

Значение сериалов для формирования социальной среды китайского общества

Научный руководитель – Хорунжий Николай Николаевич

Ду Юйвей

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: 954234507@qq.com

С 1958 года, когда зародилась китайская теледрама, китайские сериалы в основном существовали как инструмент политической пропаганды. Как часть социально-культурной индустрии, после более чем 60-летнего развития китайские телевизионные драмы увеличили свою социальную и эстетическую привлекательность для китайской телеаудитории. История становления китайских телесериалов тесно связана с изменениями в китайском обществе. Отметим четыре основных значения сериалов в формировании китайской социальной среды.

1. Сериал как инструмент политической пропаганды

До реформ и открытости Китая источники социальной информации были редки, а идеология формировала общественное мнение. Поэтому телевизионные драмы, популярная форма искусства, играли чрезвычайно важную роль.

В 1958 году из-за политики «Большого скачка» и «Движения народных коммун», а также очередного стихийного бедствия в Китае упало производство продуктов питания и начался сильный голод. Именно на таком социальном фоне родился первый в Китае сериал «Кусок пирога». Он показывает героическую мать, которая сохранила единственный кусочек овощного пирога, чтобы спасти свою дочь, и в конце концов умерла от голода и холода. Этот сериал призывает не забывать о тяжелой жизни, которая ушла в прошлое благодаря новой политике руководства страны.

Улавливание пульса времени и его тесное сочетание с формой политической борьбы стали главными чертами телевизионных драм того времени.

2. Сериал как зеркало социальной реальности

С 1989 года китайское общество вступило в период трансформации. Реформы и открытость столкнулись со сложными международными и внутренними ситуациями, а развитие социалистического строительства - с огромными трудностями и давлением прошлого.

Дэн Сяопин, автор политики нового мышления, фактический руководитель Китая с конца 1970-х до начала 1990-х, посетил несколько городов на юге Китая, где выступил с программными заявлениями. В то время экономический центр всего Китая перемещался на юг, и южная культура, представленная Гуанчжоу и Шэньчжэнем, стала очень популярной.

Как следствие, в Китае была создана целая серия так называемых городских телесериалов. Большой популярностью пользовались сериалы на военную тему, о городских предпринимателях. Они были представлены такими работами как «Мисс по связям с общественностью», «Девушки из деревни», «Любовь в Жемчужной реке».

3. Сериал как рекламный механизм

В начале 1990-х годов один из шанхайских телеканалов сыграл ведущую роль в проникновении рекламы в телесериалы. Это был первый шаг на пути к коммерциализации телевидения КНР. Данный этап знаменует собой зрелость производства телесериалов. В

результате исследований и обсуждений эксперты пришли к выводу, что телесериалы находятся на стыке бизнеса и медиаиндустрии и являются наиболее популярным видом искусства среди китайцев.

Как особая форма распространения информации, телевизионная реклама будет иметь большое влияние на поведение потребителей. Телевизионная реклама осуществляется посредством распространения информации, так что производители получают ожидаемый положительный отклик на рекламируемые продукты. Они влияют на концепции потребления и покупательское поведение потребителей.

Телевизионные драмы имеют уникальные преимущества. Их влияние на аудиторию нельзя игнорировать. Нет никаких сомнений в том, что реклама в телевизионных драмах может достичь цели управления потребительской психологией публики.

4.Сериал как барометр общественного мнения, механизм управления и формирования социальных ценностей.

Будучи отражением господствующих ценностей, телевизионные драмы являются и носителями социальных ценностей. Сериал превращает ценность социального общественного мнения в сжатый сюжетный диалог и использует мягкий способ руководства изменениями социальных ценностей.[3]

С помощью телевещания сериалы могут формировать относительно стабильную аудиторию и создавать базовую среду для руководства общественным мнением. Среда морали, создаваемая телевизионными драмами, относительно стабильна. Тесная связь сюжета и постепенное развитие эмоций имеют значительное влияние на жизненные установки аудитории. Они вовлекают зрителя в сюжет и заставляют его невольно размышлять о себе, о социальных явлениях, выраженных героями. Они непрерывно изменяют среду общественного мнения

Источники и литература

- 1 Лю Линьша.Краткое введение в китайские телевизионные драмы и социальную мысль с момента основания Нового Китая [J]Современная литература, 2011(4):4.
- 2 Сюй Бо. Анализ влияния рекламных коммуникаций на поведение потребителей [J]. Руководство по экономическим исследованиям, 2009.
- 3 Сунь Янь. Ведущая роль телевизионных драм в общественном мнении [J] // Contemporary TV, 2017(5):2.
- 4 Чжан Хуйюй. Политика массовой культуры и ценности отечественных теледрам. [D] Изучение и исследование. стр. 68-71