

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ КОММЕНТАРИЕВ В ТЕЛЕВЕЩАНИИ

Чэнь Юйси

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
yuxilovexc0324@gmail.com*

*Научный руководитель – В. П. Воробьёв,
кандидат филологических наук, доцент*

На примере программы Центрального телевидения Китая (CCTV) «Китайское общественное мнение» в статье исследуются инновационные механизмы интеграции пользовательских комментариев в телевизионный вещательный контент как способа преодоления ограничений традиционной односторонней модели коммуникации. Анализируется, как программа разработала и внедрила четыре ключевых интерактивных метода: 1) виртуальная аудитория (проекция аватаров активных зрителей, получивших «билеты» через WeChat, на студийный экран для создания эффекта присутствия); 2) всплывающие окна с комментариями; 3) интерактивные субтитры; 4) рубрика «Твой комментарий – мой комментарий». Исследование демонстрирует, что применение этих методов значительно повышает вовлеченность аудитории, обогащает содержание программы, расширяет ее информационное влияние и укрепляет способность направлять общественное мнение.

Ключевые слова: пользовательские комментарии; «китайское общественное мнение»; телевизионный вещательный контент; интерактивные методы.

ВЫКАРЫСТАННЕ КАРЫСТАЛЬНІЦКІХ КАМЭНТАРЫЯЎ У ТЭЛЕВЯШЧАННІ

Чэнь Юйси

*Беларускі дзяржавны ўніверсітэт,
бул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
yuxilovexc0324@gmail.com*

*Навуковы кіраунік – В. П. Вараб’ёў,
кандыдат філалагічных науک, дацэнт*

На прыкладзе праграмы Цэнтральнага тэлебачання Кітая (CCTV) «Кітайская грамадская думка» ў артыкуле даследуюцца інавацыйныя механизмы інтэграцыі карыстальніцкіх каментароў у тэлевізійны вяшчальны кантэнт як спосабу пераадолення аблежаванняў традыцыйнай аднабаковай мадэлі камунікацыі. Аналізуюцца, як праграма распрацавала і ўкараніла чатыры ключавыя інтэрактыўныя метады: 1) віртуальная аўдыторыя (праектыя аватараў актыўных гледачоў, якія атрымалі «білеты» праз WeChat, на студыйны экран для стварэння эффекту прысутнасці); 2) успыльваючыя вокны з каментарамі; 3) інтэрактыўныя субтітры; 4) рубрыка «Твой каментар – мой каментар». Даследаванне дэманструе, што прымянецце гэтых метадаў значна павышае ўцягнутасць аўдыторыі, узбагачае змест праграмы, пашырае яе інфармацыйны ўплыў і ўмацоўвае здольнасць накіроўваць грамадскую думку.

Ключавыя слова: карыстальніцкія каментары; «кітайская грамадская думка»; тэлевізійны вяшчальны кантэнт; інтэрактыўныя метады.

Актуальность исследования обусловлена вызовами цифровой эпохи, где традиционные модели телевещания с доминированием экспертурного монолога теряют эффективность из-за недостатка интерактивности и вовлеченности аудитории. В ответ на это программа Центрального телевидения Китая «Китайское общественное мнение» разработала инновационные механизмы интеграции пользовательских комментариев в телевизионный контент. Цель данной статьи – проанализировать, как программа, используя такие методы как виртуальная аудитория, всплывающие окна с комментариями, интерактивные субтитры («Даньму») и рубрику «Твой комментарий – мой комментарий», создает сбалансированную коммуникационную модель.

Комментарии пользователей – это спонтанное выражение мнений, эмоциональная обратная связь или информационное дополнение новостного контента со стороны обычных зрителей через различные медиаканалы. В отличие от пассивного контента они создают диалог между производителями новостей и зрителями [1, с. 6–24].

