфира – 233 и 246 минут соответственно).

Тематика «здоровье» на «Цзянсу ТВ» освещалась в ток-шоу о здоровье. Общая продолжительность программ о здоровье зимой составила 193 минуты, или 2% всего эфирного времени. Такой же формат использовался осенью, он занял 196 минут, или 2% всего эфирного времени. Результаты исследования показали, что доля телепроектов на тему здоровья на «Цзянсу ТВ» незначительна, время вещания фиксировано. Это позволяет утверждать, что контент о здоровье является важной частью программной политики канала «Цзянсу ТВ».

Результаты проведенного нами анализа показали, что телеканал «Цзянсу ТВ» освещает равное количество тем и зимой, и осенью – шесть. Наибольшее эфирное время отведено передачам на развлекательную тематику и тематику «китайская культура». Зимой развлекательный контент занимал наибольший процент эфирного времени и создавался в форматах сериала, ток-шоу о любви, реалити-шоу, спортивной трансляции и танцевального конкурса. Осенью наибольший процент эфирного времени составляли передачи, рассказывающие о китайской культуре в форматах документального фильма, литературного конкурса, сериалов и тревел-шоу о китайской культуре. Одна из главных причин различия в показателях между сезонами оказалась тематика телевизионных сериалов. Сериалы, выходившие зимой, были определены как развлекательные, а сериалы, выходившие на осенней неделе, затрагивали также тему китайской культуры и истории. На

различия в процентных показателях развлекательного контента зимы и осени оказала влияние и тематика реалити-шоу.

Выводы к параграфу 3.1

Исследование показало, что на всех изучаемых телеканалах присутствуют три общих тематики: «развлекательная», «актуальная информация» и «китайская культура». Закономерно, что самыми востребованными для программирования оказались развлекательные передачи. Они создавались при помощи форматов реалити-шоу, шоу и сериалов (за исключением осеннего периода на телеканале «Цзянсу ТВ»). Именно эти форматы показывали высокие рейтинги, поскольку развлекательный контент помогает людям отвлечься от неприятностей.

Одновременно мы заметили, что все три канала сосредоточены на распространении китайской культуры, что свидетельствует о понимании вещателями своей важной миссии – просвещение. Среди основных форматов, которые использовались для создания телевизионного контента о китайской культуре, были как традиционные (документальный фильм), так и более популярные у современной молодежной аудитории (реалити-шоу, документальная драма, сериал). Стабильное место в сетке вещания китайских универсальных телеканалов занимали информационные передачи (новости) и прогноз погоды. Спрос на информацию возникает в основном в связи с беспокойством происходящими в мире изменениями, необходимостью владеть информацией, которая недоступна аудитории из непосредственного опыта, а также важностью сведений о погоде в повседневной жизни.

Программы о здоровье также присутствовали на всех телевизионных каналах (тематика «здоровье» отсутствовала только на телеканале «Чжэцзян ТВ»), что свидетельствует о важности этой тематики для телевизионных вещателей и зрителей. Передачи о здоровье выходят в формате ток-шоу о здоровье.

При программировании передач других тематик – социальной, научно-популярной, политической, кулинарной – можно заметить элементы стратегии контрпрограммирования. Социальная тематика была стабильно важной для телеканала «Хунань ТВ», передачи данной тематики транслировались также зимой на «Чжэцзян ТВ». Научно-популярные проекты программировались только на «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ»; политические передачи выходили в эфир только на «Цзянсу ТВ», кулинарные программы – на «Хунань ТВ» и «Чжэцзян ТВ».

Результаты исследования тематики телеканалов свидетельствуют о том, что иногда для трансляции серьезной тематики на региональных телеканалах КНР используются форматы, которые считаются развлекательными. Анализ соотношения формата и тематики при программировании самого важного отрезка эфирного дня – прайм-тайма, предпринятый в следующем параграфе, позволит сделать вывод о соотношении социально значимого и исключительно развлекательного контента в эфире телеканалов в этот период времени.

3.2 Тематика и форматы телепрограмм в прайм-тайм

Отдельный параграф нашей работы мы решили посвятить исследованию тематики и форматов прайм-тайма изучаемых телевизионных каналов. Это решение было связано с важностью этого отрезка времени как для коммерческого успеха телевизионных каналов, так и для решения социально значимых задач – информирования, просвещения, социального ориентирования. Как было отмечено в параграфе 1.1, в постановлении 2011 года особое внимание уделялось регламентации программирования контента именно в прайм-тайм. Кроме того, некоторые исследователи считают, что в программировании прайм-тайма выражаются стратегические приоритеты

вещателей¹⁸⁹. Причина, по которой этот временной промежуток наиболее ценный, заключается в том, что это самое вероятное время для отдыха после напряженной работы. Передачи, транслируемые в прайм-тайм, обычно имеют высокие рейтинговые показатели.

На коммерческих телеканалах вещатели часто предлагают в прайм-тайм развлекательный контент, надеясь собрать максимально широкую аудиторию, упуская из виду социально значимые передачи, например, новости, которые могли бы получить меньшие рейтинги, чем телевизионные сериалы¹⁹⁰. Однако, как уже упоминалось выше, в КНР с 2012 года действует «постановление об ограничениях на развлечения», регламентирующее программирование универсальных телеканалов, в том числе в прайм-тайм. Данным документом ограничивается количество исключительно развлекательного контента¹⁹¹. В предыдущей главе мы уже затрагивали специфику программирования прайм-тайма, а в предыдущем параграфе выявили приоритетные тематики передач анализируемых телеканалов. В следующей части работы мы подробнее проанализируем форматы и тематику проектов прайм-тайма, показав соотношение исключительно развлекательного и социально значимого контента в этот промежуток времени, а также рассмотрим флагманские проекты изучаемых телевизионных вещателей.

¹⁸⁹ *Линь Хуэй.* Начало: воспоминания о зарождении китайской телевизионной драматургии // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 91–95. (=林卉. 开端: 中国电视剧事业诞生时期的记忆. 中国电视, 2023年第12期, 第91-95页.)

¹⁹⁰ *Iyengar S. The State of Media Effects Research // Media and Society.* – London: Bloomsbury Academic, 2010. – P. 283; *Curran J., Iyengar S., Lund A. B., Salovaara-Moring I. Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study // European Journal of Communication.* – 2009. – № 24 (1). – Pp. 5–26.

¹⁹¹ *Чжсан Сун.* Китайское радиовещание. – Пекин: Издательство Пекинского института вещания, 2003. (=张颂. 中国播音学[M]. 北京:北京广播学院出版社. 2003.)

Социально значимые реалити-шоу на телеканале «Хунань ТВ»

Несмотря на то, что продолжительность прайм-тайма составляет всего четыре часа, на телеканале «Хунань ТВ» наблюдается значительное разнообразие форматов в это стратегическое время. Важное место в программе передач в прайм-тайм занимают сериалы и новости. Стоит отметить, что информационные передачи на спутниковых региональных телеканалах КНР представляют собой ретрансляцию новостей телеканала CCTV, они выходят ежедневно и направлены на информирование аудитории обо всех важных событиях.

Сравнение количества проектов, имеющих исключительно развлекательную направленность, и социально значимых передач, выходивших на телеканале «Хунань ТВ» в прайм-тайм, показало, что развлекательный контент (шоу, сериалы) составил 63% прайм-тайма зимой, а осенью – 67%. На социально значимые программы (социальное и кулинарное реалити-шоу, документальный фильм о китайской культуре, новости, кулинарное шоу, ток-шоу о здоровье и документальная драма о китайской культуре) зимой пришлось 37%, осенью (реалити-шоу, новости, ток-шоу, тревел-шоу о китайской культуре) – 33% (см. таблицы 54 и 55). Таким образом, несмотря на то что сериалы и шоу на телеканале «Хунань ТВ» занимают большую часть эфирного времени, программы, имеющие социальную значимость, более разнообразны по формату и тематике (подробнее см. приложение 2).

Таблица 54

**Социально значимые и исключительно развлекательные передачи
на телеканале «Хунань ТВ» в прайм-тайм (зима)**

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Сериал	Развлекательная	984	63%
	Шоу	Развлекательная	68	
Социально значимый контент	Новости	Актуальная информация	262	37%
	Реалити-шоу	Социальная	159	
	Ток-шоу о здоровье	Здоровье	79	
	Документальный фильм	Китайская культура	74	
	Докудрама о китайской культуре	Китайская культура	30	
	Кулинарное шоу	Кулинария	24	
			1680	

Таблица 55

*Социально значимые и исключительно развлекательные передачи
на телеканале «Хунань ТВ» в прайм-тайм (осень)*

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Сериал	Развлекательная	911	67%
	Шоу	Развлекательная	209	
Социально значимый контент	Новости	Актуальная информация	221	33%
	Реалити-шоу	Социальная тематика	170	
	Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура	128	
				1639

Помимо сериалов и новостей, на спутниковом телеканале «Хунань ТВ» реалити-шоу оказалось самым востребованным форматом для программирования прайм-тайм. Зимой по пятницам и воскресеньям транслировались две программы в формате реалити-шоу, посвященные культуре Китая: «Китайский ресторан» и «Китайская свадьба». В стереотипном представлении людей о реалити-шоу программы этого формата относятся к развлекательным, однако реалити-шоу, выходящие на китайском телевидении, можно оценить и как социально значимый телевизионный проект. Чтобы подтвердить эту точку зрения, остановимся на анализе этих программ. Поскольку реалити-шоу, выходившие на телеканале зимой и осенью схожи, мы проанализируем два реалити-шоу только зимнего периода. Мы также можем оценить данные проекты и как очень важные для программной стратегии телеканала «Хунань ТВ».

Тема реалити-шоу «Китайский ресторан» – китайская культура. Все пятеро героев программы – артисты, и в программе они выполняют различные задачи: работают управляющими, менеджерами, шеф-поварами, официантами и посудомойщиками китайского ресторана. Основное внимание в программе уделяется не самой «китайской кухне», а разнообразным деталям общения героев: в разговорах между собой они озвучивают свои жизненные ценности, демонстрируют способы разрешения проблем и противоречий. Именно в эти моменты возникает эффект подглядывания за реальной жизнью героев программы, что повышает интерес зрителей к этому телепроекту. С этой точки зрения реалити-шоу «Китайский ресторан» ближе к развлекательным программам¹⁹². На наш взгляд, в нем действительно достигается симбиоз познавательной и развлекательной ценности контента.

Тема программы «Китайская свадьба» – китайские свадебные традиции. В китайской культуре к браку особое отношение: брак – это не только союз двух людей, но и объединение их семей¹⁹³. В программе пять постоянных ведущих. Она начинается с заранее подготовленных видеоматериалов, демонстрирующих историю бракосочетания: молодые люди и их родители договариваются о свадьбе, готовятся к бракосочетанию, рассуждают о любви и семейных узах. После просмотра видео начинается обсуждение в студии, в ходе которого могут подниматься различные темы: как выйти замуж за границу, замужество после долгих лет отношений вне брака, ценности в брачных отношениях и др. Обычно в разговоре затрагиваются вопросы, которые действительно волнуют многих молодых

¹⁹² Чэн Ханьхан. Анализ пути развития развлекательных шоу с точки зрения коммуникации с общественным мнением // Западное радио и телевидение. – 2017. – № 12. – С. 109–110. (=陈晗航. 舆论传播视角下电视综艺节目发展路径分析[J].西部广播电视. 2017 (12): 109-110.)

¹⁹³ Чжасо Шугуан. Социальная медиатрансформация традиционного телевидения: контент, социум и процесс // Вестник университета Цинхуа. – 2016. – Т.1, № 31. – С. 143. (=赵曙光. 传统电视的社会化媒体转型: 内容、社交与过程. 清华大学学报, 2016 年 01 期, No. 31, p. 143.)

людей в КНР, а также раскрываются китайские обычаи в области семейных отношений. Программа была обозначена нами как реалити-шоу, так как большую часть эфирного времени занимают съемки истории свадьбы простых людей, демонстрируется традиции свадьбы в Китае.

Шоу и реалити-шоу на канале «Чжэцзян ТВ»

На телеканале «Чжэцзян ТВ» транслировалось в общей сложности семь форматов программ в прайм-тайм. Ежедневно выходили в эфир сериалы и новости, удовлетворявшие информационные и развлекательные потребности аудитории. Трансляция сериалов резко сокращалась начиная с пятницы. В пятницу, субботу и воскресенье вечером в эфир выходили реалити-шоу и шоу. Таким образом, телеканал стремился учитывать ритм жизни аудитории, которая могла смотреть свои любимые развлекательные передачи уже в пятницу. Как и на телеканале «Хунань ТВ», информационная передача на «Чжэцзян ТВ» представляла собой ретрансляцию новостей Центрального телевидения КНР. Начиная с пятницы объем новостей незначительно сокращался.

Программы в пятницу и выходные дни ставились в эфирную сетку вертикальным способом: кулинарное шоу транслировалось в пятницу; шоу – в субботу (зимой) и воскресенье (осенью); тревел-шоу о китайской культуре – в воскресенье. Также вертикальным способом в программной верстке в понедельник был размещен документальный фильм (зимой) и два реалити-шоу в четверг и пятницу, что не было обусловлено сменой ритма жизни аудитории в эти дни недели и можно классифицировать как хаотичное программирование (подробнее см. приложение 2).

Стоит отметить, что процентное соотношение развлекательных и социально значимых программ в прайм-тайм значительно различалось (см. таблицы 56 и 57): развлекательный контент – 10% зимой и 58% осенью; социально значимые проекты – 90% зимой и 42% осенью. Такая существенная разница зависела от тематики сериала.

Таблица 56

*Социально значимые и исключительно развлекательные передачи
на телеканале «Чжэцзян ТВ» (зима)*

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Шоу	Развлекательная	162	10%
Социально значимый контент	Сериал	Социальная	796	90%
	Новости	Актуальная информация	270	
	Реалити-шоу	Социальная	155	
	Тревел-шоу	Китайская культура	105	
	Кулинарный конкурс	Кулинария	60	
	Документальный фильм	Китайская культура	52	
			1600	

Таблица 57

*Социально значимые и исключительно развлекательные передачи
на телеканале «Чжэцзян ТВ» (осень)*

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Шоу	Развлекательная тематика	838	58%
	Сериал	Развлекательная тематика	89	

Социально значимый контент	Новости	Актуальная информация	292	42%
	Реалити-шоу	Социальная	226	
	Тревел-шоу	Китайская культура	59	
	Кулинарное шоу	Кулинария	55	
	Ток-шоу	Развлекательная	48	
	1607			

Исследование показало, что реалити-шоу на канале «Чжэцзян ТВ» оказались наиболее востребованным форматом программирования наряду с сериалами и новостями. Именно реалити-шоу можно считать флагманскими проектами этого телевизионного вещателя.

В зимний период реалити-шоу «Вперед! Подростки» посвящено социальной тематике. Пятеро участников программы – известные китайские спортсмены (легкоатлет, футболист, боксер, бадминтонист и настольный теннисист). Вместе они отправляются в различные школы в отдаленных районах горного Китая. Для съемок выбираются учебные заведения, где из-за недостаточного финансирования отсутствует соответствующая инфраструктура и педагогические кадры. Герои общаются с учениками, делятся с ними спортивным опытом, обучаются полезным спортивным навыкам, а также вдохновляют на занятия спортом и реализацию их стремлений. Зрителям интересно наблюдать за героями, что позволяет формат реалити-шоу. Программа имеет исключительную социальную значимость, так как направлена на формирование здорового образа жизни.

Реалити-шоу «Наша гостиница», посвященное традициям недавнего прошлого, мы относим к социальным телевизионным проектам. Семь постоянных гостей программы, известные артисты, принимают участие в

обсуждении старых кинофильмов, разыгрывают бытовые сценки, в которых демонстрируются различные события с характерными чертами недавнего прошлого, вызывающими у людей приятные воспоминания. Участники реалити-шоу могут использовать для приготовления пищи кухонную утварь, характерную для 1980-х годов, наряжаться персонажами классических фильмов двадцатилетней давности, играть в популярные в прошедшие годы игры и вызывать тем самым у зрителей чувство ностальгии. Каждая программа отлично выполняет развлекательную функцию и одновременно повышает чувство патриотизма у китайских зрителей через позитивные воспоминания о прошлом.

Шоу «Козырная карта против козырной карты» носит в основном развлекательный характер. В программе пять постоянных и несколько приглашенных для участия в конкретном выпуске передачи гостей, все они – известные артисты. Содержание программы состоит преимущественно из групповых игр, пения, танцев и тому подобных развлечений. Гости программы обсуждают актуальные новости. Это шоу выходит в эфир в субботу. Поскольку суббота – самый спокойный день недели, можно утверждать, что этот телевизионный продукт соответствует ожиданиям аудитории. Шоу «Козырная карта против козырной карты» мы относим к исключительно развлекательному контенту, так как программа состоит в основном из различных форм развлечений.

