

**ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНТЕНТА  
И ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В КИТАЕ  
(на примере ТВ Чжэцзян)**

**Сунь Сяохань**

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
993469795@qq.com*

*Научный руководитель – А. В. Потребин, кандидат филологических наук,  
доцент*

В условиях развития новых медиа значительно расширились масштабы и скорость распространения информации, способы и каналы получения информации аудиторией стали более разнообразными и эффективными, развитие новых СМИ поставило перед телеиндустрией новые вызовы. Таким образом, для традиционных телевизионных СМИ, особенно для региональных телеканалов, понимание закона развития современных СМИ, изучение моделей производства контента и создание рыночных стратегий стало проблемой, которую необходимо учитывать.

**Ключевые слова:** трансформация контента; региональное аудиовизуальное медиа; модель производства; ТВ Чжэцзян; конвергенция СМИ; телепрограммы; инновация.

**CONTENT TRANSFORMATION  
AND EXPERIENCE OF REGIONAL TV CHANNELS IN CHINA  
(on the example of Zhejiang TV)**

**Sun Xiaohan**

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Sun Xiaohan (993469795@qq.com)*

*Scientific supervisor – A. V. Potrebina, Candidate of Philology,  
Associate Professor*

With the development of new media, the scale and speed of dissemination of information has significantly expanded, the methods and channels for obtaining infor-

mation by the audience have become more diverse and effective, the development of new media has posed new challenges to the television industry. Thus, for traditional television media, especially for regional television channels, understanding the law of development of modern media, studying content production models and creating market strategies has become a problem to be considered.

**Key words:** content transformation; regional audiovisual media; production model; Zhejiang TV; media convergence; TV programs; innovation.

ТВ Чжэцзян было основано в 1960 году. После многих лет развития оно стало не просто спутниковым телевидением одной из провинций: телеканал располагает самым большим охватом аудитории среди вещателей своего типа и уже много лет входит в тройку лучших телеканалов Китая. В связи с усилением конкуренции между региональными телестанциями и изменением предпочтений аудитории в отношении потребления телепрограмм, Чжэцзянское телевидение в 2008 году пересмотрело и обновило свою программную политику, сократив долю новостных и гуманитарных передач и увеличив количество развлекательных.

**Новостные программы.** Под влиянием волны дигитализации в информационно-аналитических новостных программах Чжэцзянского телевидения были проведены новаторские реформы в области конвергенции СМИ, режима и субъектов комментариев, впервые были интегрированы новостные комментарии и интернет-интерактивности.

Например, перед выходом в эфир каждого выпуска программы «Подробные новости» ТВ Чжэцзян публикует сводку новостей на своем официальном аккаунте в Weibo и использует повестку дня, чтобы заранее пригласить аудиторию комментировать. Когда программа транслируется, комментарии на Weibo будут прокручиваться внизу экрана, образуя хороший интерактивный режим. Кроме того, в программе формируется многоуровневый комментаторский дискурс, который состоит из «комментариев экспертов + короткие комментарии журналистов + комментарии нетизенов (пользователей сетей)», органично сочетая общественное мнение, мнения экспертов и мнения медиа, реализуя диверсификацию комментаторского дискурса, предоставляя аудитории несколько точек зрения и идей. Например, в заголовке «Цифровые технологии оживляют культурные памятники» от 28 июня 2022 г. комментаторами выступают эксперт, журналист, сотрудник компании, общественный работник, учительница и организатор выставок, опубликовавшие собственные профессиональные мнения для этой новости.

Можно сказать, что ТВ Чжэцзян отличается интерактивностью, медиа-конвергенцией и комментариями. Это позитивный опыт для других региональных телестанций.

**Развлекательные программы.** В условиях экономики влияния цель инноваций в телепрограммах состоит в том, чтобы увеличить влияние бренда, принести социальные и экономические выгоды. На раннем этапе преобразования Чжэцзянского телевидения его развлекательные программы в основном зависели от использования зарубежных лицензионных проектов. После того, как эти развлекательные программы вышли на китайский рынок, они не только получили восторженные отзывы зрителей, но и установили новые рекорды доходов от рекламы. Плата за наименование и специальное спонсорство третьего сезона «Голоса Китая» превысила 400 миллионов юаней. Только плата за наименование второго сезона «Keep Running» достигла 216 миллионов юаней, ее второй сезон побил рекорд трансляций развлекательного шоу в истории китайского телевидения и занял первое место в рейтинге развлекательных шоу с показателем 4,886 [2].

