

ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ РЕАЛИТИ-ШОУ КИТАЯ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ли Чжэн

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
630332130@qq.com*

*Научный руководитель – Л. И. Мельникова,
кандидат искусствоведения, доцент*

В статье представлена классификация телевизионных реалити-шоу КНР по функционально-тематическим признакам. Отмечается тематическое разнообразие и полифункциональный характер китайских реалити-шоу. Подчеркивается роль реалити-шоу в формировании общественного мнения, популяризации национальной культуры и традиционных нравственных норм, решении социальных проблем, удовлетворении потребности зрительской аудитории в личностном росте.

Ключевые слова: китайские реалити-шоу; тематика; функции; перспективы.

TELEVISION REALITY SHOWS IN CHINA: FUNCTIONAL AND THEMATIC ASPECT

Li Zheng

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Li Zheng (630332130@qq.com)*

*Research advisor – L. I. Melnikova, candidate of Philology,
associate Professor*

The article presents a classification of Chinese television reality shows according to functional and thematic criteria. The thematic diversity and

multifunctional nature of Chinese reality shows are noted. The role of reality shows in shaping public opinion, popularizing national culture and traditional moral norms, solving social problems, and satisfying the audience's needs for personal growth is emphasized.

Key words: Chinese reality shows; theme; functions; perspectives.

Телевидение благодаря своей демократичности, доступности, разнообразным техническим возможностям является медийной платформой для распространения развлекательного контента, производство которого в настоящее время занимает приоритетные позиции. Это подтверждается значительным объемом такого информационно-развлекательного продукта, как реалити-шоу. В КНР лидерами по производству и распространению реалити-шоу являются спутниковые каналы провинций Хунань, Чжэцзян, Цзянсу, Центральное китайское телевидение. Китайские реалити-шоу характеризуются тематическим разнообразием. Наиболее популярные реалити на китайском ТВ можно классифицировать по тематике и функционалу следующим образом: *игровые* («Убежать из секретной комнаты» и др.); *комедийные* («Мы все любим смеяться» и др.); *о хобби* («Реконструктор мечты» и др.); *танталов* («Песня и жизнь не прекращаются» и др.); *кулинарные* («Регистрируйтесь! Группа гкрманов» и др.); *о животных* («Маленькие руки ведут маленьких собак» и др.); *о путешествиях* («Рад новому путешествию» и др.); *о моде* («Это тренд!» и др.); *семейные* («Не недооценивай меня» и др.); *романтические* («Прощай, любовь моя» и др.); *армейские* («Неудержимый синий» и др.); *молодежные* («Blue blue подросток» и др.); *экстремальные* («Экстремальный вызов» и др.); *социальные* («Сияющий день» и др.); *спортивные* («Супер-интересная лыжная встреча» и др.); *исторические* («Я читаю кники на острове» и др.); *профессиональные* («Мы новички на рабочем месте» и др.).

Содержательное наполнение, целеполагание, характер воздействия на зрителей позволяют утверждать, что китайские реалити-шоу являются *полифункциональным* медиапродуктом, выполняющим, помимо *развлекательной, рекреативной* функции, *эстетическую*, помогая зрителям воспринимать и оценивать прекрасное; *информационную*, удовлетворяя потребности людей в сведениях по насущным вопросам повседневной жизни; *культурно-просветительскую*, приобщая аудиторию

к мировым культурным и научно-техническим достижениям; *интеграционную*, объединяя зрителей и приобщая их к решению актуальных социальных проблем; *образовательную*, распространяя и популяризируя разнообразную познавательную информацию в игровой форме. При этом в каждом реалити-шоу можно выделить доминантную функцию, позволяющую отнести данный медиапродукт к определенному виду. Функциональное разнообразие реалити-шоу на китайском ТВ способствует формированию общественного мнения и решению насущных общественных проблем, популяризации аутентичной культуры и традиционных нравственных норм, удовлетворению потребности зрителей в эстетическом удовольствии и личностном росте.

В 2000–2010 гг. на китайском телевидении преобладали реалити-шоу талантов и спортивные реалити, по сравнению с которыми реалити игровой, экстремальной, социальной, профессиональной, семейной и иной тематики (исторические, молодежные, кулинарные и др.) составляли незначительное количество. В 2011–2022. гг. в китайском развлекательном телеконтенте прослеживается тенденция сокращения количества реалити-шоу талантов, спортивных, экстремальных и увеличения объема социальных, исторических реалити. В данный период в китайском телеэфире появились и стали занимать значительное место реалити-шоу о хобби, животных, путешествиях, комические, женские, армейские реалити-шоу. Наблюдается тенденция усиления зрительского интереса к тем реалити, которые формируют общественно активную позицию, поддерживают стремление к личностному росту, нацелены на сохранение традиционных культурно-нравственных ценностей, соответствуют менталитету современной китайской аудитории.

Таким образом, изменения в тематике наиболее популярных реалити-шоу свидетельствуют о формировании новых запросов зрительской аудитории. Обращение развлекательной телеиндустрии Китая к актуальным общественным проблемам свидетельствует о ее стремлении соответствовать традиционным духовным и социальным ценностям, внедрять оригинальные идеи с учетом эстетических запросов и потребностей китайской аудитории, использовать приемы интеграции традиционных и новых коммуникативных технологий (медиаконвергенцию). Перспективы телевизионных реалити-шоу КНР заключаются в стимулировании воспитательной, просветительской, образовательной

функцый, способствовании личностному и профессиональному росту зрительской аудитории, в отказе от копирования западных шоу, переходе к производству контента, который будет отражать социальные потребности и нравственные ценности китайской аудитории. Интеграция в развлекательном аудиовизуальном контенте, в т. ч. реалити-шоу, апробированных ранее и современных коммуникативных стратегий, продвижение традиционных ценностей наряду с популяризацией передового культурного наследия найдут отклик у зрительской аудитории, подчеркнут историческую самобытность китайской нации, будут способствовать социогуманитарной и информационной безопасности КНР.