Ток-шоу о любви на канале «Цзянсу ТВ»

На канале «Цзянсу ТВ» транслировалось шесть форматов программ в прайм-тайм в зимний период и восемь форматов в осенний период. Среди них следует выделить ток-шоу о любви – «фирменные» программы телеканала «Цзянсу ТВ». И зимой, и осенью в сетке вещания присутствовали два ток-шоу о любви, которые выходили пять-шесть раз в неделю и занимали значительную долю прайм-тайма на этом телеканале (подробнее об этом см. приложение 2).

Модель программирования телевизионного канала «Цзянсу ТВ» в прайм-тайм тоже сочетала развлекательные и социально значимые проекты. Развлекательные программы в прайм-тайм зимой составили 69%, осенью – 61%. Социально значимые проекты заняли 31% зимой и 39% осенью (см. таблицы 58 и 59).

Таблица 58

Социально значимые и исключительно развлекательные передачи на телеканале «Цзянсу ТВ» (зима)

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Сериал	Развлекательная тематика	687	69%
	Ток-шоу о любви	Развлекательная тематика	445	
	Танцевальный конкурс	Развлекательная тематика	19	
Социально значимый контент	Новости	Актуальные информационные	248	31%
	Политическое ток-шоу	Политика	200	
	Реалити-шоу	Социальная тематика	81	
				1680

Таблица 59

*Социально значимые и исключительно развлекательные передачи
на телеканале «Цзянсу ТВ» (осень)*

Вид	Формат	Тематика	Суммарное время (в минутах)	Процентное соотношение
Развлекательный контент	Сериал	Развлекательная тематика	614	61%
	Ток-шоу о любви	Развлекательная тематика	416	
Социально значимый контент	Новости	Актуальная информация	238	39%
	Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура	165	
	Литературный конкурс	Китайская культура	90	
	Документальный фильм	Китайская культура	87	
	Реалити-шоу	Социальная тематика	62	
	Политическое ток-шоу	Политика	8	
			1680	

В отличие от «Хунань ТВ» и «Чжэцзян ТВ», на «Цзянсу ТВ» знаковыми проектами считаются ток-шоу о любви.

Ток-шоу о любви в формате свидания вслепую «Ты тот самый» и «Новая встреча! Свидания вслепую» не только стремятся показать, как зарождается любовь между участниками этих телевизионных проектов, но и демонстрируют китайские традиции во взаимоотношениях между мужчиной и женщиной. Действие в обеих программах разворачивается по заранее

написанному сценарию, главная цель этих телевизионных проектов – развлечь аудиторию. В ток-шоу «Ты тот самый» принимают участие девушки и юноши. Помимо ведущего, все происходящее во время записи программы комментируют два эксперта в области психологии. «Новая встреча! Свидания вслепую» адресована девушкам и юношам, которые хотят принять участие в программе вместе со своими родителями, чтобы воспользоваться их советами и поддержкой. В передаче только один ведущий. Главные герои, их родители и ведущий имеют возможность не только прокомментировать происходящее на сцене, но и высказать свое отношение к браку. Стоит отметить, что изначально данный формат был создан с целью выпустить программу, имеющую социальную значимость, однако большинство зрителей сомневались в достоверности происходящего, предполагая, что участники программы – актеры, играющие свою роль согласно сценарию. Но благодаря интересному содержанию программы и чувству юмора ведущего через некоторое время данный формат стал пользоваться у аудитории большой популярностью, и мы считаем, что его основной тематикой по-прежнему остается развлекательная.

Несмотря на значительное внимание телеканала к развлекательной тематике, следует отметить передачи, в которых соединяется развлекательный формат и серьезное содержание. Так, тема передачи «Китайская мудрость» – развитие социализма и политической идеологии в Китае. В студии программы присутствуют эксперты и студенты, которые имеют возможность высказать свое мнение относительно теории социализма, а также о роли молодежи в становлении социалистического государства. Цель данной программы – популяризация социалистических ценностей и китайской политической идеологии с целью консолидации нации и воспитания чувства единства.

Выводы к параграфу 3.2

Сериал – ведущий формат телевизионной продукции прайм-тайма на всех изучаемых телевизионных каналах. Наряду с новостями и сериалами телевизионные вещатели делают в своей программной политике акцент на журналистских передачах разных форматов: социальных реалити-шоу, реалити-шоу о китайской культуре, ток-шоу о любви.

На наш взгляд, «рекомендации», выпущенные правительством КНР в 2012 году относительно периода прайм-тайм, достигли своих целей. Изучаемые региональные телеканалы не программируют этот тайм-слот исключительно развлекательным телевизионным контентом. Совмещение задач по развлечению аудитории, ее просвещению и социальной ориентации достигалось за счет сочетания популярных форматов и социально значимой тематики телепрограмм. Например, в формате реалити-шоу выходили передачи, пропагандирующие ценности китайской культуры и формирующие патриотические настроения в обществе.

Результаты анализа показали, что три самых популярных спутниковых телеканала КНР – «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» – отличались друг от друга своей программной политикой, однако программирование телеканалов «Хунань ТВ» и «Чжэцзян ТВ» имело схожие черты (именно эти телеканалы в последние годы были лидерами рейтинга спутниковых телеканалов).

3.3 Выразительные средства экрана и технологии визуализации

В условиях многоплатформенной среды, цифровизации и усиления конкуренции между медиа возрастает значение изобразительно-выразительных средств, используемых в экранных произведениях, поиска интересного видеоряда, а также визуализации

информации при помощи современных технологий. Сегодня на телевидении мы наблюдаем широкий спектр телевизионных форматов, таких как новости, реалити-шоу и многие другие, которые стремятся создавать максимально привлекательные и интересные видеоизображения, а также оказывать сильное воздействие на зрителя при помощи изобразительно-выразительных средств экрана и технологий визуализации информации. Термины «визуализация» и «визуализация информации» актуальны для применения на телевидении, поскольку одним из специфических свойств данного медиа является экранность, то есть способность передавать сообщения в звукозрительных образах. Как отмечают Н. С. Гегелова и А. А. Грабельников, «экранная продукция – логический итог длительного процесса визуализации информации, к которой всегда стремилось человечество»¹⁹⁴. Видеоряд играет важную роль при распространении телевизионной информации, а также аудиовизуальных произведений в цифровой среде. Эффективные технологии визуализации могут помочь людям быстро ориентироваться и понимать информацию, представленную в программе, тем самым преобразуя данные в более понятную для людей форму. Благодаря быстрому визуальному восприятию человеческого глаза и когнитивным способностям человеческого мозга визуализация может играть важную и эффективную роль в передаче информации¹⁹⁵.

Термин «визуализация» обычно ассоциируется с компьютерными технологиями. Чэн Сыяо считает, что визуализация – это теория, методология и технология использования компьютерной графики и методов обработки изображений для преобразования данных в графику или изображения для

¹⁹⁴ Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. – Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2019.

¹⁹⁵ Хао Лисинь. Коннотация, значение и пути формирования концепции современной китайской национальной цивилизации // Вестник Китайского народного университета. – 2024. – № 11. – С. 1–9. (=郝立新. 建设中华民族现代文明理念的内涵、意义和路径. 中国 人 民 大 学 学 报. 2024 年 第 11 期. 第 1–9 页.)

отображения на экране и интерактивной обработки¹⁹⁶. Термин «визуализация» возник в США и относится к раннему периоду развития компьютерной графики в 1950-х годах. В то время на компьютерах появилась возможность создавать графические диаграммы, а визуализация впервые была представлена как понятие в 1987 году в документе Национального научного фонда США «Визуализация в научных вычислениях» как инструмент, способный обрабатывать большие массивы научных данных и улучшать способность ученых обнаруживать явления в данных. Компьютерная графика – не единственный способ визуализации для экранного медиа, но она значительно расширила возможности телевизионных журналистов. Можно также сказать, что сегодня компьютерные технологии в обязательном порядке используются для визуализации на телевидении.

В последние годы Китай уделяет большое внимание внедрению новых цифровых технологий в сфере теле- и кинопроизводства, уделяя особое внимание улучшению качества контента и эстетике изображения, стремясь донести до зрителей сложное разнообразие экранных высказываний с помощью методов визуализации¹⁹⁷. На наш взгляд, средства экранной выразительности и методы визуализации информации – это то, что может стать способом привлечения внимания зрителей к серьезному социально значимому контенту. Именно поэтому в данной работе отдельный параграф мы посвятили результатам анализа использования изобразительно-выразительных средств экрана и новых методов визуализации информации в различных телевизионных форматах на

¹⁹⁶ Чэн Сыяо. Исследование будущего пути «визуализации радиопрограмм» // Вестник научно-технических инноваций. – 2009. – № 27. – С. 178–179. (=程思遥. 探索“广播节目可视化”的未来之路. 科技创新导报. 2009 (27): 178-179.)

¹⁹⁷ Хао Лисинь. Коннотация, значение и пути формирования концепции современной китайской национальной цивилизации // Вестник Китайского народного университета. – 2024. – № 11. – С. 1–9. (=郝立新. 建设中华民族现代文明理念的内涵、意义和路径. 中国 人民大学学报. 2024 年第 11 期. 第 1-9 页.)

телевидении КНР (новости, документальный фильм, реалити-шоу, ток-шоу и шоу) – на каналах «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ».

Изобразительно-выразительные средства и методы визуализации в телевизионных новостях

Как формат телевизионных программ, который в основном опирается на аудиовизуальный язык для представления контента и передачи смысла, телевизионные новости изменили представление человека о взаимосвязи между тремя важными понятиями, сопряженными с распространением информации: между новостями и реальностью, между новостями и новыми технологиями, между новостями и аудиторией. То есть, впервые в эпистемологическом смысле, телевизионные новости поставили способ подачи новостей на один уровень с правдивостью информации или даже сделали его важнее. Основная цель производства новостей теперь не сообщение отвлеченной информации, а процесс, который можно сравнить с представлением на сцене. До появления телевизионных новостей серьезность и упорядоченность печатных новостей делали их восприятие почти ритуальным; но в эпоху телевизионных СМИ новости стали ближе к искусству и рекламе: «Телевидение представляет реальность и постоянно создает сильное ощущение участия аудитории, идентичности, фантазий, идей и ценностей с помощью изображений, а не слов»¹⁹⁸. С определенной точки зрения можно сказать, что визуализация новостей несет в себе некую обязательную индоктринационную окраску, но поскольку новости тесно связаны с жизнью людей, они оказывают также удивительный коммуникативный эффект.

В КНР при производстве новостных телевизионных программ значительное внимание уделяется передаче видеоряда с места события для того, чтобы журналист мог не только рассказать, но и показать, что

¹⁹⁸ Bryant J., Miron D. Entertainment of media effect. – New York: Routledge, 2002. – Pp. 559–592.

происходит. Для этого используются оперативные формы подачи информации, к которым относятся прямые трансляции в реальном времени и которые могут быть дополнены многоэкранным взаимодействием с корреспондентом на месте события¹⁹⁹. При освещении срочных новостей (например, сильного ливня в провинции Хэнань) применялись многокамерные прямые трансляции, которые позволяли видеть сцены в реальном времени из разных мест, а также осуществлять связь ведущих студии с корреспондентами на месте событий для синхронизации информации в реальном времени.

Нередко можно увидеть использование динамической инфографики в информационных передачах. Например, при фиксации экономических данных, интерпретации политических тенденций, социальных проблем и событий (например, рост ВВП, перепись населения и другие) сложные данные представляются в виде динамической инфографики (линейные графики, гистограммы, круговые диаграммы и т. д.), что помогает эффективно и наглядно показать зрителям ключевую информацию и сведения. В телестудии также могут быть созданы голограммы, способствующие более реалистичному представлению объекта при сообщении информации из области науки и техники. Например, используя голограммы для демонстрации автомобиля, мы можем увидеть его внешний вид, изучить внутреннюю структуру. Вместе с тем и серьезные новости при наличии иллюстрации будут восприниматься легче.

Использование средств экранной выразительности в новостях, с одной стороны, должно привлекать телевизионных зрителей к просмотру, а с другой стороны, не мешать воспринимать серьезную информацию. Именно поэтому прическа и макияж ведущих новостей должны соответствовать строгому стилю новостной программы, подчеркивать важность процесса информирования и не отвлекать внимание телезрителей.

¹⁹⁹ Лю Бо, Цзян Сяосяо. Инновации на пути внешнего распространения культурных телевизионных шоу // Китайское телевидение. – 2021. – № 10. – С. 20–23. (=刘波, 蒋潇潇. 文化类电视综艺节目对外传播的路径创新. 中国电视. 2021年第10期.第20-23页.)

Стоит подчеркнуть, что в Китае любая программа сопровождается субтитрами, которые помогают различать омофоны в китайских иероглифах. Благодаря субтитрам, одному из важных элементов визуализации информации, люди лучше понимают содержание программы.

Вместе с тем в современных информационных программах серьезное внимание уделяется изобразительно-выразительным средствам, используемым для повышения интереса зрителей к выпуску и более понятного представления информации²⁰⁰. Даже принцип приверженности строгому официальному стилю ведения телевизионных программ иногда может нарушаться. Например, во время китайского Нового года телеведущие одеты не в повседневные костюмы, а в традиционную одежду, соответствующую празднику; субтитры на телеэкране выделяются традиционным красным цветом, символизирующим китайский Новый год, что визуально передает новогоднюю атмосферу. Необходимо подчеркнуть, что в процессе трансляции новостей поведение и манеры ведущих остаются предельно сдержанными и выражают уважительное отношение к транслируемой ими информации. Содержание телевизионных сообщений в период празднования китайского Нового года тесно связано с китайскими культурными традициями: ведущие рассказывают о том, как отмечается традиционный китайский праздник в разных уголках Китая. Таким образом, телекадры наполнены праздничной атмосферой (см. приложение 3, рисунки 1 и 2).

²⁰⁰ Гао Хунбо. «Интернет + ТВ»: пространство деятельности телевизионной интегрированной медиаиндустрии // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2018. – № 9. – С. 19–24. (=高红波.“互联网+电视”: 中国电视融媒体产业的场域空间. 中国传媒大学学报. 2018年第9期, 第19-24页.)

Изобразительно-выразительные средства и методы визуализации в реалити-шоу

В содержании китайских реалити-шоу часто встречаются визуальные традиционные элементы, такие как графическое представление традиционных обычаяв, образов и символов: китайское узелковое плетение, красные конверты, красные фонари (см. приложение 3, рисунок 2). Мультимедийные технологии используются для лучшего понимания зрителем культуры Китая²⁰¹. В ходе нашего исследования мы обнаружили, что для создания качественного видеоряда в реалити-шоу серьезное внимание телеканалы уделяют использованию изобразительно-выразительных средств экрана. В передачах данного формата так же, как и в новостях, часто используются компьютерная графика и анимация. Для телевизионных продюсеров важна эстетика изображений, а также логика и последовательность в содержании программы.

Мы внимательно изучили кадры популярного в Китае реалити-шоу «Китайский ресторан». В этой передаче следует обратить внимание на заставку к программе, которая представляет собой анимационное видео на тему «Китайского ресторана», предлагая зрителям визуальное воплощение темы программы.

Во время съемок этого реалити-шоу использовались крупный и общий планы. Например, крупные планы мимики ведущих и гостей программы были сделаны так, чтобы зрители могли наблюдать за малейшими изменениями в выражении их лиц. Кроме того, макияж, стиль и сочетание цветов в одежде участников программы также являлись важными деталями для создателей программы и ее зрителей, поскольку после выхода

²⁰¹ Ии Минфан. Методы визуализации информации в электронных библиотеках // Интеллект. – 2006. – № 7. – С. 29–35. (=石明芳. 数字图书馆中的信息可视化技术. 情报杂志. 2006 (7): 29-35.)

реалити-шоу в эфир фотографии костюмов гостей (обычно артистов) быстро публиковались в социальных сетях, а затем имитировались многими поклонниками этой популярной передачи. Таким образом, костюмы участников реалити-шоу становятся одним из важных элементов визуализации его содержания.

В процессе съемки важное значение имеют также общие планы, позволяющие показать зрителям место действия. Например, в «Китайском ресторане» мы можем увидеть всю обстановку ресторана и его кухни, которая создает атмосферу, располагающую героев программы к общению. Важен и стиль помещения, световые и цветовые решения, что оказывает основное воздействие на восприятие аудитории.

Кроме того, в реалити-шоу мы наблюдаем мультимедийную визуализацию важной цифровой и текстовой информации. Например, когда ведущий зачитывает значимую для понимания происходящего и сложную для восприятия на слух информацию, например, сообщает условия соревнований, соответствующие ключевые фразы и цифры появляются на экране красивым шрифтом разного цвета, подчеркивая тем самым ключевые моменты программы. Другой пример: когда нужно объявить результаты соревнований, они обычно тоже выводятся на экран. Таким образом, очевидно, что визуализация играет важную роль в восприятии телепередачи аудиторией.

