

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Трансформация производства телевизионных варьете в условиях медиаконвергенции: на примере китайской программы «Парни и девчонки, вперед!»

Научный руководитель – Ахвледиани Мария Викторовна

Фу Сююй

Студент (магистр)

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

E-mail: 1739834668@qq.com

В эпоху цифровых технологий конвергенция медиа (media convergence) становится ключевым трендом, трансформируя индустрию развлечений. Одним из ярких примеров успешной адаптации традиционного телевизионного контента к новым реалиям является китайское варьете на открытом воздухе «Парни и девчонки, вперед!», выпускаемое телеканалом Anhui TV. Программа, выходящая с 2010 года, сохраняет высокие рейтинги на ТВ, но настоящий прорыв совершила в 2024 году, реализовав стратегию глубокой интеграции с платформой коротких видео Douyin (TIKTOK). Шестнадцатый сезон программы представлял собой не просто соревнование на полосе препятствий, а масштабный проект, совмещающий развлечения, популяризацию культуры и туризма провинции Аньхой и интерактивное взаимодействие с аудиторией в реальном времени. Исследование работы продюсерской команды этого шоу позволяет на конкретном примере проанализировать, как меняются роли, процессы и навыки в производстве телевизионного контента под влиянием медиаконвергенции.

1. Методология исследования: глубинное интервью и анализ данных

Для изучения специфики работы в новых условиях было проведено качественное исследование, сфокусированное на случае 16-го сезона программы «Парни и девчонки, вперед!». Основными методами сбора данных стали:

- 1) Глубинные интервью с пятью ключевыми сотрудниками: исполнительным продюсером, двумя специалистами по новым медиа и двумя ведущими. Интервью касались изменений в обязанностях, принятии решений и межведомственной координации.
- 2) Включенное наблюдение за процессом записи программ и прямых трансляций, что позволило зафиксировать рабочие процессы и неформальные практики.
- 3) Анализ количественных данных с платформ Douyin и WeChat: охват трансляций, вовлеченность аудитории (лайки, комментарии, репосты), динамика роста подписчиков.

2. Анализ результатов: трансформация ролей и процессов

Исследование выявило несколько ключевых трансформаций в работе команды под влиянием интеграции с Douyin.

- 1) От телепродюсера к «продюсеру полного цикла медиа» (All-Media Producer). Роль исполнительного продюсера (ИП) претерпела наибольшие изменения. Если ранее его фокус был на творческом планировании и управлении съемочным процессом для ТВ-версии, то теперь он должен был:

Координировать две параллельные реальности: традиционную съемку для телеэфира и live-трансляцию на Douyin, которые предъявляли разные технические и содержательные требования.

Управлять кросс-платформенной коммуникацией: разрабатывать контент-стратегию, учитывающую особенности и алгоритмы Douyin (короткие яркие видео, хэштеги, интерактив), одновременно сохраняя целостность основной ТВ-программы.

Интегрировать внешние задачи: в сезоне 2024 трасса препятствий была спроектирована как культурная карта провинции Аньхой. ИП лично занимался интеграцией элементов местной культуры (архитектуры, чая, каллиграфии) в дизайн этапов, превращая развлекательное шоу в инструмент промоушена региона.

2) Формирование и новые задачи команды по новым медиа. В структуре производства появилась выделенная команда, ответственная за цифровое присутствие. В её обязанности вошло:

Проведение и техническое обеспечение прямых эфиров на Douyin.

Мониторинг комментариев в реальном времени и взаимодействие с аудиторией.

Монтаж и публикация коротких видео (хайлайтов, закулисных роликов) для поддержания интереса между выпусками.

Анализ данных платформы (охват, вовлеченность) для оперативной корректировки контент-стратегии. Например, специалисты заметили, что алгоритм Douyin лучше продвигает видео с контрастом («уверенное заявление участника → моментальный провал»), и скорректировали монтаж.

