

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

Особенности производства детских телевизионных программ в Китае

Научный руководитель – Швыченкова Юлия Андреевна

Сазонова Софья Кирилловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: sonkasazonova@yandex.ru

Детское телевидение занимает особое место в медиасистеме Китая. В условиях цифровой трансформации и общего снижения телевизионных рейтингов детские каналы демонстрируют удивительную устойчивость. Например, в 2024 году детские телеканалы «ССТV-14-дети» и «Цзиньин» вошли в десятку самых популярных телеканалов страны, опередив по рейтингам даже популярные развлекательные каналы в КНР. Этот феномен требует осмысления в контексте общих принципов организации детского вещания, производственных стратегий и регулирования.

Китай обладает одной из самых развитых в мире систем специализированного детского телевидения. По состоянию на 2023 год в стране функционирует 44 телеканала детско-юношеской направленности, включая 34 провинциальных и городских канала, 4 мультипликационных и 6 платных. Это принципиально отличает Китай от многих стран. Ядром системы выступает общегосударственный канал «ССТV-14-дети», входящий в структуру Центрального телевидения Китая (ССТV). Канал работает в круглосуточном режиме и ориентирован на аудиторию от 3 до 14 лет, транслируя журналистский и нежурналистский контент [3].

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими факторами. Детские телевизионные программы в Китае [U+202F] являются важной частью медийного пространства, формируют ценности подрастающего поколения и выполняют ряд функций. Однако существует ряд [U+202F] содержательных и производственных проблем: ограниченность жанров, несоответствие возраста аудитории, влияние государственной политики и цифровых технологий на производство контента. К тому же в последние годы наблюдается тенденция выхода китайских медиапродуктов для детей на мировой рынок, в частности, на телеканале “Карусель” уже два года идёт в эфире китайский мультсериал “Джи-Джи Бонд: супергонщик”, а “Союзмультфильм” совместно с китайскими производителями запускают новые мультипликационные проекты. [4]

Задача исследования: выявить [U+202F] особенности производства детских программ, их жанровое и содержательное разнообразие, а также институциональные и культурные факторы, формирующие современный медиапродукт.

Историография показывает, что интерес к детским программам вырос с ростом цифровых каналов, а ранее исследования сосредотачивались преимущественно на содержании и образовательной ценности, но редко учитывали производственные аспекты.

В данной работе рассматриваются детские программы [U+202F] с точки зрения их содержания, жанровых особенностей и функций, уделяется внимание производству контента для разных возрастов зрителей, а также рассматривается влияние государственной политики и современных медиатрендов. Такой подход позволяет выявить [U+202F] специфику китайских детских программ, существующие проблемы и возможности для их улучшения.

В результате исследования проведен [U+202F] анализ современных детских программ, транслируемых на ССТV-14. Выявлены основные особенности производства: локальность, акцент на образовательный контент, интеграция традиционных ценностей.

Для младшей возрастной группы (3-6 лет) ключевым форматом остается анимация, совмещающая развлечение с базовым обучением и социализацией.

Например, мультсериал «Радужная Руби» знакомит зрителей с различными профессиями. Героиня учит детей эмпатии, смелости и целеустремленности. Мультсериал “Момо” рассказывает о приключениях девочки Момо и ее отца. Это история о любопытстве как движущей силе познания мира. Показательно, что сериал транслируется на российском телеканале «О!».

В медиапродуктах для младших школьников (7-10 лет) усиливается познавательная и воспитательная функция контента, включая элементы патриотического воспитания. Например, мультсериал «Большая голова, Сынок и Маленькая голова, Папа» показывает отношения между отцом и сыном из Шанхая, их любовь к природе и взаимопомощь, а также в увлекательной форме знакомит детей с географией и культурой страны [2].

Для зрителей старше 11 лет самым популярным форматом можно назвать реалити-шоу и школьные дорамы. Здесь на первый план выходят темы самореализации, первой любви, дружбы и поиска себя.

Таким образом, детские программы в Китае транслируют комплексную систему ценностей, включающую нравственные (уважение к старшим, коллективизм, трудолюбие, человеколюбие), культурные (патриотизм, знание традиций), познавательные (интерес к знаниям, исследование мира), социальные (коллективная ответственность, дисциплина) и семейные ценности. Эта система реализуется через различные форматы — от анимации до познавательных тележурналов — и последовательно поддерживается государственной политикой в области медиа и образования.

Обнаружены [U+202F] производственные проблемы: ограничение жанров, несоответствие возрастным особенностям аудитории, недостаток инновационных форматов. Анализ влияния государственной политики показал, что регуляторные стандарты напрямую формируют структуру и содержание программ.

Производство детских программ в Китае [U+202F] — результат взаимодействия культурных, институциональных, образовательных и технологических факторов. Вместе с тем, современные тенденции коммерциализации создают определенное напряжение между педагогической миссией и рыночными требованиями, что требует дальнейшего изучения и поиска баланса. [1]

Источники и литература

- 1) Вартанова Е. Л., Полуэхтова И. А., Аникина М. Е., Вырковский А. В. и др. Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт. – М.: ФАПМК, 2013. – 80 с.
- 2) Долгова Ю.И., Цао Юй. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением Китая // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3. С. 543–553.
- 3) Ли Ци. Дети и детское телевидение в условиях разнообразия медиа. – Пекин: Изд-во радио и телевидения, 2014
- 4) Хао Яньнянь. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детского контента на CCTV (2016-2021) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2024. № 3. С. 173–176.