Изобразительно-выразительные средства и методы визуализации в документальном кино

В китайских документальных фильмах, транслируемых на телеканалах «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», большое внимание уделяется качественному видеоряду, созданному с помощью как традиционных изобразительно-выразительных средств, так и современных способов визуализации. Например, в документальном фильме «Ци Цзигуан», посвященном китайской культуре и ее национальным героям, наиболее

яркими изобразительно-выразительными решениями стали использование анимации, визуализация текста и интересный видеоряд, сопровождающий комментарии автора²⁰².

Для лучшего погружения зрителей в атмосферу прошлого (поскольку одежда, образ жизни представителей древней китайской цивилизации и так далее далеки от современных) в сюжет документального фильма включены фрагменты анимации, «оживляющей» оружие династии Мин, одежду солдат и другие предметы того времени. Атмосфера происходящих тогда событий передается на экране с помощью серой погоды и серьезных лиц воинов, выражающих значимость событий. Иными словами, в фильме использован метод реконструкции – воссоздание исторических сцен с помощью анимации.

Для объяснения сложной для восприятия на слух информации на экран выводится текст. Первая строка текста и значок в левой части картинки означают «Музей древних кораблей Пэнлай» – единственный музей в Китае, где представлено самое большое количество древних кораблей. Важно демонстрировать подобный текст на экране, поскольку многие зрители могут и не знать об этом музее (см. приложение 3, рисунок 3).

Для ясного представления местности во времена династии Мин использованы различные методы визуализации, позволяющие наглядно изобразить сложные топографические карты. Кроме того, в документальные фильмы их создатели часто включают интервью с экспертами, а текст в правой части видео – это информации о экспертах (имя, род занятий и т. д.). Их комментарии позволяют сделать содержание фильма более убедительным.

В документальных фильмах о географических особенностях Китая, как правило, тоже применяются методы визуализации. Среди

²⁰² Юань Хай, Чэнь Кан, Тао Цайся, Чэнь Чун. Исследование методов визуализации на основе текстов на китайском языке // Наука о телекоммуникациях. – 2014. – № 4. – С. 114–122. (=袁海, 陈康, 陶彩霞, 陈翀. 基于中文文本的可视化技术研究. 电信科学. 2014 (4): 114-122.)

изобразительно-выразительных средств, используемых в большинстве документальных фильмов о кулинарии, следует отметить грамотное сочетание разных планов. Крупным планом показаны кадры приготовления блюд шеф-поваром на кухне, процесса работы фермеров в поле. Обычно в кадр добавляется текст рецепта блюда.

Среди методов визуализации следует отметить проектирование временной шкалы в виде анимации, которое часто применяется для связи событий и обозначения исторических моментов во времени. Стоит также упомянуть о замедленной или ускоренной съемке, позволяющей запечатлеть такие детали, как движение крыльев колибри, процесс распускания цветка и тому подобные. В документальных фильмах также часто используется анимированное представление исторических документов и архивных материалов. Например, знаменитая книга писателя Лу Синя «Записки сумасшедшего» появляется на экране с эффектом постепенного раскрытия страниц, при этом демонстрируется анимационный эффект извлечения известных отрывков из этого произведения (см. приложение 3, рисунок 4).

Методы визуализации в ток-шоу

В процессе анализа изобразительно-выразительных средств экрана и методов визуализации ток-шоу, выходивших на телеканалах «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», мы обнаружили, что большинство съемочных площадок представляют собой мультимедийные студии²⁰³. В ток-шоу серьезной тематики мультимедийные технологии и манера ведущего держаться в кадре оказываются главными при создании эффектного видеоряда. Например, в ток-шоу о здоровье «Встреча со знаменитыми врачами» телеканала «Цзянсу ТВ» ведущий с улыбкой входит в студию и, повернувшись к камере, рассказывает аудитории о социальных сетях,

²⁰³ Цзин Сюеминь. Изучение новой сферы китайской политической коммуникации // Вестник Китайского народного университета. – 2016. – № 30 (4). – С. 74–81. (=荆学民. 探索中国政治传播的新境界. 中国人民大学学报. 2016. 30 (4): 74-81.)

взаимодействующих с ток-шоу: WeChat, TikTok и другими платформами. Здесь же используется компьютерная графика: сведения о социальных сетях отображаются на мультимедийном экране студии.

Содержание передач такого формата, как ток-шоу о здоровье, достаточно серьезное, а затрагиваемая в них тематика близка телевизионным зрителям. В передачу приглашаются эксперты – врачи-профессионалы, которые рассказывают зрителям о заболеваниях и их профилактике, при этом неизбежно используется профессиональная медицинская терминология. В это время ведущий задает вопросы таким образом, чтобы точно донести до зрителя сложную информацию в понятной форме. Таким образом, ведущий играет в программе важную роль, выступая посредником между аудиторией и экспертами. Несмотря на серьезность обсуждаемой тематики, одежда ведущего всегда ярких цветов – такова особенность стиля ведущих передач данного формата.

Большие мониторы, расположенные в студии, обеспечивают удобство для демонстрации данных и изображений. Сочетание изображения и текстовых комментариев помогает экспертам наглядно представить информацию. Кроме того, на экране используется текст яркого цвета для обозначения темы текущей программы, что позволяет зрителям, переключившимся на программу после ее начала, быстро понять ее содержание.

Похожие изобразительно-выразительные средства используются в политическом ток-шоу «Китайская мудрость», выходившем на телеканале «Цзянсу ТВ». Обсуждаемая в программе тема выводится на большой экран, расположенный за ведущим. Важная информация, озвученная экспертами, в ходе передачи дублируется на экране, что позволяет аудитории получать эту информацию в более наглядной форме. Поскольку передача посвящена вопросам экономики и политики, костюм ведущего в основном темных

цветов, не отвлекающих аудиторию от восприятия серьезной информации, транслируемой на большом экране²⁰⁴ (см. приложение 3, рисунок 5).

Методы визуализации в шоу

На изучаемых телеканалах шоу – один из востребованных форматов развлекательного телевидения, который способен привлечь широкую аудиторию без дополнительных изобразительно-выразительных средств и методов визуализации. Однако шоу – знаковый формат на изучаемых телеканалах, поэтому, на наш взгляд, важно уделить внимание эффектным изобразительно-выразительным средствам визуализации, используемым на этих телеканалах.

Рассмотрим в качестве примера уже упоминавшееся нами шоу «Привет, суббота» на канале «Хунань ТВ». В начале передачи мы видим заставку с изображением сказочного замка на красочном виртуальном фоне. При создании этого изображения было использовано много так называемых дофаминовых цветов (красный, желтый и синий), способных визуально оказывать сильное воздействие на эмоции людей и заставлять их чувствовать себя счастливыми. Именно такую задачу ставили перед собой создатели этого шоу. Помимо визуального оформления, при просмотре этой передачи стоит обратить внимание на артистическое поведение ведущего: шоу «Привет, суббота» начинается с танца ведущего, стремящегося создать в студии радостную атмосферу.

Декорации в студии оформляются в соответствии с темой программы. Для того чтобы вызывать у зрителей ощущение реальности происходящего, используется реквизит, мультимедийные технологии и оборудование.

²⁰⁴ Чжасо Шугуан. Социальная медиатрансформация традиционного телевидения: контент, социум и процесс // Вестник университета Цинхуа. – 2016. – Т. 1, № 31. – С. 143. (=赵曙光. 传统电视的社会化媒体转型: 内容、社交与过程. 清华大学学报, 2016 年 01 期, No. 31, p. 143.)

Например, если тема программы связана с лесом, то в программе используется соответствующий реквизит (см. приложение 3, рисунок 6).

В игровой части программы также используются технологии визуализации, то есть тема игры и ее правила выводятся на большой экран, а содержание визуально представляется в виде ключевых слов. Кроме того, стиль и цветовая гамма одежды ведущих и гостей программы перекликаются с темой программы, а во время выступления участников программы крупным планом показывается мимика ведущих и гостей программы, отражающая их яркие эмоциональные переживания.

«Призрак Пеппера» – метод визуализации, часто применяемый для создания драматических эффектов в различных шоу на китайском телевидении. Эта классическая техника создания иллюзий с использованием оптических принципов была популяризована британским ученым Джоном Генри Пеппером в XIX веке²⁰⁵. Основной ее принцип заключается в том, что через отражение и преломление прозрачного стекла или пленки виртуальное изображение скрытого объекта или человека накладывается на реальную сцену, создавая эффект «призрачной» иллюзии. Например, знаменитый виртуальный персонаж Лотти часто появляется в различных шоу и взаимодействует с ведущими.

«Призрак Пеппера» разрушает границы между реальностью и виртуальным миром, вызывая у зрителей необычные ощущения (см. приложении 3, рисунок 7).

Кроме того, стоит отметить, что технология голограмической проекции широко используется во всех видах шоу, таких как концерты, музыкальные шоу, магические шоу и др. Создание виртуальных персонажей может оказать сильное визуальное воздействие и погрузить зрителей в атмосферу происходящего.

²⁰⁵ Mo Chanxun. Визуальная реконструкция: способы входа документальных кадров в историю // Китайское телевидение. – 2016. – № 10. – С. 27–30. (=莫常红. 可视化重构: 纪实影像进入历史的方式. 中国电视. 2016年第10期. 第27-30页.)

Выводы к параграфу 3.3

Качественный видеоряд – обязательное условие для создания успешной телевизионной программы. Телевизионные продюсеры, создающие телевизионный контент в различных форматах, обращаются к изобразительно-выразительным средствам экрана и технологиям визуализации в зависимости от стиля программы, целевой аудитории и ее потребностей, но всегда стремятся создать интересный видеоряд для своей аудитории.

В новостях большое внимание уделяется подбору интересного видеоряда, использованию компьютерной графики и голограмм.

В ток-шоу мы чаще всего видим артистическое поведение ведущего и использование реквизита.

В реалити-шоу применяются визуальные культурные элементы (графическое представление традиционных обычаяев, образов и символов), мультимедийные технологии (анимационное видео), эффектно сочетаются крупные и общие планы, визуализируется важная цифровая и текстовая информации.

В документальных фильмах может использоваться реконструкция событий, замедленная съемка, динамическая визуализация исторических документов и анимированное представление архивных материалов.

В различных шоу – голографическая проекция, виртуальные персонажи, дополненная реальность и др.

Выводы к третьей главе

Исследование тематики телеканалов «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», имеющих высокие рейтинги, позволило выделить исключительно развлекательные и социально значимые форматы. Анализ показал, что развлекательный контент содержится в большом количестве в программной сетке всех изучаемых телеканалов. Однако контент, обладающий информационной, социальной или познавательной ценностью, также занимает важное место в программе передач, в том числе в прайм-тайм, и более разнообразен с точки зрения форматов. Часто для привлечения внимания аудитории к серьезной теме передача создается при помощи популярного формата.

Для повышения привлекательности транслируемого контента используются выразительные средства экрана и технологии визуализации, позволяющие сделать его более понятным телевизионному зрителю: динамическая инфографика (линейные графики, гистограммы, круговые диаграммы и т. д.), голограммы, изменение стиля одежды ведущих новостей во время традиционных праздников, наличие субтитров, мультимедийные технологии (анимационное видео), эффективное использование крупных и общих планов, мультимедийная визуализация важной цифровой и текстовой информации, выразительные мимики и жесты ведущих, различный вспомогательный реквизит и прочее.

Заключение

В данной диссертации впервые были подробно проанализированы принципы программирования и особенности форматной структуры трех популярных региональных телеканалов Китая: «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», которые распространяются на всей территории страны благодаря спутниковым технологиям.

Телевизионные каналы КНР непосредственно включены в процесс управления общественным сознанием и поведением с помощью распространения традиционных для Китая ценностей и установок, актуальной информации, преподносимой с точки зрения внутриполитического и внешнеполитического курса страны. Эффективная деятельность телеканалов контролируется правительством, регламентируется постановлениями, в которых обозначаются приоритеты вещательной политики. В этой системе региональные телеканалы не занимают центральное место, а скорее находятся на периферии, так как некоторые аспекты программной политики таких телеканалов оставлены на усмотрение местной власти. Изучаемые телевизионные вещатели, которые в системе КНР считаются провинциальными (а согласно российскому территориальному делению их можно назвать региональными), распространяясь на всей территории страны благодаря спутниковым технологиям, имеют общенациональный охват телевизионной аудитории и, таким образом, фактически оказываются общенациональными медиа. Именно в силу этих причин изучаемые телевещатели – телеканалы «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» – в своей программной политике ориентируются не только на местную аудиторию, а на самый широкий круг телевизионных зрителей. Вполне закономерно, что в борьбе за массовую аудиторию телевещатели обращаются к развлекательному контенту, использование которого, тем не менее, строго регламентировано правительством страны.

Как было отмечено в работе, развлекательный контент – это то, что привлекает человека и ассоциируется с удовольствием. Развлечение – как вид деятельности – неотъемлемая составляющая современной цивилизации и культуры. Одновременно Н. Постман и многие исследователи вслед за ним видели причину обилия развлекательного контента на телевидении в самом телевидении, в его визуальной природе, которая позволяет потреблять контент без особых размышлений, получая лишь эмоциональное удовольствие. Обращение телевизионных продюсеров к развлечению обусловлено также важностью маркетинговых технологий в современной медиасреде: именно такой контент позволяет лучше всего привлекать к экрану телезрителей и продавать рекламу. Однако помимо позитивного влияния на медиаэкономику, как считают некоторые исследователи, чрезмерное развлечение может приносить вред телевизионной аудитории без анализа ценностей и установок, которые содержатся и распространяются развлекательными телепрограммами и иногда могут быть определены как деструктивные.

Развлекательный контент – не единственный способ борьбы за аудиторию. Можно также использовать приемы эффективного размещения передач в программной сетке вещания, ориентируясь на ритм жизни аудитории, различные социально-демографические группы, формируя у телевизионных зрителей привычку к телевизионному смотрению, наконец, использовать для серьезного содержания популярные форматы, в полной мере обращаться к богатому спектру изобразительно-выразительных средств экрана и средствам визуализации.

Исследование программирования «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» показало, что телеканалы не всегда ориентируются на недельный ритм жизни своей аудитории. Некоторые из изученных каналов в определенные тайм-слоты совершенно не делали разницы в размещении

передач в будние и выходные дни, другие расставляли контент хаотично. Таким образом, гипотеза подтвердилась частично.

«Хунань ТВ» стремился использовать унифицированную программную сетку во все дни недели для всех тайм-слотов. Таким образом, горизонтальное программирование, например, в периоды «ранее утро» и «позднее утро» могло быть характерно не только для будних дней, но применялось и в выходные. Отдельные проекты программировались вертикальным способом один-два дня в неделю без особой ориентации на ритм жизни китайского телевизионного зрителя. Например, зимой ток-шоу о здоровье в дневном эфире отсутствовало во вторник, но присутствовало в программе передач все остальные дни недели, в том числе в выходные. Некоторая недельная динамика наблюдалась в предпрайм и прайм-тайм, возможно, это было связано с тем, что именно эти два периода – одни из самых важных для телевизионных продюсеров и зрителей. Можно также констатировать, что программная верстка телеканала «Хунань ТВ» не была стабильной: осенью практически во всех тайм-слотах появились новые программы, изменился общий хронометраж форматов, используемых в том или ином тайм-слоте. Данный факт может быть свидетельством поисков более эффективной программной стратегии телевизионным вещателем.

Исследование программной верстки «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ», напротив, показало стабильность контент-стратегии практически во всех тайм-слотах. Именно эти телевизионные вещатели в большей степени ориентировались на ритм жизни аудитории при программировании телевизионного эфира. На телеканале «Чжэцзян ТВ» эфирная верстка будних и выходных отличалась, для «Цзянсу ТВ» была характерна разница между будними днями и субботой, с одной стороны, и воскресеньем – с другой. Кроме того, для «Цзянсу ТВ» в большей степени было характерно шахматное и хаотичное программирование. Именно на этом канале отдельные передачи могли появляться в течение недели, а потом выходить еще раз в выходные.

Можно также констатировать недостаточное внимание обоих телеканалов к такому периоду, как «постпрайм».

Самыми популярными форматами на региональных телеканалах оказались сериал и новости. Сериал был приоритетным форматом практически у всех исследуемых телевизионных вещателей во все отрезки времени. Одновременно, помимо сериала, «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» отдавали предпочтение разным форматам во все периоды. Например, днем на «Хунань ТВ» телевизионные продюсеры выбирали для показа реалити-шоу, на «Чжэцзян ТВ» – мультипликационные фильмы, на «Цзянсу ТВ» – ток-шоу. Вечером в пятницу и в выходные дни телеканалы стремились показывать программы, сделанные в популярных форматах: реалити-шоу, шоу, тревел-шоу и других. Иногда эти передачи имели культурно-просветительский характер и рассказывали о культуре и истории Китая. Художественные фильмы в программной сетке телевизионных каналов отсутствовали.

На всех трех телеканалах в разной степени использовались методы горизонтального, вертикального и шахматного программирования, но не всегда обращение к ним было обусловлено ритмом жизни аудитории. Приемы ориентации на ритм жизни телевизионной аудитории, формирование привычки к телевизионному смотрению в большей степени характерны для телеканала «Чжэцзян ТВ».