Успех такой программной модели привел к гомогенизации развлекательных телевизионных шоу, что еще больше усиливало конкуренцию. В этом контексте ТВ Чжэцзян сместило акцент на производство оригинальных программ. В последние годы оно запустило отличные собственные развлекательные шоу, такие как «Козырь против козыря», «Я актер» и «24 часа». Прежде всего, Чжэцзянское телевидение еще больше разделило рынок аудитории, сосредоточив позиционирование аудитории программы на молодежной группе. Согласно данным рейтингового медиа-исследования CSM, возрастной состав аудитории Чжэцзянского телевидения значительно изменился с 2016 года. Увеличилась доля молодых людей: средний прирост аудитории в возрасте от 4 до 34 лет составил более 20 % [3]. Во-вторых, ТВ Чжэцзян стремится к разнообразию развлекательных программ, охватывая множество тематических направлений и жанровых форм, таких как реалити-шоу, игровые соревнования, туризм, спорт и т. п.

В связи с расширением масштабов производства наблюдается явление, при котором телерадиокомпании делегируют подготовку части программ независимым продюсерам или продюсерским компаниям, т. е. происходит разделение производства и вещания. Важная характеристика процесса – вещатель и инвестор подписывают договор, предусматривающий раздел долей дохода от программы между двумя сторонами, после чего инвестор несет ответственность за организацию всего процесса производства [1, с. 21].

В 2020 году ТВ Чжэцзян создало 5 студий, которые отвечали за производство оригинальных развлекательных программ с использованием разделения производства и вещания, но и мощности по производству контента были дополнительно увеличены.

**Культурные программы.** В 2013 году Государственное управление радио, кино и телевидения КНР постановило, что каждое спутниковое телевидение ежегодно должно вводить не более одной программы, основанной на зарубежных авторских правах. В 2021 году было принято еще одно постановление: телеканалы и онлайн-аудиовизуальные платформы не могут транслировать развлекательные шоу о «выращивании айдолов» (idols, celebrities, знаменитости) и о звездных семьях. Поэтому региональные телеканалы сосредоточились на увеличении трансляции программ о культуре.

ТВ Чжэцзян всегда придерживалось концепции гуманизма, и в последние годы запустило серию хорошо принятых зрителями культурных программ, таких как документальные фильмы «Династия Южный Сун», «Искусство: 30 градусов северной широты», «Ханчжоу», эстрадное шоу «Хорошие истории Китая» и т. д. Локализация культурной тематики в контенте стала прорывом для региональных телевизионных СМИ. В фильме «Династия Южный Сун» уделено внимание столице династии – Ханчжоу (сегодня это административный центр провинции Чжэцзян). В программе используются репрезентативные культурные символы для представления достижений в экономике, технологии, в культурной сфере – в поэзии, живописи, драматургии, философии и т. д. Пропагандируя китайский национальный дух, культурные программы ТВ Чжэцзян также подчеркивает местные особенности и формирует имидж города Ханчжоу.

Итак, в процессе преобразования содержания программ Чжэцзянское телевидение осуществило ремоделирование бренда телестанции за счет конвергенции телевидения и интернета, внедрения инновационных массовых развлекательных программ и культурных программ с гуманистическими и региональными характеристиками, сочетая коммерческую выгоду, социальную и просветительскую функции. В этом, на наш взгляд, заключается позитивный опыт для региональных телевизионных СМИ в Китае.

### Библиографические ссылки

1. Г Юй. Недоумение и объяснение разделения производства и вещания // Китайская медиатеchnология. 2015. № 01. С. 19–22.

2. Лихорадка импорта авторских прав: скрытые заботы оригиналов эстрадных шоу // Национальное управление авторских прав [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/12222/340919.shtml> (дата обращения: 25.07.2022).
3. *Фэн С.* Характеристики изменения рейтинга в условиях конвергенции СМИ – обзор телевизионного рынка в первой половине 2017 г. // Рейтинговое медиа-исследование CSM [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.csm.com.cn/Content/2018/01-18/1640586945.html> (дата обращения: 25.07.2022).