3) Вызовы межведомственной координации. Прямая трансляция добавила уровень сложности:

Логистика и техника: необходимо было обеспечить стабильный сигнал с мобильных устройств на большой открытой площадке, решать проблемы с перегревом оборудования.

Синхронизация команд: решения, принимаемые в прямом эфире (например, куда направить камеру для общения с болельщиками), должны были согласовываться с основным режиссером, чтобы не мешать съемке ТВ-версии.

Управление вниманием: ведущие и ИП теперь работали на две аудитории одновременно: зрителей в студии и онлайн-аудиторию, задающую вопросы в чате.

4) Трансформация контента и взаимодействия. Стратегия «TV + Сеть» привела к рождению нового формата взаимодействия.

Интерактивность: онлайн-зрители через чат влияли на происходящее: задавали вопросы игрокам в «зоне ожидания», что выводило закулисье на передний план.

Эффект длинного хвоста: Короткие видео в Douyin после эфира собирали миллионы просмотров (например, ролик с этапом «Большое перемещение зеленой сосны» — 1.5 млн), значительно увеличивая жизненный цикл и охват программы.

3. Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1) Стратегический вывод: В условиях медиаконвергенции успех традиционного ТВ-варьете зависит от способности команды, и в первую очередь исполнительного продюсера, трансформироваться в «полный цикл медиа». Ключевыми становятся навыки кросс-платформенного планирования, координации разрозненных команд (традиционных и цифровых) и управления интерактивным диалогом с аудиторией.

2) Организационный вывод: Внедрение новых медиа — это не просто добавление канала трансляции, а глубокая реорганизация производственных процессов. Требуется создание новых ролей (специалисты по новым медиа), пересмотр workflows и выработка новых протоколов коммуникации между отделами.

3) Содержательный вывод: Интеграция с платформами вроде Douyin позволяет не только привлечь молодую аудиторию, но и обогатить содержание программы. Она становится гибридным продуктом: телевизионное шоу, онлайн-трансляция, интерактивное событие в соцсетях и инструмент культурного/туристического промоушена.

4. Ограничения исследования

Данное исследование является качественным кейс-анализом, и его выводы, хотя и релевантны для понимания трендов, не могут быть автоматически экстраполированы на все телевизионное производство. Универсальность выводов ограничена спецификой одного шоу (развлекательное варьете на открытом воздухе) и одной платформы (Douyin). Для более общих заключений необходимы сравнительные исследования с участием других форматов программ и платформ. Кроме того, в исследовании участвовало ограниченное число респондентов (5 человек), что могло не охватить весь спектр мнений внутри большой продюсерской команды. Несмотря на эти ограничения, кейс программы «Парни и девчонки, вперёд!» наглядно демонстрирует вектор трансформации телевизионной индустрии и те вызовы, с которыми сталкиваются современные продюсеры.

Источники и литература

- 1) Цай Вэнь, Ван Сюэвэнь. Угол, горизонт, траектория: анализ исследований о «медиаконвергенции» // Международный журнал новостей. 2009. №11. С. 87-91.
- 2) Ван Цзяньян. Исследование текущего состояния и стратегий медиаконвергенции Anhui TV: дис. ... магистра. Чунцин: Чунцинский технологический университет, 2018. 80 с.
- 3) Сюн Чэньюй. Информационное общество 4.0. Чанша: Хунаньское народное издательство, 2002. 215 с.
- 4) Ван Манман. Медиаконвергенция в эпоху фрагментированной аудитории // Китайский журнал радио и телевидения. 2005. №3. С. 45-50.
- 5) Сюн Чэньюй. Стратегия и практика исследований культурной индустрии. Пекин: Изд-во Университета Цинхуа, 2006. С. 20-24.
- 6) Чжан Юйянь, Кеннеди Дж., Кроп Ф. Конвергенция медиа: от качественной журналистики к конкурентным преимуществам // Китайский медиа-отчет=. 2006. №3. С. 55-62.
- 7) Ван Фэй. Великая конвергенция медиа. Гуанчжоу: Изд-во «Южный ежедневник», 2007. С. 5, 20-22.