Предпринятое в третьей главе исследование приоритетной тематики программ телеканалов позволило выявить корреляции, характерные для телевидения КНР: например, устоявшимся форматом оказалось ток-шоу о здоровье, документальная драма и тревел-шоу о китайской культуре. Форматы докудрамы, тревел- и реалити-шоу о китайской культуре, в которых привлекательный формат заполняется серьезным содержанием, правомерно можно было бы заимствовать телевизионным продюсерам из других стран.

Анализ приоритетной тематики на телеканалах показал, что «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» имеют три общие тематики – китайская культура, развлекательная тематика и актуальная информация. Данные темы можно соотнести с тремя основными функциями телевидения – информирование, просвещение, развлечение. На телеканалах «Хунань ТВ» и «Чжэцзян ТВ» в оба сезона и на телеканале «Цзянсу ТВ» зимой развлекательная тематика занимала самое значительное место в эфирной сетке (осенью на телеканале «Цзянсу ТВ» развлекательные передачи по объему несколько уступали программам о китайской культуре). На втором месте по объему у телевизионных вещателей были передачи о китайской культуре, на третьем – информационные. Что касается тех видов тематики, которые можно назвать второстепенными, они присутствуют в одинаковом объеме не у всех изучаемых телеканалов: здесь «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» следовали стратегии контрпрограммирования: «Хунань ТВ» создавал социальные проекты и передачи о здоровье, «Чжэцзян ТВ» концентрировал внимание на трех основных тематиках (развлечение, китайская культура, актуальная информация) за исключением единичных научно-популярных программ и передач о кулинарии, «Цзянсу ТВ» помимо передач на три основные тематики предлагал зрителям незначительное количество научно-популярных и политических проектов, а также кулинарные шоу.

Рассматривая распределение тематики на изучаемых телеканалах, нельзя не обратить внимание на феномен влияния тематики сериальной продукции на распределение процентного соотношения видов тематики экранных произведений. Сериалы в эфирной сетке имели два вида тематики: «развлечение» и «китайская культура» (в том случае, если местом и временем действия становились исторические события), соответственно, преобладание одного из видов обусловливало, как правило, и общий тематический приоритет телевизионного вещателя.

Таким образом, несмотря на универсальный характер данных региональных телеканалов, а также их ориентацию на развлекательный контент, программная стратегия «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ» различалась: у каждого из них были знаковые продукты, варьирующиеся по формату и тематике и завоевавшие популярность у аудитории.

За счет различных изобразительно-выразительных средств и технологий визуализации информации все три телеканала стремились повышать привлекательность контента, в том числе и того, который был обозначен как социально значимый. В новостях, реалити-шоу и ток-шоу использовались дополнительные экраны, на которые выводилась компьютерная графика. В новостных студиях также могли применяться технологии дополненной реальности, мультиэкранный эфир в случае важных событий. В праздники телевизионные ведущие позволяли себе сменить официальный костюм на традиционную одежду. Применение визуальных культурных элементов (графическое представление традиционных обычаем, образов и символов), мультимедийных технологий (анимационное видео), крупных и общих планов, мультимедийных визуализаций важной цифровой и текстовой информации часто можно было встретить в реалити-шоу. В документальных фильмах наиболее очевидными приемами визуализации были анимация (воссоздание исторических сцен с помощью анимации), выбор интересного видеоряда, замедленная и ускоренная съемка. Ток-шоу использовали понятный язык, артистическую манеру поведения телевизионного ведущего, мультимедийные технологии, а также различный вспомогательный реквизит для преобразования абстрактных понятий в конкретные образы. Съемка шоу велась крупным планом, чтобы показать эмоции участников действия. В шоу-программах телевидения КНР также используются голограммические проекции и технология «Призрак Пеппера».

Нельзя не признать, что именно развлекательный контент на телеканалах продолжает оставаться самым привлекательным для аудитории. Согласно

рейтингу телевизионных каналов за 2023 год, телеканалы «Хунань ТВ», «Цзянсу ТВ» и «Чжэцзян ТВ» заняли соответственно первое, третье и четвертое места среди всех региональных каналов. Сравнение доли развлекательных и социально значимых программ на телеканалах показало, что на телеканале «Хунань ТВ», ставшем лидером, сочетание данных видов контента самое сбалансированное (см. таблицу 60). Телеканал «Хунань ТВ» опережает телеканал «Чжэцзян ТВ» по доле развлекательного контента, что, на наш взгляд, помогло ему опередить конкурента. «Цзянсу ТВ», хотя и является лидером по доле развлекательных передач, мало обращается в своей программной стратегии к эффективным приемам размещения контента. Исследования приемов программирования во второй главе показали, что в утреннем и дневном тайм-слотах телеканал «Хунань ТВ» расставляет передачи горизонтальным способом, формируя привычку к телевизионному смотрению. Начиная с периода прайм-тайм на телеканале можно наблюдать недельную динамику: в пятницу и в выходные выходит в эфир больше развлекательного продукта.

Телеканал «Хунань ТВ» в 2023 году характеризовался нестабильной программной политикой: результаты исследования форматов зимнего и осеннего сезонов сильно отличались. Это может свидетельствовать о том, что после двух не очень удачных сезонов («Хунань ТВ» уступил «Чжэцзян ТВ» в 2021–2022 годах) телевизионный вещатель искал более эффективную стратегию. Кроме того, сравнение форматов телеканалов «Хунань ТВ» и «Чжэцзян ТВ» показало, что их программная политика более схожа между собой, чем с программной политикой «Цзянсу ТВ». Таким образом, вещатели фактически делили схожую аудиторию.

Таблица 60

Соотношение развлекательного и социально значимого контента на телеканалах «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ»

Телеканал	Социально значимый контент		Развлекательный контент	
	Зима	Осень	Зима	Осень

«Хунань ТВ»	50%	45%	50%	55%
«Чжэцзян ТВ»	57%	60%	43%	40%
«Цзянсу ТВ»	41%	45%	59%	55%

Причиной такого расположения в рейтинговом списке могло быть и количество сериальной продукции. Согласно данным исследовательской медиакомпании «CSM», среди всех типов телепрограмм в 2023 году рейтинги сериалов достигли 38,1%. По рейтингам сериалов в 2023 году «Хунань ТВ», «Цзянсу ТВ» и «Чжэцзян ТВ» заняли первые три позиции с показателями 1,92%, 1,66% и 1,62% соответственно. Судя по времени трансляции сериалов, «Хунань ТВ» занимает первое место, «Цзянсу ТВ» – второе, а «Чжэцзян ТВ» – третье, что соответствует рейтингам, объявленным «CSM». Таким образом, можно сказать, что среди всех форматов программ сериал – самый востребованный ресурс для каждого канала, а также один из важнейших факторов высоких рейтингов.

Оценивая соотношение исключительно развлекательного и социально значимого контента на телеканалах «Хунань ТВ», «Цзянсу ТВ» и «Чжэцзян ТВ», можно констатировать его сбалансированность (подробнее см. таблицу 60). Можно утверждать, что постановления Государственного управления радио, кино и телевидения, выпущенные правительством КНР в 2012 году, достигли своих целей. Китайские вещатели не программируют эфир исключительно развлекательным телевизионным контентом. Совмещение задач по развлечению аудитории, ее просвещению и социальной ориентации достигается на региональных каналах за счет сочетания популярных форматов и социально значимой тематики, которая освещается в программах.

Библиографический список

Источники на русском языке

1. Акинфеев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 168 с.
2. Акинфеев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2008. – № 6. – С. 110–124.
3. Акопов А. З. Особенности драматургии отечественного многосерийного телефильма 1960–1980-х годов. – М.: Академия медиаиндустрии, 2015. – 24 с.
4. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. – М.: Искусство, 1978. – 151 с.
5. Борецкий Р. А. В Бермудском треугольнике ТВ. – М.: ИКАР, 1998. – 202 с.
6. Борецкий Р. А. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. – М.: [б. и.], 1967. – 213 с.
7. Вартанова Е. Л., Смирнов С. С. СМИ России как индустрия развлечений // Медиаскоп. – 2009. – Вып. 4. – URL: smi-rossii-kak-industriya-razvlecheniy.pdf
8. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. – М.: АСТ, 2020. – 352 с.
9. Волкова И. И. Игра на телевидении как форма эффективной коммуникации // Вестник ВГИК. – 2014. – № 1. – С. 116–123.
10. Волкова И. И. Телеканалы на YouTube: Причины неэффективности // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Издательство Московского университета, 2019. – С. 468–469.

11. Волкова И. И. Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2015. – 433 с.
12. Ворошилов В. В. Теория и практика массовой информации. – М.: КноРус, 2017. – 464 с.
13. Вырковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. – М.: МедиаМир, 2014. – 144 с.
14. Гегелова Н. С. Жанры телевизионной журналистики. – М.: Российский университет дружбы народов, 2020. – 116 с.
15. Гегелова Н. С. Форматное телевидение // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2011. – № 4. – С. 49–58.
16. Гегелова Н. С., Юе В. Современное состояние и тенденции развития интернет-телевидения в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2014. – № 2. – С. 98–103.
17. Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. – Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2019. – 334 с.
18. Грановская О. В., Дуков Е. В., Иоскевич Я. Б. и др. Новые аудиовизуальные технологии. Введение в экранную культуру / отв. ред. К. Э. Разлогов. – М.: Эдиториал УРСС, 2005. – 488 с.
19. Дащевская И. Масс медиа: Программирование на ТВ // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. – 2009. – URL: lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovaniye-na-tv
20. Долгова Ю. И. Деловое телевидение: методы визуализации // Вестник ВГИК. – 2015. – № 3. – С. 136–145.
21. Долгова Ю. И. Локальное телевидение: программирование и контент-стратегии в цифровую эпоху // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 73. – С. 311–333.

22. Долгова Ю. И., Ершов Н. О., Зунг Ч. Т. Т. Жанрово-форматные особенности развлекательного телевидения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2022. – Т. 27, № 3. – С. 573–589.
23. Долгова Ю. И., Зыкова В. С. «Пятый канал»: стратегии программирования универсального вещателя «второго эшелона» // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2017. – № 6. – С. 52–73.
24. Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Контент-стратегии телеканалов «большой тройки»: тематика, жанры, форматы // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2019. – № 61. – С. 237–255.
25. Долгова Ю. И., Перипечина Г. В., Тихонова О. В. Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 69. – С. 321–339.
26. Долгова Ю. И., Федорова В. С. Программирование универсальных телеканалов в условиях острой конкуренции (на примере «Первого канала» и «России 1») // МедиАльманах. – 2019. – № 3. – С. 64–74.
27. Долгова Ю. И., Чжан И. Суточная и недельная динамика программирования телеканала «Хунань» // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2023. – № 4. – С. 97–103.
28. Долгова Ю. И., Юй Ц. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением Китая // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – Т. 9, № 3. – С. 543–553.
29. Долгова Ю. И. Принципы программирования тематического телевидения: «Москва 24» – «канал к завтраку» // МедиАльманах. – 2017. – № 5. – С. 87–96.

30. Дятлова А. Е., Ильченко С. Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития // Неофилология. – 2023. – Т. 9, № 36. – С. 989–997.
31. Жигарева А. А. Концепции визуализации: становление, развитие и формы проявления // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2011. – № 7. – С. 27–281.
32. Зубок А. С. Телевизионный бизнес. – М.: Школа издательского и медиабизнеса, 2012. – 560 с.
33. Зуева Т. В. Современное российское развлекательное телевидение // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2012. – № 182. – С. 165–167.
34. Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. – 466 с.
35. Ильченко С. Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2012. – 149 с.
36. Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: реальность современной медийной практики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2012. – № 1. – С. 227–230.
37. Ильченко С. Н., Разина О. А. Трансформация культурно-просветительских программ в телевизионном эфире в условиях пандемического контекста (на примере проекта «Русский музей. 125 лет») // Неофилология. – 2022. – Т. 8, № 29. – С. 144–153.
38. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 42–50.
39. Коломиец В. П., Полуэхтова И. А. Российское телевидение: индустрия и бизнес. – М.: Восход-А, 2010. – 303 с.

40. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 220 с.
41. Кузнецов Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 220 с.
42. Кучковский П. В. Парадоксы чувств у киренаиков и их связь с софистами // Молодой ученый. – 2016. – № 2. – С. 973–980.
43. Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 14–21.
44. Лашук О. Р. Формат СМИ: определение термина // Методический семинар «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ». – URL: <https://www.mediascope.ru/методический-семинар-«динамика-развития-форматов-и-жанров-в-современных-сми»>
45. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Софисты. Сократ. Платон. – М.: АСТ; Харьков: Фолио, 2000. – 128 с.
46. Могилевская В. С. Трансформация программной стратегии нишевого развлекательного телеканала в условиях конкурентной медиасреды (на примере СТС и ТНТ) // Вопросы теории и практики журналистики. – 2021. – Т. 10, № 4. – С. 775–791.
47. Монахов Д. И. Визуализация информации: генезис, проблемы, тенденции. – М.: МАКС Пресс, 2012. – 56 с.
48. Мыгаль М. С. Программная политика детских каналов в России: особенности распределения телевизионного контента в сетке вещания, жанрово-тематический состав, целевая аудитория // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184), вып. 22. – С. 223–233.
49. Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб.: Алетейя, 2008. – 208 с.

50. Новикова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. – М.: ИД Высшей школы экономики, 2013. – 240 с.
51. Новикова И. А. Современное развлекательное телевещание в контексте общественных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 109–126.
52. Орлова В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 165 с.
53. Падейский В. В. Проектирование телепрограмм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 239 с.
54. Прокурнова Е. Л., Вань Ч. Формирование нового образа современной китайской деревни в сознании населения КНР через материалы в СМИ // Вопросы медиабизнеса. – 2025. – Т. 4, № 2. – С. 11–19.
55. Прокурнова Е. Л., Вань Ч., Те О. Е. Пропаганда национальных культурных ценностей в современных телепередачах Китая // Вестник Томского государственного университета. – 2025. – № 511. – С. 54–67.
56. Прутков Г. В. Введение в мировую журналистику. Антология: в 2 т. М.: ОМЕГА-Л, ИМПЭ, 2003. – 415 с.; 462 с.
57. Самарцев О. Р. Актуальные проблемы телевизионной журналистики в условиях современного этапа информационно-компьютерной революции: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1999. – 48 с.
58. Саппак В. С. Телевидение и мы. Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 168 с.
59. Социокультурная роль российского ТВ в национальном информационном пространстве. – М.: ИП Головко, 2014. – 280 с.
60. Сурикова Т. И. Смысловое поле понятия «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 25–29.

61. Телевизионная журналистика / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.
62. Телерадиоэфир: История и современность / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 237 с.
63. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 2011. – 1164 с.
64. Тулупов В. В. Визуализация СМИ: достоинства и недостатки // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции. – Казань: Издательство Казанского университета, 2016. – С. 370–371.
65. Удовиченко Р. В. Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга «СТС Медиа» // Научная мысль Кавказа. – 2011. – № 2. – С. 148–153.
66. Удовиченко Р. В. Развлекательное телевидение: типология программ и потребности аудитории: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – 131 с.
67. Уразова С. Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2011. – 240 с.
68. Фирсов Б. Телевидение глазами социолога. – М.: Искусство, 1971. – 191 с.
69. Фролова Т. И. Контент-стратегии СМИ: к определению понятия // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир: Факультет журналистики МГУ, 2017. – С. 123.
70. Фукс Д. А. Речевая культура развлекательного российского телевидения: актуальное состояние и тенденции развития: дис. ... канд. культурологии. – М., 2021. – 162 с.

71. Хун Л. Китайское телевидение на современном этапе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2009. – № 3. – С. 78–82.
72. Шергова К. А. Монтаж как способ моделирования мышления // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2014. – № 22. – С. 33–46.
73. Шергова К. А. Эволюция художественно-выразительных средств экрана в интернет-среде. Проблемы современной документалистики // Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 107–115.
74. Экосистема медиа: цифровые модификации / под ред. С. Л. Уразовой. – Челябинск: ЮУрГУ, 2021. – 252 с.
75. Юй Ц. Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2021. – 232 с.
76. Юй Ц. Трансформация структуры и специфики современного детского телевидения на универсальных каналах Китая (1992–2018 годы) // Вестник Томского государственного университета. – 2020. – № 457. – С. 46–52.
77. Ярошенко Н. Н. Воспитательный потенциал современной индустрии досуга // Вестник культуры и искусств. – 2015. – № 4 (44). – С. 28–35.

Источники на английском языке

78. Bentham J. *An introduction to the principles of morals and legislation*. – Oxford: Clarendon press, 1879. – 378 p.
79. Bignell J. *An Introduction to television studies*. – London; New York: Routledge, 2008. – 356 p.

