

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

Виды ток-шоу на телевидении Китайской Народной Республики

Научный руководитель – Хорунжий Николай Николаевич

Ли Линъи

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия
E-mail: lili1872024@163.com

Ток-шоу [U+FF08] Talk-show [U+FF09] «сосредоточено на ведущем и определяется им; использует настоящее время; кажется, что оно протекает естественно, но на самом деле тщательно организовано; выпускается в строгих рамках; транслируется в прайм-тайм, когда дорога каждая секунда, а темы разработаны таким образом, чтобы привлечь наибольшее количество зрителей», что является существенными характеристиками телевизионных ток-шоу. Так определяют ток-шоу западные исследователи [1]. В 1990-х годах концепция ток-шоу начала появляться и привлекать внимание и обсуждение в китайских СМИ. С точки зрения национального управления и распространения идеологии ток-шоу стали гибким и эффективным средством распространения основных ценностей. Ток-шоу могут влиять на направление ценностей и, таким образом, на восприятие аудитории [3]. По сравнению с традиционными моделями пропаганды, эти разнообразные форматы используют юмор, иронию, личные рассказы и эмоциональный резонанс, чтобы превратить важнейшие национальные темы в осязаемый, понятный и обсуждаемый индивидуальный жизненный опыт. Например, программы с комментариями по текущим событиям могут устранить разрыв между интерпретацией политики и общественным мнением, способствуя взаимопониманию и консенсусу. Программы о культурном и социальном образе жизни наглядно демонстрируют интеграцию выдающейся традиционной культуры Китая с современной жизнью, повышая доверие к Китаю за рубежом. Даже ток-шоу, ориентированные исключительно на развлечения, часто содержат основные идеи, пропагандирующие позитивные социальные установки, такие как стремление к совершенству и настойчивость. Точное понимание этого соотношения "жанр-функция" позволяет ведущим СМИ и создателям контента создавать телевизионные предложения, которые одновременно отвечают общественному спросу китайского общества и эффективно передают позитивную энергию в более научной и художественной манере. Это, в свою очередь, укрепляет общую идеологическую основу для объединения усилий партии и народа по всей стране.

С точки зрения социальной интеграции и разрешения конфликтов, экосистема различных шоу может служить механизмом взаимодействия с обществом и динамичного реагирования. Ток-шоу ранее формировали посредством телевидения относительно открытое пространство публичного обсуждения [5]. Серьезные шоу, основанные на диалоге, обеспечивают платформу для рационального обсуждения важнейших социальных проблем, в то время как программы, ориентированные на развлечения и образ жизни, отражают повседневные тревоги и радости широкой публики. В последние годы так называемые «цифровые аборигены» — прежде всего поколения, родившиеся в 1990-е и 2000-е годы, — постепенно превратились в ключевую группу медиапотребителей в Китае [2]. Благодаря систематическим исследованиям политики и регулирующие органы СМИ могут получить более четкое представление об идеологической динамике, эмоциональных потребностях и скрытых социальных проблемах различных социальных групп, особенно молодых пользователей Интернета [4]. Это дает бесценные ориентиры для точного определения настроений в обществе, оперативного выявления социальных настроений и направления их в

нужное русло, а также укрепления общественного согласия на основе учета многообразия. Следовательно, это служит главной цели поддержания социальной стабильности и гармонии в обществе.

В целом, за последние три десятилетия китайские телевизионные ток-шоу находили равновесие между господствующими взглядами и выражениями разнообразных мнений и пытались реагировать на постоянно меняющиеся потребности общества. В будущем им предстоит постоянно балансировать между свободой выражения мнений и государственной целесообразностью и постепенно переходить на более высокий уровень культурной коммуникации и пространства публичного самовыражения посредством инноваций в дискурсе, расширения платформы и позиционирования аудитории.

Источники и литература

- 1) Бернанд М. Тимберг, Роберт Эллер, Хорас Ньюкомб, Television Talk - История телевизионных ток-шоу, перевод Вэнь Фана, издательство Хуачжунского университета науки и технологий, издание 2020 года, стр. 5.
- 2) Марина Л.П, Чжан Цитун. (2017). Краткий анализ культурного образа ток-шоу в китайских телевизионных программах. Руководство по исследованию новостей, 8 (19), 147.
- 3) Фейфэй Гао (2021). От появления интернет-ток-шоу к прорыву в телевизионных ток-шоу. Западное радио и телевидение, 42 (03), 105-107.
- 4) Цзян Нинпин, & И Ша. (2022). «Отступление “разговора” и многообразие форм: трансформация телевизионных разговорных программ в типологической перспективе». Китайское телевидение ([U+4E2D] [U+56FD] [U+7535] [U+89C6]), (02), 27–31.
- 5) Чжай Ли. (2023). Молодёжь поколения Z в условиях социально-экономических преобразований: состав, установки и поведенческие характеристики. «Социологические исследования» ([U+793E] [U+4F1A] [U+5B66] [U+7814] [U+7A76]). DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0105. https://sociology.cssn.cn/shxsw/swx_kycg/swx_xslw/202301/W020230117397996604777.pdf?utm_source=gpt-node1.chatshare.biz