В эпоху традиционных медиа пользовательская активность проявлялась через письма зрителей, читательские отклики, и звонки на горячую линию и т. д. В цифровую эпоху эти формы видоизменились: взаимодействие в социальных сетях (сообщения в микроблогах, Facebook и т. д.), всплывающие окна и комментарии в реальном времени (мгновенная прокрутка комментариев на видео платформах (например, Bilibili,

YouTube)), голосования и лайки (кнопки «за/против» или смайлики на новостных клиентах), а также кнопки «за/против» или смайлики на новостных приложениях), пользовательский контент (UGC) (короткие видеоролики (например, в TikTok), текстово-графические материалы и другие формы [2, с. 120–123].

В соответствии с различным содержанием комментарии пользователей можно классифицировать следующим образом: эмоциональное выражение, объяснение точки зрения, фактическое дополнение и вопросительные запросы [3, с. 10–16]. Эмоциональное выражение – это различные эмоциональные высказывания, такие как «поддерживаю/против», «восхищен/возмущен» и др., обычно характерные для актуальных социальных событий. Например, комментарий «Да здравствуют герои!» в сообщении о пожаре. Объяснение точки зрения – это логический разбор новостных событий, связанный с интерпретацией политики, международных отношений и других тем, например, анализ торговой войны между США и Китаем. Фактическое дополнение – это предоставление подробностей событий и локальных случаев в комментариях, таких как описания очевидцев и отзывы тех, кто пережил эти события, например, видео с места наводнения, загруженное пользователями. Вопросительные запросы – это вопросы, заданные в ответ на содержание новостей, например, «Как будет реализована политика?», «Надежен ли источник данных?».

Обычно комментарии пользователей в сети невозможно выделить как самостоятельный жанр, поскольку они не являются подготовленной речью журналиста или ведущего, с помощью которой необходимо убедить аудиторию согласиться с определенной точкой зрения. Нельзя назвать пользовательские комментарии и методом, поскольку они не являются экспертной оценкой по запросу телепрограммы. Однако в программе «Китайское общественное мнение» комментарии пользователей активно используются для создания контента, что позволяет рассматривать их как инновационный метод комментирования в телевизионном формате [4, с. 6–10.].

Во время трансляции программы проходит розыгрыш билетов для интернет-аудитории, и пользователи по всему миру могут получить эти билеты через платформу WeChat. С помощью билета зрители получают возможность занять виртуальное место в программе: когда это происходит, их аватары проецируются на большой экран студии. При прямой трансляции аватары пользователей образуют своего рода «стену», соз-

давая у зрителей ощущение присутствия и близости. Для того, чтобы получить билет, зрители должны публиковать свои мнения о темах и высказываниях гостей через WeChat, и чем больше объем и выше качество их публикаций, тем больше шансов попасть на телекран.

В результате увеличения размеров телевизионных экранов в китайских телепрограммах стало популярным добавление текста и изображений по периметру экрана. В программе «Китайское общественное мнение» экран разделен на несколько секций: в центре находится основное содержание программы, а по краям – вспомогательная информация. Такой дизайн делает изображение многоуровневым и позволяет представлять зрителям более богатую информацию за ограниченное время.

Изображение эксперта размещается в центре экрана, и когда он дает комментарий, в левой части телекрана в режиме реального времени прокручиваются вопросы и комментарии интернет-пользователей. Всплывающие окна с комментариями фильтруются редакцией: из десятков тысяч комментариев выбираются лучшие, что обеспечивает презентативность и дискуссионную ценность контента.

В каждом выпуске программы насчитывается около миллиона пользователей, принимающих активное участие в интерактиве. Несмотря на то, что охватить такой объем достаточно сложно, программа «Китайское общественное мнение» демонстрирует инновационное интернет-мышление в телевещании, при котором зрители одновременно взаимодействуют с экранами своих телефонов и экраном телевизора. Это повышает у зрителей степень вовлеченности в просмотр новостей и степень удовлетворенности за счет интерактива [5, с. 12–16].