80. Bryant J., Miron D. *Entertainment of media effect.* – New York: Routledge, 2002. – 34 p.
81. Casey B. et al. *Television Studies: The Key Concepts.* – London: Routledge, 2007. – 360 p.
82. Chalaby J. K. *The Format Age: Television's Entertainment Revolution.* – Cambridge: Polity Press, 2015. – 216 p.
83. Corner J. *Critical ideas in television studies.* – Oxford: Oxford University Press, 1999. – 152 p.
84. Corner J. R. *Television form and public address.* – London: Hodder Education Publishers, 1995. – 208 p.
85. Curran J., Iyengar S., Lund A. B., Salovaara-Moring I. *Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study* // *European Journal of Communication.* – 2009. – № 24 (1). – Pp. 5–26.
86. DeFleur M. L., Dennis E. E. *Understanding Mass Communication.* – Boston: Houghton Mifflin, 1991. – 637 p.
87. Dick M. *Interactive Infographics and News Values* // *Digital Journalism.* – 2013. – № 2 (4). – Pp. 490–506.
88. Dowd C. *The new order of news and social media enterprises: visualizations, linked data, and new methods and practices in journalism* // *Communication Research and Practice.* – 2016. – Vol. 2, № 1. – Pp. 97–110.
89. Eastman S. T., Ferguson D. A. *Media Programming: Strategies and Practices.* – Boston: Cengage Learning, 2012. – 496 p.
90. Feuer J. *Genre study and television* // *Channels of discourse, reassembled.* – London: Routledge, 1993. – Pp. 138–160.
91. Giardina M., Medina P. *Information graphics design challenges and workflow management* // *Online Journal of Communication and Media Technologies.* – 2013. – Vol. 3, № 1. – Pp. 108–124.
92. Gilbert D. *Stumbling on happiness.* – New York: Vintage Canada, 2009. – 336 p.

93. Greeber G. *The Television genre book*. – London; New York: Bloomsbury publishing, 2015. – 256 p.
94. Green M. *Television News: Anatomy and Process*. – Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 1969. – 352 p.
95. Hall S. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. – London: Sage Publications, 1997. – 400 p.
96. Hartley J. *Popular reality: Journalism, modernity, popular culture*. – London: Arnold, 1996. – 288 p.
97. Holbert R. L. *A typology for the study of entertainment television and politics* // *American Behavioral Scientist*. – 2005. – Vol. 49, № 3. – Pp. 436–453.
98. Iyengar S. *The State of Media Effects Research* // *Media and Society*. – London: Bloomsbury Academic, 2010. – Pp. 273–290.
99. Kaminski S. M., Mahan J. H. *American television genres*. – Chicago: Nelson-Hall, 1985. – 220 p.
100. Kirk A. *Data Visualization: a successful design process*. – Birmingham-Mumbai: Packt Publishing, 2012. – 207 p.
101. Klein B. *Entertaining ideas: social issues in entertainment television* // *Media, Culture & Society*. – 2011. – Vol. 33, is. 6. – Pp. 905–921.
102. Logan L. *The Emperor's New Clothes? The Way Forward: TV Format Protection Under Unfair Competition Law in the United States. United Kingdom and France. Part 1* // *Entertainment Law Review*. – 2009. – Vol. 20, № 2. – Pp. 37–43.
103. Logan L. *The Emperor's New Clothes? The Way Forward: TV Format Protection Under Unfair Competition Law in the United States. United Kingdom and France. Part 2* // *Entertainment Law Abstract*. – 2009. – Vol. 20, № 3. – Pp. 87–92.
104. Mirlees T. *Global entertainment media: Between cultural imperialism and cultural globalization*. – New York: Routledge, 2013. – 320 p.

105. Mitchell W. J. T., Mitchell W. J. T. Picture theory: Essays on verbal and visual representation. – Chicago: University of Chicago Press, 1994. – 427p.
106. Mittel J. Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture. – London; New York: Routledge, 2004. – 256 p.
107. Perebinosoff P., Gross B., Gross L. S. Programming for TV, radio, and the Internet: strategy, development, and evaluation. – London; New York: Focal Press, 2005. – 324 p.
108. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. – London: Penguin Books, 2005. – 208 p.
109. Schudson M. The Power of News. – London: Harvard University Press, 1995. – 288 p.
110. Tuchman G. Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity // American Journal of sociology. – 1972. – Vol. 77, № 4. – Pp. 660–679.
111. Utt S. H. & Pasternak S. Update on Infographic in American Newspapers // Newspaper Research Journal. – 2000. – № 21 (5). – Pp. 55–66.
112. Wolf M. J. The Entertainment Economy: How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives. – New York: Crown Currency, 1999. – 336 p.
113. Zettl H. Visual Effects in Television Production // Journal of Visual Communication. – 2021. – № 15 (2). – Pp. 89–104.

Источники на китайском языке

114. Бао Лиминь, Лю Юйпэн, Ван Вэйвэй и др. Природа и удовольствие – философия Эпикура. – Пекин: Китайские социальные науки, 2004. – 270 с. (= (作者) 伊壁鸠鲁, 卢克来修; (译) 包利民, 刘玉鹏, 王纬纬等. 自然与快乐——伊壁鸠鲁的哲学. 北京.中国社会科学出版社. 2004. 共 270 页.)
115. Ван Вэй. Аутентичная комедия – интерпретация феномена межкультурной коммуникации «ты тот самый» в Австралии // Китайское

телевидение. – 2016. – № 3. – С. 67–71. (= 王伟. 真实的喜剧—解读《非诚勿扰》在澳大利亚的跨文化传播现象. 中国电视. 2016年第3期.第 67-71 页.)

116. Ван Жуй. Способы программирования в новостных телепроектах // Исследование цифровых медиа. – 2017. – № 34 (12). – С. 37–39. (= 王瑞. 如何做好新闻节目编排. 数字传媒研究. 2017. 34 (12): 37-39.)

117. Ван Мэйвэнь. Размышления о редакторской работе в телевизионных развлекательных программах с точки зрения аудитории // Дом драмы. – 2018. – № 12 – С. 126. (= 王美文. 受众视角下电视台娱乐节目编辑工作的思考. 戏剧之家. 2018 年.第 126 页.)

118. Ван Тун, Лю Инсинь. Исследование маркетинговой стратегии телевизионных развлекательных программ в эпоху новых медиа // Медиа Форум. – 2018. – № 21 – С. 42–43. (= 王彤, 刘颖昕. 探究新媒体时代电视综艺节目的营销策略.传媒论坛. 2018.第 42-43 页.)

119. Ван Хайбо. Влияние контент-стратегии телеканалов на рейтинги на примере общественного телеканала Чанша // Современные средства массовой информации. – 2011. – № 10.– С. 85–86. (= 王海波. 电视节目编排对收视率的影响-以长沙电视台公共频道为例.今传媒, 2011 (10): 85–86.)

120. Ван Шуюй. Исследование литературной целительной функции шоу на примере «Back to Field» // Западное радио и телевидение. – 2023. – № 1. – С. 135–138. (= 王舒雨. 生活类慢综艺的文艺治愈功能研究——以《向往的生活》为例. 西部广播电视台. 2023 年. 第 1 期. 135-138 页.)

121. Вэнь Цзин. Сопротивление угнетению разума: переоценка Аристиппа // Философские тенденции. – 2001. – № 9. – С. 20–23. (= 文静. 反抗理智的压迫--重评阿里斯提波. 哲学动态. 2001 年第 9 期. 第 20-23 页.)

122. Гао Хунбо. «Интернет + ТВ»: пространство деятельности китайской телевизионной интегрированной медиаиндустрии // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2018. – № 9. – С. 19–24. (= 高红

波.“互联网+电视”: 中国电视融媒体产业的场域空间. 中国传媒大学学报. 2018年第9期. 第19-24页.)

123. Гао Я. Краткий анализ тенденций развития развлекательных программ спутникового телевидения Чжэцзяна // Китайский журнал радиовещания и телевидения. – 2017. – № 8. – С. 43–45. (= 高雅. 浙江卫视综艺节目发展走向浅析. 中国广播电视台学刊. 2017 (8): 43–45.)

124. Го Чжэнъчжи. История китайского телевидения. Пекин: Издательство культуры и искусства, 1997. – 167 с. (= 郭镇之. 中国电视史. 北京. 文化艺术出版社. 1997. 共 167 页.)

125. Го Чжэнъчжи. История китайского и зарубежного радио и телевидения. – Шанхай: Издательство Университета Фудань, 2016. – 325 с. (= 郭镇之. 中外广播电视史(第三版). 上海. 复旦大学出版社. 2016. 共 325 页.)

126. Дай Сяоцзюнь. Знакомство с системой продюсирования программ спутникового телеканала «Цзянсу» и ключевыми программными технологиями // Радио- и телевизионные технологии. – 2012. – № 1. – С. 28–30. (= 戴晓俊. 江苏卫视频道节目制作系统及节目关键技术介绍. 广播电视技术, 2012 (1): 28–30.)

127. Дин Май. Китайский аудиовизуальный ежегодник по радио и телевидению (2024). – Пекин: Китайское издательство социальных наук, 2024. – 1097 с. (= 丁迈. 中国广播电视视听年鉴(2024). 社会科学文献出版社, 2024. 共 1097 页.)

128. Дун Цзюнь. Дискуссия о закономерностях выживания развлекательных программ // Китайское телевидение. – 2015. – № 2. – С. 94–98. (= 董军. 试论娱乐节目的模式化生存. 中国电视. 2015 年, 第 2 期. 第 94-98 页.)

129. Инь Хун, Лян Цзюньцзянь. Трансформация и инновации производства телевизионного контента в Китае в контексте

медиаконвергенции // Современные коммуникации. – 2021. – № 43 (2). – С. 1–7. (= 尹鸿, 梁君健. 媒介融合背景下中国电视内容生产的转型与创新. 现代传播, 2021. (43(2)): 1-7.)

130. Куан Вэньбо, Цзян Цзэвэй. Обзор основных теоретических вопросов исследования интеллектуальных коммуникаций // Вестник Китайского народного университета. – 2024. – № 38 (3). – С. 115–126. (= 匡文波, 姜泽玮. 论智能传播研究的基本理论问题. 中国大学学报. 2024. 38(3): 115–126.)

131. Кун Линшунь, Чжан Сысы. Кризис и поворот: китайские разнообразные шоу в 2020 году // Китайское телевидение. – 2021. – № 4. – С. 23–27. (= 孔令顺, 张思思. 危机与转机: 2020 年的中国电视综艺. 中国电视. 2021 年第 4 期. 第 23-27 页.)

132. Ли Вэй, Хуан Цзюньянь. Новая динамика аудиовизуальной международной коммуникации Китая в эпоху медиаконвергенции // Китайское телевидение. – 2025. – № 1. – С. 91–99. (= 李玮, 黄钧妍. 融媒体时代中国视听国际传播新态势. 中国电视. 2025 年. 第 1 期. 第 91-99 页.)

133. Ли Вэньли. Анализ программной стратегии телеканала Хунань // Журнал Хунаньского профессионально-технического колледжа массовых коммуникаций. – 2015. – Т. 15, № 1. – С. 29–30. (= 李文丽. 试析湖南卫视的节目编排策略. 湖南大众传媒职业技术学院学报. 2015 年. 第 15 卷第 1 期. 第 29-30 页.)

134. Ли Даньлинь. Правовая защита и инновационный путь формата телевизионных программ // Современные коммуникации. – 2015. – № 8. – С. 120–124. (= 李丹林. 电视节目模式的法律保护与创新路径. 现代传播, 2015(8): 120-124.)

135. Ли Жуйчжи, Цю Сютун. Анализ развлекательного телевидения в Китае // Новостной форпост. – 2006. – № 6. – С. 50–51. (= 李瑞植、邱秀桐. 我国内地电视娱乐节目解析. 新闻前哨. 2006. № 6. 第 50-51 页.)

136. Ли Лэй. Особенности и тенденции программирования телепрограмм в современном Китае // Журнал Шэньчжоу. – 2018. – № 20. – С. 256. (= 李蕾. 当今中国电视节目编排的现状特点与趋势. 神州, 2018 年第 20 期, 第 256 页.)
137. Ли Минь. Исследование стратегии программирования новостных программ регионального телевидения – на примере «3 + 1 новостная полоса» спутникового телевидения Чжэцзян // Современные коммуникации. – 2010. – Т. 32, № (5). – С. 78–80. (= 李明. 省级卫视新闻节目编排策略研究——以浙江卫视“3+1 新闻带”为例. 现代传播. 2010. 32 卷. № 5. 第 78-80 页.)
138. Ли Син, Оу Хуэйлин. История аудиовизуальной коммуникации. – Пекин: Китайское издательство социальных наук, 2010. – 351 с. (= 李幸, 欧慧玲. 试听传播史论. 北京.中国社会科学出版社. 2010. 共 351 页.)
139. Ли Синь, Оу Хуэйлин. История китайской телевизионной коммуникации. – Пекин: Издательство Пекинского института вещания, 2002. – 351 с. (= 李幸, 欧慧玲. 中国电视传播史. 北京, 北京广播学院出版社. 2002. 共 351 页.)
140. Ли Сяотао, Цю Цзюньпин, Юй Хоуцян, Лу Хун. Умные библиотеки и визуализация знаний // Интеллектуально-информационная работа. –2014. – № 1. – С. 6–11. (= 李小涛, 邱均平, 余厚强, 吕红. 论智慧图书馆与知识可视化. 情报资料工作. 2014 (1): 6–11.)
141. Ли Хуа. Применение технологии видеовизуализации в телевизионных новостях // Производство фильмов и телепередач. – 2022. – № 11. – С. 49–54. (= 李华. 视频可视化技术在电视新闻中的应用. 影视制作. 2022 年 11 期, 第 49-54 页.)
142. Ли Цзюньянь. Исследование программирования радио- и телепрограмм в округах и уездах на основе характеристик новой эпохи // Западное радио и телевидение. – 2018. – № 10. – С. 167–169. (= 李军燕. 基于

新时代特征的区县广播电视台节目编排探索. 西部广播电视台. 2018 (10): 167-169.)

143. Ли Шэнли, Дин Сыдань. Эффект «выхода на иностранные рынки» китайского телевидения и онлайн-аудиовизуальных искусств и конструирование контента // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 5–12. (= 李胜利, 丁思丹. 中国电视与网络视听艺术“出海”效果与内容建设. 中国电视. 2023 年第 12 期. 第 5-12 页.)

144. Ли Янь. Возвращение популярной музыки в перспективе телевизионных СМИ – на примере шоу талантов «Голос Китая» // Вестник Хунаньского технического университета. – 2014. – № 5. – С. 132–136. (= 李燕. 电视传媒视域下的流行音乐回归——以选秀节目《中国好声音》为例. 湖南工业大学学报. 2014 年. 第 5 期. 第 132-136 页.)

145. Линь Дунь. Исследование характеристик, опасностей и мер противодействия информационному империализму // Современные образовательные технологии. – 2011. – № 3. – С. 28–30. (= 林盾. 信息帝国主义特征、危害与对策研究. 现代 教育技术. 2011(03). 第 28–30 页.)

146. Линь Хуэй. Начало: воспоминания о зарождении китайской телевизионной драматургии // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 91–95. (= 林卉. 开端: 中国电视剧事业诞生时期的记忆. 中国电视. 2023 年. 第 12 期, 第 91-95 页.)

147. Лу Ди. Кризис и трансформация телевизионной индустрии Китая. – Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2002. – 252 с. (= 陆地. 中国电视产业的危机与转机. 北京. 中国人民大学出版社. 2002. 共 252 页.)

148. Лю Бо, Цзян Сяосяо. Инновации на пути внешнего распространения культурных телевизионных шоу // Китайское телевидение. – 2021. – № 10. – С. 20–23. (= 刘波, 蒋潇潇. 文化类电视综艺节目对外传播的路径创新. 中国电视, 2021 年. 第 10 期. 第 20-23 页.)

149. Лю Вэй, Чжоу Нин, Ма Инцюнь. Применение визуализации информации в области аудиоменеджмента – исследование визуализации речевой информации // Современные библиотечные и интеллектуальные технологии. – 2008. – № 7. – С. 33–37. (= 刘玮, 周宁, 马莹珺. 信息可视化在音频管理领域的应用—语音信息可视化研究. 现代图书情报技术. 2008 (7): 33–37.)

150. Лю Хуэй. Трансформация и модернизация традиционных СМИ под влиянием нового качества производительности // Журналистское обозрение. – 2025. – № 3. – С. 4. (= 刘惠. 新质生产力引领下传统媒体的转型升级. 记者观察. 2025 年第 3 期. 第 4 页.)

151. Лю Яньнань. Анализ телевизионных рейтингов: анализ опросов и их применение. – Пекин: Издательство Коммуникационного университета Китая, 2006. – 247 с. (= 刘燕南. 电视收视率解析: 调查分析与应用. 北京. 中国传媒大学出版社. 2006. 共 247 页.)

152. Ляо Шэнву. Пособие для телевизионных ведущих. Пекин: Издательство народного университета Китая, 2012. – 247 с. (= 廖声武. 节目主持人教程. 北京. 中国人民大学出版社. 2012. 共 247 页.)

