

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

Влияние демографических изменений в Китае на трансформацию потребностей телевизионной аудитории

Научный руководитель – Бакунина Виктория Александровна

Лю Юйхуан

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: echoes55@qq.com

В последние годы китайское телевидение меняется не только под влиянием новых медиа, но и под воздействием демографических сдвигов. Если раньше телевизионное вещание в большей степени ориентировалось на широкую массовую аудиторию, то теперь производители контента всё чаще обращаются к сегментированным группам зрителей и учитывают различия в возрасте, образе жизни, уровне образования, культурных запросах и медиапривычках [1]. Именно поэтому телевизионную аудиторию Китая нельзя рассматривать вне демографических процессов. Старение населения, снижение рождаемости, урбанизация и изменение структуры семьи не только меняют состав аудитории, но и перестраивают её содержательные запросы. И у разных поколений медийное восприятие и потребности в контакте с медиа неодинаковы [2]. Эти изменения проявляются прежде всего в четырёх аспектах. Во-первых, усиливается потребность в авторитетной информации: в условиях фрагментарности и недостоверности сведений в новых медиа зрители всё больше ценят телевидение за надёжность и способность давать понятную интерпретацию вопросов, связанных с государственной политикой, общественными событиями, образованием, здравоохранением и социальной защитой.³ Во-вторых, возрастает спрос на практическую информацию: старение населения делает особенно значимыми темы здоровья, пенсионного обеспечения, ухода и социальной политики, тогда как городские семьи всё чаще нуждаются в контенте, связанном с занятостью, жильём и образованием детей. В-третьих, повышаются требования к качественному развлекательному контенту: несмотря на конкуренцию со стороны интернета, телевидение сохраняет привлекательность благодаря возможности совместного семейного просмотра, а зрители всё больше внимания уделяют визуальной выразительности, эмоциональной силе и уровню драматургии [4]. В-четвёртых, более заметной становится потребность в эмоциональной связи. Телевидение усиливает семейную близость через совместный просмотр, а рост числа одиноко проживающих и пустых гнёзд делает для пожилых людей особенно важными сопровождение и чувство стабильности. Молодые зрители, в свою очередь, чаще ищут в медиаконтенте отражение собственного опыта, давления и ценностных поисков [5]. Влияние демографических изменений на потребности телевизионной аудитории выходит за рамки собственно медиапотребления. Оно отражает не только смену зрительских предпочтений, но и более глубокие изменения в образе жизни, межпоколенческих отношениях и публичной культуре современного Китая. Трансформация телевизионного контента в этом контексте становится частью переустройства социальных эмоций и коллективных связей.

Источники и литература

- 1) 2. Вартанова Е.Л. (2019). Теория медиа: отечественный дискурс. Москва:МГУ.
- 2) 4. Юй Гомин, Цюй Хуэй. Медийное восприятие: социальные предпочтения и факторы влияния — эмпирический анализ на основе «Общенационального исследования

использования медиа и взглядов на медиа» [J]. Новые горизонты медиаконвергенции, 2020(03): 10-15.

- 3) 6. Андре Рише. Созданный, чтобы служить: роль телевидения в сегодняшнем нестабильном мире [J]. Хроника ООН, 2023.
- 4) 8. Ма Шухуэй. Анализ изменений в телевизионной аудитории в эпоху конвергенции медиа [J/OL]. 2023.
- 5) 5. Ян Личуань. Об идеологической роли и характеристиках трансляции семейных ритуалов [J]. Журнал Китайского университета геонаук, 2015.