

УДК 654.197(510)+304(510)+004.77:070.1+070.1:004.032.6+17.036.11
+379.8(510)

Чжу Пэнсяо

Воронежский государственный университет

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ КИТАЙСКОГО ГОРОДА: РОЛЬ РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ТЕЛЕПРОГРАММАХ

Аннотация. Эпоха интернета стремительно идет вперед, меняя работу журналистов. Объектом нашего исследования стали развлекательные телепередачи, в частности, ток-шоу «Рыбалка и работа со снастями», входящая в серию передач о досуге китайцев, а предметом исследования является специфика соединения познавательных и развлекательных элементов в телепрограммах Китая. В эпоху интернета серьезные телепередачи постепенно вытесняются развлекательными программами, легкими ток-шоу и т. п. Изучение этого процесса актуально, что определило нашу цель: дать характеристику симбиоза «познавательных» и «гедонистических» стратегий в работе китайского ТВ. Метод исследования социокультурный, с элементами политэкономического рассмотрения медийных дискурсов. Автор приходит к выводу, что высокий рейтинг и коммерческие выгоды развлекательных программ обусловили их быстрое развитие и влияние в медиаиндустрии, но развитие ТВ в Китае связано с контролем и партийной дисциплиной. Данный конфликт не является преградой для расцвета ТВ.

Ключевые слова: ТВ Китая, ток-шоу, гедонизм, отдых, рыбалка, влияние интернет-коммуникаций

MEDIA COMMUNICATIONS IN THE SOCIAL SPACE OF A CHINESE CITY: THE ROLE OF ENTERTAINMENT IN TV PROGRAMS

Abstract. The era of the Internet is rapidly advancing, changing the work of journalists. The object of the study was entertainment television programs the talk show “Fishing and Tackling”, which is part of a series of programs about the leisure of the Chinese, and the subject of study was the specificity of the combination of educational and entertainment elements in Chinese television programs. In the era of the Internet, serious TV programs are gradually being replaced by entertainment programs, light talk shows, and the like, so the study of this process is relevant, which predetermined our goal: to characterize the symbiosis of “cognitive” and “hedonistic” strategies in the work of Chinese TV. Method of scrutiny is politico-social and cultural analysis of media confrontations. Conclusion: the high rating and commercial benefits of entertainment programs have led to their rapid development and influence in the media industry, but the development of TV in China is about control and party discipline. This conflict is not an obstacle to the flourishing of TV.

Keywords: Chinese TV, talk show, hedonism, recreation, fishing, influence of Internet communications

Мы исследовали ТВ среднего по числу жителей города Хэнань. Хэнаньское спутниковое телевидение стало широко известно своим новаторским распространением традиционной китайской культуры. Развитие Хэнаньского спутникового телевидения и его развлекательных программ, например, программ о туризме и отдыхе, привело к тому, что СМИ города Хэнань получили новое развитие. Городской канал радио и телевидения Хэнани (HNTV-2) — это всеобъемлющий канал

провинциального уровня под управлением Хэнаньской радио- и телевизионной станции, освещающий новости, развлечения, полезную информацию о культуре, услуги и т. д. Это первый наземный канал в провинции Хэнань с большим влиянием бренда. Стратегия рынка занимает первое место в провинции, поэтому городской канал Хэнаньской радио- и телевизионной станции сформировал трехстороннюю систему программ: «новостная информация + эстрадные развлечения + кино- и телевизионная драма», он имеет множество типов самодельных колонок, таких как «Городской отчет» и «Рыбалка и работа со снастями» (<https://baike.baidu.com/item/□□□□□□□□□□/22618878?fromtitle=□□□□□&fromid=2054852&fr=aladdin>).

Название передачи произошло из выражения «три дня рыбалки, два дня сушки сети» (“□□□□□□□□” san tian da yu, liang tian shai wang), что является метафорой, передающей также смысл отсутствия настойчивости в учебе и работе, что придает названию иронический оттенок. Это новейшее ток-шоу, связанное с развитием сетевых новостей канала. Проект был официально запущен в декабре 2008 г. Время трансляции — 17:55 каждый день, и на следующий день он будет ретранслироваться в 5:45 и 12:20. Основное содержание программы включает в себя темы: «Не расстраивайся», «Интернет-новости в реальном времени», «Мир другой жизни», «Технология потока», «Веселое видео», «Оригинальное видео» (<https://baike.baidu.com/item/□□□□/4158620?fr=aladdin>).

Все мы знаем, что американские ток-шоу всегда были очень популярны в мире, например, The Daily Show. The Daily Show — американская ночная сатирическая телевизионная программа, которая выходит в эфир на канале Comedy Central с понедельника по четверг в 23:00. Премьера состоялась в июле 1996 г. и длилась 22 минуты. Это новостное пародийное ток-шоу, сатирическое содержание которого основано на новостных инцидентах, политических деятелях, медийных организациях того времени, но чаще всего на различных аспектах

самоуничтожения. The Daily Show очень популярно среди молодой аудитории в Соединенных Штатах. Согласно опросам, проведенным такими учреждениями, как Ред Research Center, почти 75 % постоянных зрителей The Daily Show находятся в возрасте от 18 до 49 лет, и почти половина из этих зрителей — за шоу. Причина просмотра CNN — развлечение, что сильно отличает от 64-процентной части аудитории, которые смотрят CNN в поисках последних заголовков (Daily Show to take road trip to Ohio USA Today // Associated Press. 2006. 25 авг.). По нашим данным, шоу The Daily Show — самая популярная телепрограмма, выбираемая городской аудиторией.