153. Ма Фан, Лю Вэньюнь, Гун Пэйцян. Применение визуализации информации в электронной библиотеке // Вестник Шаньдунского технологического университета (издание по общественным наукам). – 2008. – № 4. – С. 105–107. (= 马芳, 刘文云, 公培强. 信息可视化在数字图书馆中的应用. 山东理工大学学报(社会科学版). 2008 (4): 105-107.)

154. Мо Чанхун. Визуальная реконструкция: способы входа документальных кадров в историю // Китайское телевидение. – 2016. – № 10. – С. 27–30. (= 莫常红. 可视化重构:纪实影像进入历史的方式. 中国电视. 2016 年第 10 期. 第 27-30 页.)

155. Ню Чаоцзе, Чжан Бучжун. Исследование творческой дилеммы и пути совершенствования развлекательных программ телевидения о

традиционной культуре // Китайское телевидение. – 2023. – № 12. – С. 73–77. (= 牛超杰, 张步中. 传统文化类电视综艺节目的创作困境与提升路径研究. 中国电视.2023 年.第 12 期.第 73-77 页.)

156. Постман Н. Развлечения до смерти. – Пекин: Ситик Пресс, 2015. – 224 с. (= (美) 波兹曼著. (章艳 译). 娱乐至死. 北京: 中信出版社. 2015. 共 224 页.)

157. Сунь Баогуо. Исследование форматов китайских телепрограмм. – Пекин: Издательство «Синьхуа», 2007. – 188 с. (= 孙宝国. 中国电视节目形态研究. 北京 .新华出版社. 2007. 共 188 页.)

158. Сунь Вэй. Погибнет ли человечество от развлечений? Вступление к книге Н. Постмана «Развлечения до смерти» // Журналист. – 2005.– №10.– С. 64–67. (= 孙玮. 人类将会娱乐至死吗?波兹曼《娱乐至死》引读. 新闻记者. 2005 年.第 10 期. 第 64-67 页.)

159. Сунь Линьлинь. Краткая дискуссия о немецкой литературе начала девятнадцатого века // Технологическая информация. – 2010. – № 16. – С. 130. (= 孙霖琳. 十九世纪初德国文学浅谈. 科技信息. 2010 年.第 130 页.)

160. Сунь Сян, Линь Сюефу. Вызовы, стоящие перед управлением общественным мнением, и меры противодействия в эпоху новых медиа // Журнал молодежных общественных наук Китая. – 2017. – № 25. – С. 96–100. (= 孙祥, 林雪馥. 新媒体时代舆论引导面临的挑战及其对策. 中国青年社会科学. 2017, № 25, 第 96-100 页.)

161. Сунь Юйшуан, Тянь Лэй. Недоразумения и инновации в разработке телевизионных развлекательных программ // Современные аудиовизуальные средства. – 2010. – № 1. – С. 58–60. (= 孙玉双、田蕾, 电视娱乐节目的发展误区与创新. 现代视听.2010(1). 第 58-60 页.)

162. Сюй Ин. Анализ приемов программирования и инновационных стратегий телевизионных программ в новую эпоху // Колыбель репортеров. –

2021. – № 8. – С. 137–138. (= 许颖. 新时期电视节目编排技巧与创新策略分析. 记者摇篮. 2021 (8): 137–138.)

163. Сюй Цзин. История китайского телевизионного искусства (1958–2018). – Пекин: Издательский дом «Санълянь книжный магазин», 2023. – 443 с. (= 许婧. 中国电视艺术史 (1958–2018). 北京:生活·读书·新知三联书店出版社. 2023. 共 443 页.)

164. Ся Лисинь. Композитные библиотеки: новая стратегия создания электронной библиотеки // Журнал Центрального китайского педагогического университета (издание по гуманитарным и социальным наукам). – 2011. – № 5. – С. 120–129. (= 夏立新. 复合图书馆: 数字图书馆建设的新战略// 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2011 (5): 120-129.)

165. Сян Сыци. Чрезмерное увлечение развлекательными программами на телевидении и их социальная ответственность // Аудиовизуальные исследования. – 2014. – № 6. – С. 46–48. (= 项斯琪. 电视娱乐场中综艺节目的过度娱乐化及应有的社会担当. 视听研究. 2014 年第 6 期. 第 46-48 页.)

166. Сяо Пэйсюн. Языковая художественная коммуникация ведущих телепрограммы. – Гуанчжоу: Издательство Цзинаньского университета, 2009. – 262 с. (= 肖沛雄. 节目主持人语言艺术传播 [M]. 广州 : 暨南大学出版社. 2009. 共 262 页.)

167. Тянь Бэнъсян. Телевизионная культура. – Пекин: Издательство культуры и искусства, 1990. – 233 с. (= 田本相. 电视文化学 [M]. 北京:文化艺术出版社.1990. 共 233 页.)

168. Тянь Яо. Краткое изложение исследования телевизионных развлекательных программ // Вестник университета Хунань. – 2014. – № 7. – С. 166–167. (= 田瑤. 电视娱乐节目研究综述. 湖南大学. 2014 (7) . 第 166-167 页.)

169. У Минь. Исследование навыков и стратегий программирования телепрограмм в эпоху конкуренции каналов // Журнал западного вещания и

телевидения. – 2019. – № 8. – С. 144, 148. (= 吴敏. 频道竞争时代电视节目编排技巧和策略探究. 西部广播电视台. 2019(8): 144, 148.)

170. У Чанчан, Чжао Юй. Тестовый анализ дилеммы и будущего развития развлекательных программ в Китае // Китайская литература и художественная критика. – 2016. – № 10. – С. 52–58. (= 吴畅畅, 赵瑜. 试析我国娱乐节目发展的困境与未来. 中国文艺评论. 2016年第10期. 第52-58页.)

171. Фромм Э. Иметь или быть. Шанхай: Издательство переводов Шанхая, 2021. – 239 с. (= 作者艾里希·弗洛姆. 译者程雪芳. 占有还是存在. 上海译文出版社. 2021. 共239页.)

172. Ха Яньцю. Современная история китайского радио и телевидения. – Пекин. Издательство Китайского международного радиовещания, 2018. – 696 с. (= 哈艳秋. 中国广播电视台的当代史. 北京.中国国际广播出版社. 2018. 共696页.)

173. Хан Дунсюэ. Анализ стратегии программирования телевизионных программ – на примере спутникового телевидения Хунань // Шэнъчжоу. – 2011. – № 10. – С. 191. (= 韩东雪. 电视节目的编排实例分析 – 浅谈湖南卫视的节目编排. 神州. 2011. № 10. 第191页.)

174. Хань Хань. Правовая защита шаблонов телепрограмм // Право и общество. – 2008. – № 1. – С. 62–63. (= 韩寒. 电视节目模板的法律保护. 法制与社会. 2008. № 01. 第62-63页.)

175. Хао Лисинь. Коннотация, значение и пути формирования концепции современной китайской национальной цивилизации // Вестник Китайского народного университета. – 2024. – № 11. – С. 1–9. (= 郝立新, 建设中华民族现代文明理念的内涵、意义和路径. 中国人民大学学报. 2024年第11期. 第1-9页.)

176. Ху Чжифэн, Чжоу Цзяньсинь. Три теории программирования телевизионных программ // Современная коммуникация. Вестник

коммуникационного университета Китая. – 2006. – № 5. – С. 81–84. (= 胡智锋,周建新. 电视节目编排三论. 现代传播. 中国传媒大学学报. 2006 (5). 第 81-84 页.)

177. Xu Чжифэн. Очерк о культуре кино и телевидения. Пекин: Издательство Пекинского института радиовещания, 2001. – 311 с. (= 胡智锋. 影视文化论稿. 北京:北京广播学院出版社. 2001.共 311 页.)

178. Xu Чжифэн. Планирование телевизионных программ. – Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2006. – 311 с. (= 胡智锋. 电视节目策划学. 上海. 复旦大学出版社. 2006.共 311 页.)

179. Xэ Тяньпин. История китайской телевизионной культуры (1978–2018). – Пекин: Китайское издательство социальных наук, 2018. – 367 с. (= 何天平. 中国电视文化史 (1978-2018). 北京: 中国社会科学出版社. 2018. 共 367 页.)

180. Цай Цинго. Постановка и стратегия программирования телевизионных программ в новый период // Кабельное телевидение Китая. – 2019. – № 1. – С 96–98. (= 蔡庆国. 新时期电视节目的设置和编排策略. 中国有线电视, 2019 (1): 96-98.)

181. Цай Чанхун. Персонализированный язык для ведущих. – Пекин: Издательство Китайской экономики, 2004. – 333 с. (= 蔡长虹. 主持人的个性化语言. 北京: 中国经济出版社. 2004.共 333 页.)

182. Цзин Сюэминь. Изучение новой сферы китайской политической коммуникации // Вестник Китайского народного университета. – 2016. – № 30 (4). – С. 74–81. (= 荆学民. 探索中国政治传播的新境界. 中国人民大学学报. 2016. 30 (4): 74–81.)

183. Цинь Юнчжэ. Анализ программирования телевизионных программ // Западное радио и телевидение. – 2019. – № 24. – С. 126–127. (= 金永哲. 电视节目编排分析. 西部广播电视. 2019 (24): 126–127.)
184. Цзоу Сюй. Анализ проблем безопасности и контрмер системы управления радио- и телерадиовещанием // Мир цифровых коммуникаций. –2021. –№ 3. – С. 283–284. (= 邹旭. 分析广播电视播控系统安全问题及对策研究. 数字通信世界. 2021(03):283–284.)
185. Цзэн Цзя. Краткий анализ феномена «пан-развлекательности» телевизионных программ в нашей стране // Руководство по исследованию новостей. – 2016. – № 1. – С. 146. (= 曾佳. 浅析我国电视节目“泛娱乐化”的现象.新闻研究导刊. 2016. №01.第 146 页.)
186. Цзян Цзэминь. Избранные тексты Цзян Цзэминя. Народное издательство, 2006. – 660 с. (= 江泽民,《江泽民文选 (第一卷)》. 人民出版社. 2006. 共 660 页.)
187. Цзяо Пинпин. Исследование технологического развития радио- и телениженерии в эпоху интегрированных медиа // Западное радио и телевидение. – 2022. – № 12. – С. 215–217. (= 焦萍萍. 融媒体时代广播电视工程技术发展研究. 西部广播电视. 2022 (12): 215–217.)
188. Цинь Жун, Цинь Синьган. Эволюционная траектория системы управления радио и телевидением за 70 лет Нового Китая // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2020. – № 1. – С. 97–103. (= 覃榕, 覃信刚. 新中国 70 年广播电视管理体制的演进轨迹. 中国传媒大学学报. 2020 年第 1 期. 第 97-103 页.)
189. Цинь Юн. Система библиографии по чтению для культурной индустрии // Издательство Столичного педагогического университета. – 2016. – № 5. – С. 275–277. (= 秦勇. 文化产业专业阅读书目体系. 首都师范大学出版社. 2016.05. 第 275-277 页.)

190. Цуй Синьюэ. Попытка обсудить роль ведущего в документальном кино // Вековой мост. – 2014. – № 1. – С. 95–96. (= 崔新悦. 试谈论纪录片中的主持人的作用. 世纪桥. 2014 年. №1. 第 95-96 页.)
191. Цянь Инь, Цюй Цзяньфэн, Чжэн Цяоин. Исследование применения визуализации мультимедийных ресурсов // Библиотечный журнал. – 2016. – № 3. – С. 86–94. (= 钱吟, 曲建峰, 郑巧英. 多种媒体特色资源的可视化应用研究. 图书馆杂志. 2016 (3): 86-94.)
192. Чай Янь. Инновационные стратегии программирования телевизионных программ в условиях мультимедийности // Просвещение журналиста. – 2020. – № 8. – С. 122–123. (= 柴艳. 多媒体时代背景下电视节目编排创新策略.记者摇篮. 2020 (8): 122–123.)
193. Чан Цзян. История китайского телевидения: 1958–2008 годы. – Пекин: Издательство Пекинского университета, 2018. – 504 с. (= 常江. 中国电视史: 1958-2008. 北京: 北京大学出版社. 2018. 共 504 页.)
194. Чжан Вэйвэй. Стратегии программирования телевизионных передач в праздничные дни // Западное радио и телевидение. – 2016. – № 18. – С. 174. (= 张巍巍. 节假日电视节目的编排策略.西部广播电视台. 2016 年 18 期. 第 174 页.)
195. Чжан Гуанчжоу. Анализ развития и текущей ситуации китайских развлекательных программ // Vitality. – 2014. – № 6. – С. 108. (= 张广操. 浅析中国娱乐节目的发展与现状. 活力. 2014 年. 第 6 期. 第 108 页.)
196. Чжан Гуотао. «Реалити-шоу» делает науку более популярной – обзор телепередачи «Супермозг» («Super Brain») канала «Цзянсу» // Китайское телевидение. – 2014. – № 5. – С. 42–45. (= 张国涛.“真人秀”让科学流行起来—江苏卫视《最强大脑》评析. 中国电视. 2014 年第 5 期. 第 42-45 页.)

197. Чжан Сун. Китайское радиовещание. – Пекин: Издательство Пекинского института вещания, 2003. – 658 с. (= 张颂. 中国播音学. 北京 : 中国广播学院出版社. 2003. 共 658 页.)
198. Чжан Суцзин, Фэн Чжифэн, ЧжАО Сян. Исследование и применение радио- и телевизионных систем, основанных на сетевых технологиях // Журнал научно-технического видения. – 2017. – № 12. – С. 38–41. (= 张素静, 冯志峰, 赵翔. 基于网络技术的广播电视系统的研究与应用[J]. 科技视界. 2017 (12): 38–41.)
199. Чжан Хао, Чжан Ли. Инновации и практика стратегии программирования на телевидении Хунань // Современные коммуникации. – 2009. – Т. 4, № 4. – С. 102–105. (= 张浩, 张丽. 湖南卫视节目编排策略的创新与实践. 现代传播. 2009 年第 4 期, 第 102-105 页).
200. Чжань Нин. Нarrативный дискурс-анализ телевизионной программы «Ты тот самый. Свидание всплескую» // Современные СМИ. – 2010. – № 10. – С. 78–79. (= 展宁. 《非诚勿扰》电视相亲节目的叙事话语分析. 今传媒. 2010 年第 10 期. 第 78-79 页.)
201. ЧжАО Хуаюн. История развития центральной телестанции Китая (1998–2008). – Пекин: Издательство Радио-телевещания Китая, 2008. – 1075 с. (= 赵化勇. 中央电视台发展史 (1998–2008). 北京. 中国广播电视台出版社. 2008. 共 1075 页.)
202. ЧжАО Ци, Чжан Чжисюн, Сунь Тань. Визуализация текста и ее основные технические приемы // Журнал современных библиотечных и информационных технологий. – 2008. – № 8. – С. 24–30. (= 赵琦, 张智雄, 孙坦. 文本可视化及其主要技术方法研究. 现代图书情报技术. 2008 (8): 24–30.)
203. ЧжАО Шугуан. Социальная медиатрансформация традиционного телевидения: контент, социум и процесс // Вестник университета Цинхуа. – 2016. – Т. 1, № 31. – С. 143. (= 赵曙光. 传统电视的社会化媒体转型: 内容、社交与过程. 清华大学学报, 2016 年 01 期, № 31, p. 143.)

204. Чжао Юймин. Всеобщая история китайского радио и телевидения. – Пекин: Издательство Университета связи Китая, 2004. – 594с. (= 赵玉明. 中国广播电视通史.北京. 中国传媒大学出版社. 2004.共 594 页.)
205. Чжао Юймин. Краткая история современного китайского вещания. – Пекин: Издательство радио и телевидения, 2001. – 309 с. (= 赵玉明. 中国现代广播简史. 北京, 广播电视出版社.2001. 共 309 页.)
206. Чжоу Ли. О создании ключевой конкурентоспособности провинциальных брендов спутникового телевидения на примере построения бренда «Чжэцзян ТВ» // Современное аудио- и видеоискусство. – 2010. – № 14. – С. 65–66. (= 周丽. 论省级卫视品牌核心竞争力的打造——以浙江卫视的品牌构建为例. 现代视听报刊. 2010. №14. 第 65-66 页.)
207. Чжоу Сяопу. История китайских телевизионных новостей. – Пекин: Издательство Университета коммуникаций Китая, 2022. – 800 с. (= 周小普. 中国电视新闻史. 北京.中国传媒大学出版社. 2022.共 800 页.)
208. Чжоу Чжиюй. Предварительное исследование социальной ответственности развлекательных программ в пан-развлекательной среде // Наука и техника в области общественных коммуникаций. – 2018. – № 2. – С. 67–68. (= 周芷羽. 泛娱乐环境下娱乐节目社会责任感初探. 科技传播. 2018, №2. 第 67-68 页.)
209. Чжу Цзинвэнь. Пост-ТВ и метакогниция: переосмысление концепции китайской телекритики в новую эпоху // Вестник Китайского университета коммуникаций. – 2021. – № 11. – С. 119–124. (= 朱婧雯. 后电视与元认知: 新时代中国电视批评理念再考察.中国传媒大学学报. 2021 年.第 11 期. 第 119-124 页.)
210. Чжэн Цзинхун. Особенности и развитие программирования современного китайского телевидения // Пользователи цифровых технологий.

– 2019. – № 25. – С. 168. (= 郑景红. 现代中国电视节目编排现状特点和发展. 数字化用户. 2019 年第 25 期. 第 168 页.)

211. Чэн Сыяо. Исследование будущего пути «визуализации радиопрограмм» // Вестник научно-технических инноваций. – 2009. – № 27. – С. 178–179. (= 程思遥. 探索“广播节目可视化”的未来之路. 科技创新导报. 2009 (27): 178–179.)

212. Чэнь Жань. Исследование и применение технологии визуализации данных в новостных проектах // Телевизионные технологии. – 2020. – № 2. – С. 68–71. (= 陈冉. 数据新闻视频的可视化技术研究与应用. 电视技术. 2020.2:68-71.)

213. Чэнь Ханьхан. Анализ пути развития развлекательных шоу с точки зрения коммуникации с общественным мнением // Журнал западного радио и телевидения. – 2017. – № 12. – С. 109–110. (= 陈晗航. 舆论传播视角下电视综艺节目发展路径分析[J].西部广播电视台. 2017 (12): 109–110.)

214. Чэнь Юехуа, Цай Ця. Исследование контролирующей роли ведущих развлекательных программ // Медиафорум. – 2019. – № 21. – С. 94. (= 陈跃华, 蔡佳. 探析娱乐类节目主持人的控场作用. 传媒论坛. 2019 年第 2 卷第 21 期. 第 94 页.)

215. Чэнь Ян. Культурная интеграция, локализация и транснациональный поток форматов телевизионных программ // Китайский журнал журналистики и коммуникаций. – 2009. – № 10. – С. 61–65. (= 陈阳. 文化混杂、本土化与电视节目模式的跨国流动. 国际新闻界. 2009. 第 10 期. 第 61-65 页.)

216. Ши Минфан. Методы визуализации информации в электронных библиотеках // Интеллект. – 2006. – № 7. – С. 29–35. (=石明芳. 数字图书馆中的信息可视化技术. 情报杂志. 2006 (7): 29–35.)

217. Ши Туньюй. Сопротивление вульгаризации телевидения // Журнал китайского вещания и телевидения. – 2005. – № 10. – С. 24. (时统宇. 抵制电视低俗化现象. 中国广播电视台学刊. 2005 年. 第 10 期. 第 24 页.)

218. Ши Хаоцюнь. Стратегия развития спутникового телевидения Цзянсу с точки зрения программирования и вещания // Китайский журнал радиовещания и телевидения. – 2013. – № 6. – С. 53–55. (= 侍浩军. 从编播看江苏卫视的发展策略. 中国广播电视台学刊. 2013 年第 6 期. 第 53–55 页.)

219. Ши Чжуцин, ЧжАО Тинтин. Умеренные развлечения и классификация развлекательных телепрограмм // Медиафорум. – 2018. – № 1. – С. 59. (= 石竹青, 赵婷婷. 有度的娱乐与电视栏目的娱乐分类. 传媒论坛. 传媒论坛. 2018. №1. 第 59 页.)

220. Шэнь Цзюньхань. Анализ тенденции развития развлекательных программ в условиях конвергенции // Китайское телевидение. – 2017. – № 4. – С. 106–109. (= 沈君菡. 融合环境下综艺节目发展趋势浅析. 中国电视. 2017 年第 4 期. 第 106-109 页.)

221. Шэнь Шуньчжэнь. Краткий обзор инновационных идей в контент-стратегии телепрограмм // Журнал Хуанхэского университета науки и техники. – 2008. – № 6. – С. 91–93. (= 沈顺珍. 浅议广播电视台节目编排中的创新理念. 黄河科技大学学报. 2008 (6): 91–93.)

222. Юань Хай, Чэнь Кан, Тао Цайся, Чэнь Чун. Исследование методов визуализации на основе текстов на китайском языке // Наука о телекоммуникациях. – 2014. – № 4. – С. 114–122. (= 袁海, 陈康, 陶彩霞, 陈翀. 基于中文文本的可视化技术研究. 电信科学. 2014 (4): 114–122.)

223. Юй Ипэн. Исследование способов программирования телевизионных программ в контексте новой эры // Западное радио и телевидение. – 2020. – № 6. – С. 174–175. (= 余亦鹏. 新时代背景下电视节目编排手段研究[J].西部广播电视台. 2020 (6): 174–175.)

224. Ян Баоцюнь. Система «проблем» современной китайской журналистики // Вестник Китайского народного университета. – 2025. – № 39 (3). – С. 133–143. (= 杨保军. 试论当代中国新闻学的“问题”体系[J]. 中国大学学报, 2025, 39 (3): 133-143.)
225. Ян Бо. Хроника китайского телевещания. – Пекин: Издательство радио, кино и телевидения Китая, 2021. – 703 с. (= 杨波. 中国广播电视台编年史. 北京.中国广播影视出版社. 2021.共 703 页.)
226. Ян Чжэнь. Краткое обсуждение искусства и техник телевизионного программирования – эффективного программирования для расширения влияния на телевизионную аудиторию // Западное радио и телевидение. – 2017. – № 12. – С. 143–146. (= 杨振. 当议电视编排艺术与技巧——有效编排节目扩大电视受众影响. 西部广播电视台. 2017 (12): 143-146.)
227. Ян Яньбо, Лю Бинь, Ци Минюе. Обзор исследований в области визуализации информации // Журнал Хэбэйского университета науки и технологий. – 2014. – № 1. – С. 91–102. (= 杨彦波, 刘滨, 祁明月. 信息可视化研究综述. 河北科技大学学报. 2014 (1): 91–102.)
228. Янь Вэй. Состояние, особенности и тенденции современного телевизионного программирования Китая // Научно-техническая коммуникация. – 2017. – № 24. – С. 25–26. (= 闫伟. 当今中国电视节目编排现状、特点与趋势. 科技传播. 2017 年第 24 期. 第 25-26 页.)

Другие источники

229. Отчет о социальной ответственности Главной радиостанции (группы) радио и телевидения Цзянсу за 2022 год // Официальный сайт радио и телевизионной станции провинции «Цзянсу». – URL: <https://www.jsbc.com/gonggao/1681469206287.shtml> (= 江苏省广播电视台. 江苏省广播电视台（集团）社会责任报告（2022 年度))

230. Отчет о телевизионных рейтингах Китая за 2016 год // Официальный сайт Главного государственного управления по делам радиовещания и телевидения КНР. – URL: http://www.nrta.gov.cn/art/2018/10/20/art_2178_39216.html. (= 2016 年中国电视收视率报告.)

231. Отчет об исследовании радио- и телемедиа Китая в 2024 году // Экономическая сеть 21. – 2024. – URL: <https://www.21jingji.com/article/20240110/herald/74eaaef5ea6361dc9a37febbab124f59.html> (= 年中国广播电视台行业报告.)

232. Официальный сайт CCTV. – URL: <https://www.cctv.com/profile/pindao.html>

233. Официальный сайт Главного государственного управления по делам радиовещания и телевидения КНР. – URL: http://www.nrta.gov.cn/art/2018/10/20/art_2178_39216.html

234. Постановление «О временных мерах по регулированию трансляции радио и телевизионной рекламы» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/gongbao/content/2004/content_62702.htm (= 国家广播电影电视总局令《广播电视台广告播放管理暂行办法》 // 中国人民共和国中央人民政府官网.)

235. Постановление «О дальнейшем усилении управления литературными и художественными программами и их персоналом» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-09/02/content_5635019.htm (= 国家广播电影电视总局办公厅关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》 https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-09/02/content_5635019.htm.)

236. Постановление «О дальнейшем усилении управления социальными и развлекательными новостными программами» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/xinwen/2016-08/30/content_5103347.htm (= 《关于进一步加强社会类、娱乐类新闻节目管理的通知》.)

237. Постановление «О трансляции аудиовизуальных онлайн-программ во время летних каникул» // Официальный сайт Центральной комиссии по сетевой безопасности и информационным технологиям. – URL: https://www.cac.gov.cn/2018-07/12/c_1123115502.htm. (= 《关于做好暑期网络视听节目播出工作的通知》.)

238. Постановление «Об усилении управления программами универсальных телеканалов» // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/jrzg/2011-10/25/content_1977909.htm (= 广电总局下发加强电视上星综合频道节目管理意见.)

239. Постановление Главного управления по делам радио, кино и телевидения об усилении управления программами универсальных телеканалов. – https://www.gov.cn/jrzg/2011-10/25/content_1977909.htm. (= 广电总局下发加强电视上星综合频道节目管理意见.)

240. Правильная организация онлайн-программ поможет избежать чрезмерной развлекательности // Гуанмин Жибао. – 2018. – 14 июля // Официальный сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – URL: https://www.gov.cn/xinwen/2018-07/14/content_5306347.htm (= 杜绝过度娱乐化 网络综艺需要正确的打开方式.)

241. Рейтинги телевидения в Китае // Официальный сайт исследовательской медиакомпании «CSM». – URL: <https://www.csm.com.cn/yjtc/sszg/?year=2020>. (= 中国广视索福瑞媒介研究.)

242. Справочник вещательных организаций и каналов выше уровня префектуры. – URL: https://www.nrta.gov.cn/art/2025/4/2/art_69_70421.html (= 地级以上播出机构及频道频率名录.)

243. Это Китай. Обзор ВВП // Китайский институт Фуданьского университета. – 2022. – Вып. 160. – URL: <https://cifu.fudan.edu.cn/04/82/c522a459906/page.htm> (= 《这就是中国》谈谈 GDP. 复旦大学中国研究院. 第 160 期.)

Приложения

Приложение 1

Таблица 61

Тематика телепрограмм «Хунань ТВ» (зима)

Формат	Название программы	Тематика	Время трансляции
Документальный фильм об истории Китая	«Китай» 《中国》	Китайская культура	548
Реалити-шоу	«Китайский ресторан» 《中餐厅》	Китайская культура	1190
Реалити-шоу	«Китайская свадьба» 《中国婚礼》	Китайская культура	
Шоу	«Привет, суббота» 《你好星期六》	Развлекательная тематика	68
Сериал	«Во сне и наяву» (《白日梦我》)	Развлекательная тематика	4832
Новости	-	Актуальная информация	1965
Мультипликационный фильм	-	Китайская культура	329
Ток-шоу о здоровье	«Консультация по вопросам здравоохранения» 《健康大问诊》	Здоровье	644
Прогноз погоды	-	Актуальная информация	57
Кулинарное шоу	«Готовим вкусную еду в субботу» 《周六做好菜》	Кулинария	144
Концерт	«Пекинская опера» 《京剧》	Китайская культура	50
Документальная драма о китайской культуре	«Красота китайской цивилизации» 《中华文明之美》	Китайская культура	62

Таблица 62

Тематика телепрограмм «Хунань ТВ» (осень)

Формат	Название программы	Тематика	Суммарное время
Документальный фильм	«Китайские врачи на Шелковом пути» 《丝绸之路上的中国医生》	Китайская культура	520
Реалити-шоу	«Гражданский герой» «平民英雄»	Социальная тематика	888
Шоу	«Привет, суббота» 《你好星期六》	Развлекательная тематика	422
Сериал	«Любовь, как раз вовремя» «爱，来的刚好»	Развлекательная тематика	4521
Новости	-	Актуальная информация	2138
Мультипликационный фильм	-	Китайская культура	239
Прогноз погоды	-	Актуальная информация	71
Тревел-шоу о китайской культуре	«Мы втроем» «我们仨»	Китайская культура	71
Музыкальное шоу	«Я – певец» «我是歌手»	Развлекательная тематика	310
Ток-шоу о здоровье	«Жить хорошо» «好好生活»	Здоровье	453

Таблица 63

Тематика телепрограмм «Чжэцзян ТВ» (зима)

Формат	Название программы	Тематика	Время трансляции
Документальный фильм	«Озеро Сиху» 《西湖》	Китайская культура	2163
	«Ци Цзигуан» 《戚继光》		
	«Китайские деревни» 《中国村落》		
	«Народный деликатес в Китае» 《风味人间》		
Прогноз погоды	-	Актуальная информация	48
Мультипликационный фильм	-	Китайская культура	312
Сериал	«Рассвет на востоке» 《破晓东方》	Развлекательная тематика	2908
	«Пусть сбудутся все желания» 《心想事成》	Развлекательная тематика	
Новости	-	Актуальная информация	1460
Научно-популярное ток-шоу	«Заглянуть в 2050 год» 《预见 2050》	Научно-популярная тематика	134
Литературный комментарий	«Хуа Шао любит читать» 《华少爱读书》	Китайская культура	19
Шоу	«Козырная карта против козырной карты» 《王牌对王牌》	Развлекательная тематика	777
Реалити-шоу	«Вперёд! Подростки» 《闪光吧少年》	Социальная тематика	1304
	«Наша старая гостиница» 《我们的客栈》	Социальная тематика	
	«Бегущие» 《奔跑吧》	Развлекательная тематика	652
Кулинарный конкурс	«Кто лучший шеф-повар» 《谁是鼎厨》	Кулинария	77
Тревел-шоу о китайской культуре	«Тысячи миль за одну поездку» 《万里走单骑 - 遗产里的中国》	Китайская культура	135

Таблица 64

Тематика телепрограмм «Чжэцзян ТВ» (осень)

Формат	Название программы	Тематика	Суммарное время
Документальный фильм	«Озеро Сиху» «西湖»	Китайская культура	1710
	«Династия Южная Сун» «南宋»		
	«Народный деликатес в Китае» «风味人间»		
Прогноз погоды	-	Актуальная информация	54
Мультипликационный фильм	-	Китайская культура	330
Сериал	«Патриот» «爱国者»	Китайская культура	1237
	«История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	Развлекательная тематика	2700
Новости	-	Актуальная информация	1748
Научно-популярное ток-шоу	«Заглянуть в 2050 год» «预见 2050»	Научно-популярная тематика	108
Реалити-шоу	«Бегущие» «奔跑吧»	Развлекательная тематика	519
Шоу	«Козырная карта против козырной карты» «王牌对王牌»	Развлекательная тематика	695
Ток-шоу	«Трое подростков» «三个少年»	Развлекательная тематика	48
Кулинарное шоу	«Безумно вкусно» «超燃美食记»	Кулинария	300

Тревел-шоу о китайской культуре	«Путешествие с Джоем» «周游记»	Китайская культура	504
	«И поэзия, и даль» «还有诗和远方»		
Документальная драма о китайской культуре	«Отличные времена в Китае» «中国好时节»	Китайская культура	23

Таблица 65

Тематика телепрограмм «Цзянсу ТВ» (зима)

Формат	Название программы	Тематика	Время трансляции
Сериал	«Психолог» 《女心理师》	Развлекательная тематика	3066
Новости	-	Актуальная информация	1132
Документальный фильм	«Поэтичный и живописный Цзяннань» 《诗画江南》	Китайская культура	1971
	«Великая река Китая» 《中国大运河》		
Ток-шоу о здоровье	«Встреча со знаменитыми врачами» 《约见名医》	Здоровье	193
Литературный конкурс	«Я люблю древние стихи» 《我爱古诗词》	Китайская культура	256
Ток-шоу о любви	«Ты тот самый» 《非诚勿扰》	Развлекательная тематика	2200
	«Новая встреча! Свидания вслепую» 《新相亲大会》		

Реалити-шоу	«Походная жизнь» 《一起露营 吧》	Развлекательная тематика	481
Прогноз погоды	-	Актуальная информация	56
Политическое ток-шоу	«Китайская мудрость» 《中国智慧中国 行》	Политика	200
Научно-популярное ток-шоу	«Улететь с земного шара» 《从地球出发》	Научно-популярная тематика	236
Информационно-аналитическая программа	«Вопросы и ответы эпохи» 《时代问答》	Политика	46
Спортивная трансляция	«Куньлуньский бой» 《昆仑决》	Развлекательная тематика	131
Танцевальный конкурс	«Король танцев в маске» 《蒙面舞王》	Развлекательная тематика	109

Таблица 66

Тематика программ на телеканале «Цзянсу ТВ» (осень)

Формат	Название программы	Тематика	Суммарное время
Сериал	«Старые крестьяне» «老农民»	Развлекательная тематика	3039
Новости	-	Актуальная информация	1109
Документальный фильм	«Цзяннань» «江南»	Китайская культура	2235
	«Вкус облегчает ностальгию» «味解乡愁»		
Литературный конкурс	«Я люблю древние стихи» «我爱古诗词»	Китайская культура	338
Реалити-шоу	«Сестры Саншайн» «阳光姐妹淘»	Развлекательная тематика	136
	«Я, которого не знает босс» 《老板不知道的我》	Социальная тематика	62
Ток-шоу о здоровье	«Встреча со знаменитыми врачами» «约见名医»	Здоровье	196
Ток-шоу о любви	«Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	Развлекательная тематика	2279
	«Ты тот самый» «非诚勿扰»		
Политическое ток-шоу	«Олицетворение современности» «时代风范»	Политика	61
Научно-популярное ток-шоу	«Улететь с земного шара» 《从地球出发》	Научно-популярная тематика	262