Эпоха глобализации и дигитализации ускорила обмен культурными ценностями между Востоком и Западом. Причина успеха ток-шоу в том, как показала исследовательница Анна Афанасьева, что «их смотрят ради американских и мировых новостей, поданных с юмором и без излишних деталей» [1]. Видно, что, если новостные программы хотят быть интересными, у них много общего, и конкуренция за массового зрителя как никогда высока. Это значит, что крупные медиахолдинги ведут борьбу за рейтинги и денежную прибыль.

Но для Китая развлечение важно как способ медиаобразования. Обучение с использованием инфотейнмента (информируй, развлекая аудиторию) стало нормой, за которой следит партийный контроль. Развлечение в передаче о рыбалке обязательно, это досуг, гедонизм, причем в самых неожиданных формах, только так можно удержать молодежную аудиторию у экранов ТВ. Кроме того, в рассматриваемом ток-шоу рыбалка — это и повод поговорить об экологии, что мы видим и в российском ТВ [2].

Посмотрим на результаты сравнительного анализа китайской «Рыбалки и работы со снастями» и американской The Daily Show.

Во-первых, американское ток-шоу сложилось раньше и является относительно зрелым. The Daily Show появилось на 12 лет раньше, чем «Рыбалка и работа со снастями», и подбор материалов более новый

и уникальный, более смелый. Ввиду разного культурного происхождения Китая и США содержание и форма выражения различны, а также различны юмор и масштаб программы. Американские новостные ток-шоу могут критиковать национальных лидеров и даже подшучивать над ними. В The Daily Show репортеры будут использовать юмористический и преувеличенный способ «противостоять» «нормальному и серьезному» ведущему Стюарту и доказать, что дела идут не так: именно абсурдность ситуации создает комический эффект. Однако при китайском социализме существует строгая система пересмотра форматов программ и тем, поэтому большинство новостных ток-шоу исходят из мелочей жизни и представляют собой более жизненные темы для обычных людей, а не горячие темы, которые обычно заботят общественность. Китайские новостные ток-шоу относительно консервативны по сравнению с американскими и не затрагивают национальную политику, но они более доступны, независимо от уровня образования аудитории, а язык их легко понять.

Во-вторых, в каждом выпуске The Daily Show будут приглашаться разные гости: звезды кино, музыканты, политики и писатели. Но «Рыбалка и работа со снастями» больше похожа на ток-шоу одного человека, где только ведущий комментирует популярные новостные события, а взаимодействия относительно мало. Популярность The Daily Show относительно высока в Соединенных Штатах и даже в мире, потому что больше людей смотрят его на платформе вещания, в то время как «Рыбалка и работа со снастями» транслируется только на местных каналах по провинциальному спутниковому телевидению, так что влияние шоу не велико, а транслируемый контент ограничен.

Факторами успеха китайского ток-шоу являются такие характеристики:

1. Ведущий обладает большими способностями к управлению аудиторией, он, как правило, юморист и имеет очевидный личный стиль. Например, ведущая шоу «Рыбалка и работа со снастями» Хан Цзя,

известная миллионам зрителей, не только обладает сильным профессиональным опытом и выдающейся внешностью, она всегда может обогатить содержание правдивыми сообщениями. Хань Цзя интерпретирует новости, исходя из собственных знаний, и ее юмористическое выражение лица привлекло аудиторию.

2. Разговор ведется с привлечением простых людей, рыбаков, их друзей и близких. Новостной контент, выбранный для завязки разговора, близок к жизни, но не вульгарен. Большинство зрителей любит его не только за то, что программа образовательная, но и за то, что она смешная, хорошо спродюсированная, креативная.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Китае совершен качественный скачок от бумажных носителей к общению в интернете, а ТВ тоже имеет выход в Сеть. В нашем сообщении речь идет о «Рыбалке и работе со снастями», но выводы сделаны обо всех тенденциях развлекательного ТВ. Главный вывод: рыночные отношения не противоречат принципам китайского социализма. Нами сделан вывод о соединении преимуществ и недостатков жанра, хорошие перспективы его развития очевидны.

Литература

1. Афанасьева, А. Гид по американскому телевидению: 10 главных ток-шоу и причины их смотреть. — Текст : электронный / А. Афанасьева // 2020. 10 нояб. — URL: <https://www.timeout.ru/feature/gid-po-amerikanskomu-televideniyu-10-glavnyh-tok-shou-i-prichiny-ih-smotret> (дата обращения: 22.02.2023).

2. Степанищев, Д. Эко-патруль спасает замусоренные реки Подмосковья. — Текст : электронный / Д. Степанищев // Rutube — URL: <https://rutube.ru/video/c8a974ea6a03f30779d5343f3dfd8704/> (дата обращения: 22.02.2023).