Прогноз погоды	-	Актуальная информация	56
Тревел-шоу о китайской культуре	«Обязательно приезжайте» «非来不可»	Китайская культура	217
Информационно-аналитическая программа	«Вопросы и ответы эпохи» «时代问答»	Политика	33
Спортивная трансляция	«Куньлуньский бой» «昆仑决»	Развлекательная тематика	55

Приложение 2

Таблица 67

Программы в прайм-тайм (19:00–23:00) на телеканале «Хунань ТВ» (зима)

Формат	Тема программы	День недели							Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Документальный фильм	Китайская культура	-	33 «Китай» 《中国》	-	41 «Китай» 《中国》	-	-	-	74
Реалити-шоу	Социальная	-	-	-	-	94 «Китайский ресторан» 《中餐厅》	-	65 «Китайская свадьба» 《中国婚礼》	159
Шоу	Развлекательная	-	-	-	-	-	68 «Привет, суббота» 《你好星期六》	-	68
Сериал	Развлекательная	160 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	160 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	166 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	162 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	112 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	113 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	111 «Во сне и наяву» 《白日梦我》	984

Новости	Актуальная информация	41 Новости	47 Новости	34 Новости	37 Новости	34 Новости	35 Новости	34 Новости	262
Кулинарное шоу	Кулинария	-	-	-	-	-	24 «Готовим вкусную еду в субботу» 《周六做好 菜》	-	24
Ток-шоу о здоровье	Здоровье	39 «Консультат- ция по вопросам здравоохра- нения» 《健康 大问诊》	-	40 «Консультат- ция по вопросам здравоохра- нения» 《健康 大问诊》	-	-	-	-	79
Докудрама о китайской культуре	Китайская культура	-	-	-	-	-	30 «Красота китайской цивилизации» 《中华文明之 美》	-	30

Таблица 68

Программы в прайм-тайм (19:00–23:00) на телеканале «Хунань ТВ» (осень)

Формат	Тема программы	День недели							Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Реалити-шоу	Социальная тематика	-	-	-	-	170 «Гражданский герой» «平民英雄»	-	-	170
Шоу	Развлекательная тематика	-	74 «Привет, суббота» 《你好星期六》	-	-	-	110 «Привет, суббота» 《你好星期六》	-	209
Сериал	Развлекательная тематика	164 «Любовь, как раз вовремя» 《爱，来的刚好》	134 «Любовь, как раз вовремя» 《爱，来的刚好》	162 «Любовь, как раз вовремя» 《爱，来的刚好》	165 «Любовь, как раз вовремя» 《爱，来的刚好》	40 «Любовь, как раз вовремя» 《爱，来的刚好》	38 «Когда сияют звезды» 《群星闪耀时》	208 «Тройной» 《三体》	911
Новости	Актуальная информация	34 Новости	32 Новости	31 Новости	30 Новости	30 Новости	32 Новости	32 Новости	221

Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура			35 «Мы втроем» 《我们仨》	33 «Мы втроем» 《我们仨》		60 «Мы втроем» 《我们仨》		128
---------------------------------	--------------------	--	--	----------------------------	----------------------------	--	----------------------------	--	-----

Таблица 69

Программы в прайм-тайм (19:00 – 23:00) на телеканале «Чжэцзян ТВ» (зима)

Формат	Тема программы	День недели							Воскресенье	Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота			
Документальный фильм	Китайская культура	52 «Народный деликатес в Китае» 《风味人间》	-	-	-	-	-	-	-	52
Реалити-шоу	Социальная	-	-	-	52 «Вперёд! Подростки» 《闪光吧少年》	103 «Наша гостиница» 《我们的客栈》		-	-	155

Шоу	Развлекательная	-	-	-	-	-	162 «Козырная карта против козырной карты» 《王牌对王牌》	-	162
Сериал	Китайская культура	129 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	176 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	176 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	121 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	45 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	46 «Рассвет на востоке» 《破晓东方》	103 «Рассвет на востоке» 《破晓东 方》	796
Новости	Актуальная информация	44 Новости	44 Новости	44 Новости	42 Новости	32 Новости	32 Новости	32 Новости	270
Кулинарный конкурс	Кулинария	-	-	-	-	60 «Кто лучший шеф-повар» 《谁是鼎 厨》	-	-	60
Тревел-шоу	Китайская культура	-	-	-	-	-	-	105 «Тысячи миль за одну поездку» 《万里走单 骑 - 遗产里 的中国》	105

Таблица 70

Программы в прайм-тайм (19:00 – 23:00) на телеканале «Чжэцзян ТВ» (осень)

Формат	Тема программы	День недели							Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	Развлекательная	174 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	186 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	176 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	107 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	36 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	40 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	119 «История о Минлань» 《知否知否，应是绿肥红瘦》	838
Новости	Актуальная информация	46 Новости	46 Новости	44 Новости	60 Новости	32 Новости	32 Новости	32 Новости	292
Реалити-шоу	Социальная	-	-	-	-	117 «Бегущие» 《奔跑吧》	109 «Бегущие» 《奔跑吧》	-	226
Шоу	Развлекательная	-	-	-	-	-	-	89 «Козырная карта против козырной карты» 《王牌对王牌》	89

Социальное ток-шоу	Развлекательная тематика	-	-	-	48 «Трое подростков» 《三个少年》	-	-	-	-	48
Кулинарное шоу	Кулинария	-	-	-	-	55 «Безумно вкусно» 《超燃美食记》	-	-	-	55
Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура	-	-	-	-	-	59 «Путешествие с Джесем» 《周游记》》	-	-	59

Таблица 71

Программы в прайм-тайм (19:00 – 23:00) на телеканале «Цзянсу ТВ» (зима)

Формат	Тема программы	День недели							Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	Развлекательная	109 «Психолог» 《女心理师》	109 «Психолог» 《女心理师》	100 «Психолог» 《女心理师》	108 «Психолог» 《女心理师》	97 «Психолог» 《女心理师》	55 «Психолог» 《女心理师》	109 «Психолог» 《女心理师》	687
Новости	Актуальные информация	31 Новости	41 Новости	37 Новости	45 Новости	31 Новости	32 Новости	31 Новости	248
Реалити-шоу	Социальная	-	-	-	-	-	-	81 «Походная жизнь» 《一起 露营吧》	81
Ток-шоу о любви	Развлекательная	43 «Новая встреча! Свидания вслепую» 《新相亲大 会》	34 «Новая встреча! Свидания вслепую» 《新相亲大 会》	103 «Новая встреча! Свидания вслепую» 《新相亲大 会》	-	112 «Новая встреча! Свидания вслепую» 《新相亲大 会》	153 «Ты тот самый» 《非诚勿扰》	-	445

Политическое ток-шоу	Политика	57 «Китайская мудрость» 《中国智慧 中国行》	56 «Китайская мудрость» 《中国智慧 中国行》	-	87 «Китайская мудрость» 《中国智慧 中国行》	-	-	-	200
Танцевальный конкурс	Развлекательная	-	-	-	-	-	-	19 «Король танцев в маске» 《蒙面舞王》	19

Таблица 72

Программы в прайм-тайм (19:00 – 23:00) на телеканале «Цзянсу ТВ» (осень)

Формат	Тема программы	День недели							Итого
		Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	
Сериал	Развлекательная тематика	101 «Старые крестьяне» «老农民»	99 «Старые крестьяне» «老农民»	108 «Старые крестьяне» «老农民»	108 «Старые крестьяне» «老农民»	49 «Старые крестьяне» «老农民»	52 «Старые крестьяне» «老农民»	97 «Старые крестьяне» «老农民»	614
Новости	Актуальная информация	34 Новости	33 Новости	32 Новости	45 Новости	31 Новости	32 Новости	31 Новости	238
Документальный фильм	Китайская культура	-	-	-	87 «Цзяннань» «江南»»	-	-	-	87
Литературный конкурс	Китайская культура	45 «Я люблю древние стихи» «我爱古诗词»	-	45 «Я люблю древние стихи» «我爱古诗词»	-	-	-	-	90
Реалити-шоу	Социальная	-	-	-	-	-	62	-	62

	тематика						«Я, которого не знает босс» 《老板不知道的我》		
Ток-шоу о любви	Развлекательная тематика	52 «Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	41 «Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	55 «Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	-	124 «Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	94 «Ты тот самый» «非诚勿扰»	50 «Новая встреча! Свидания вслепую» «新相亲大会»	416
Политическое ток-шоу	Политика	8 «Олицетворение современности» «时代风范»	-	-	-	-	-	-	8
Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура	-	67 «Обязательно приезжайте» «非来不可»	-	-	36 «Обязательно приезжайте» «非来不可»	-	62 «Обязательно приезжайте» «非来不可»	165

Приложение 3



Рисунок 1. Ведущие новостей

Примечание. В день китайского Нового года ведущие новостей одеваются в традиционную одежду и поздравляют зрителей с Новым годом.



Рисунок 2. Ведущая передачи

Примечание. Значок в виде красного конверта на экране символизирует, что данная передача выходит во время новогодних праздников.



Рисунок 3. Музей древних кораблей Пэнлай

Примечание. Значок и иероглифы в левой части картинки означают «Музей древних кораблей Пэнлай». Внизу картинки – субтитры.

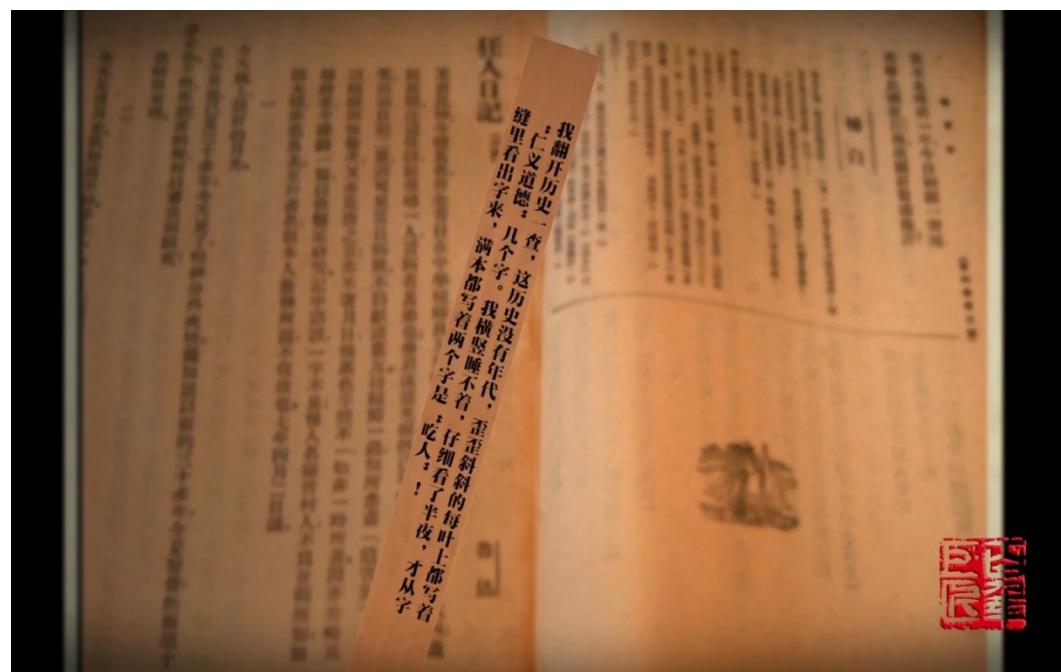


Рисунок 4. Фрагмент документального фильма

Примечание. Анимация используется в документальном фильме для демонстрации отрывков из произведения Лу Синя «Записки сумасшедшего».



Рисунок 5. Фрагмент передачи

Примечание. Когда ведущий высказываеться, ключевая информация отображается на расположеннном за ним большом экране.



Рисунок 6. Съемка передачи в студии

Примечание. Для создания в студии пространства, близкого к реальности, используется реквизит.



Рисунок 7. Виртуальная певица Ло Тяньи вместе со знаменитой китайской певицей Чжан Шаохань выступают на сцене

Приложение 4

Таблица 73
Время трансляции сериалов на телеканалах «Хунань ТВ», «Чжэцзян ТВ» и «Цзянсу ТВ»

Телеканал	Сезон	Продолжительность трансляции сериалов, в минутах	Суммарная трансляция, в минутах
«Хунань ТВ»	Зима	984	1895
	Осень	911	
«Чжэцзян ТВ»	Зима	796	885
	Осень	89	
«Цзянсу ТВ»	Зима	687	1301
	Осень	614	

Таблица 74

**Соотношение развлекательного и социально значимого контента
на телеканале «Хунань ТВ» (зима)**

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция	
			в минутах	в %
Социально значимый контент	Документальный фильм об истории Китая	Китайская культура (2179)	4989	50%
	Реалити-шоу о китайской кухне			
	Реалити-шоу о китайских свадьбах			
	Мультипликационный фильм			
	Концерт			
	Документальная драма о китайской культуре			
	Прогноз погоды			
	Новости			
	Кулинарное шоу			
Развлекательный контент	Шоу	Развлекательная тематика (68)	4900	50%
	Сериал	Развлекательная тематика (4832)		

Таблица 75

**Соотношение развлекательного и социально значимого контента
на телеканале «Хунань ТВ» (осень)**

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция	
			в минутах	в %
Социально значимый контент	Документальный фильм	Китайская культура (830)	4380	45%
	Тревел-шоу о китайской культуре			
	Мультипликационный фильм			
	Новости	Актуальная информация (2138)		
	Прогноз погоды	Актуальная информация (71)		
	Ток-шоу о здоровье	Здоровье (453)		
Развлекательный контент	Реалити-шоу	Социальная тематика (888)		
	Шоу	Развлекательная тематика	5253	55%
	Сериал			
	Музыкальное шоу			

Таблица 76

Соотношение развлекательного и социально значимого контента на телеканале «Чжэцзян ТВ» (зима)

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция			
			в минутах	в %		
Социально значимый контент	Тревел-шоу о китайской культуре	Китайская культура (2629)	5652	57%		
	Документальный фильм					
	Мультипликационный фильм					
	Литературный комментарий					
	Реалити-шоу	Социальная тематика (1304)				
	Прогноз погоды	Актуальная информация (1508)				
	Новости					
	Кулинарный конкурс	Кулинария (77)				
	Научно-популярное ток-шоу	Научно-популярная тематика (134)				
Развлекательный контент	Шоу	Развлекательная тематика	4337	43%		
	Реалити-шоу					
	Сериал					

Таблица 77

*Соотношение развлекательного и социально значимого контента
на телеканале «Чжэцзян ТВ» (осень)*

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция			
			в минутах	в %		
Социально значимый контент	Мультипликационный фильм	Китайская культура (3804)	6014	60%		
	Документальный фильм					
	Сериал					
	Тревел-шоу о китайской культуре					
	Документальная драма о китайской культуре					
	Научно-популярное ток-шоу	Научно-популярная тематика (108)				
	Новости	Актуальная информация (1802)				
	Прогноз погоды					
Развлекательный контент	Сериал	Развлекательная тематика	3962	40%		
	Реалити-шоу					
	Шоу					
	Ток-шоу					

Таблица 78

Соотношение развлекательного и социально значимого контента на телеканале «Цзянсу ТВ» (зима)

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция			
			в минутах	в %		
Социально значимый контент	Документальный фильм	Китайская культура (2227)	4090	41%		
	Литературный конкурс					
	Новости	Актуальная информация (1188)				
	Прогноз погоды					
	Ток-шоу о здоровье	Здоровье (193)				
	Политическое ток-шоу	Политика (246)				
	Информационно-аналитическая программа					
Развлекательный контент	Научно-популярное ток-шоу	Научно-популярная тематика (236)				
	Реалити-шоу	Развлекательная тематика	5987	59%		
	Сериал					
	Спортивная трансляция					
	Танцевальный конкурс					
	Ток-шоу о любви					

**Соотношение развлекательного и социально значимого контента на телеканале
«Цзянсу ТВ» (осень)**

Тип	Формат	Тематика, трансляция в минутах	Суммарная трансляция			
			в минутах	в %		
Социально значимый контент	Документальный фильм	Китайская культура (2790)	4569	45%		
	Литературный конкурс					
	Тревел-шоу о китайской культуре					
	Прогноз погоды					
	Новости	Актуальная информация (1165)				
	Реалити-шоу					
	Ток-шоу о здоровье	Социальная тематика (62)				
	Политическое ток-шоу	Здоровье (196)				
	Информационно- аналитическая программа					
Развлекательный контент	Научно-популярное ток-шоу	Научно- популярная тематика (262)				
	Спортивная трансляция	Развлекательная тематика	5509	55%		
	Сериал					
	Реалити-шоу					
	Ток-шоу о любви					