«Даньму» (интерактивные субтитры) – это распространенная форма комментирования видео в онлайн-видеотрансляциях, когда пользователи могут оставлять комментарии во время просмотра видео в режиме реального времени. Содержание комментариев мгновенно отображается на экране, создавая ощущение «интерактивного взаимодействия в реальном времени».

Программа «Китайское общественное мнение» использует функцию интерактивного комментирования «Даньму» при определенных событиях и для определенных тем. Например, в выпусках, посвященных борьбе с эпидемией, большой экран в студии был целиком заполнен комментариями: «Хвала медицинскому персоналу», «Поддерживаем государственную политику», «тронуло до глубины души» и др., которые передавали мнения пользователей в режиме реального времени. Продю-

сер программы Тэн Шуаншуан рассказал, что половина комментариев – это мгновенные отзывы пользователей, половина – комментарии, взятые с платформы WeChat во внеэфирный период, «отфильтрованные из десятков тысяч комментариев». Использование «Даньму» создает «эффект роя», вызывая у аудитории «коментивное» чувство, что позволяет направлять общественное мнение.

В рубрике «Твой комментарий – мой комментарий» программа напрямую цитирует высказывания пользователей по выбранной теме и приглашает экспертов для проведения анализа как темы, так и суждений зрителей. Такая инновационная конструкция с участием пользователей не только повышает интерактивность программы, но и реализует выражение общественного мнения «снизу вверх». Голоса обычных зрителей представлены на одной площадке с мнениями экспертов, что обогащает масштаб дискуссии и повышает доверие к программе – это уже не просто монолог элиты, а подлинное «поле общественного мнения» в полном смысле этого слова.

Применение описанных выше методов работы с пользовательским комментарием в программе «Китайское общественное мнение» повышает у зрителей чувство сопричастности, обогащает содержание программы, расширяет ее влияние на распространение информации и укрепляет ее способность направлять общественное мнение.

Программа «Китайское общественное мнение» вышла за рамки традиционной модели телевещания, в которой экспертное мнение занимает доминирующую позицию, и в то же время не скатилась в эмоциональный бесконтрольный «популизм». Успех программы заключается в том, что ей удалось разработать сбалансированный механизм, при котором профессиональные комментарии экспертов и общественное мнение взаимодополняют друг друга. Эксперты гарантируют точность и глубину информации, тогда как комментарии пользователей предоставляют многоплановость взглядов и акцент на реальных проблемах, и такое сочетание позволяет программе направлять общественное мнение, сохранив профессионализм и оставаясь близкой обычному зрителю.

Данная модель является настоящим откровением для современного СМИ. В эпоху информационного взрыва обычная «экспертная интерпретация» может потерять аудиторию из-за отсутствия интерактивности, а традиционные «комментарии интернет-пользователей» могут утратить свою ценность из-за отсутствия авторитета. Практика программы «Китайское общественное мнение» демонстрирует, что постро-

ить здоровую, рациональную и конструктивную экосистему общественного мнения возможно только через сбалансированный диалог между профессиональным и народным мнением.

Библиографические ссылки

1. *Пэн Лань*. Отчет о тенденциях развития новых медиа в контексте интеллектуализации будущих медиа / Международная журналистика. 2016. № 2. С. 6–24.
2. *Van Чжэньчэ*. Новостные комментарии на ТВ и радио / Пекин : Издательство Пекинского института радио и телевидения, 1997. 288 с.
3. *Чэн Цзанцзан*. Инновационные пути развития новостных комментариев / Китайская пресса. 2025. № 1. С. 10–16.
4. *Чжсан Тэнчжи*. Создание интеллектуальных медиа, объединяющих два поля общественного мнения – инновационная практика новостной программы «Китайское общественное мнение» / Чэнь Бэйбэй // Китайский журнал по телерадиовещанию. 2017. № 4. С. 6–10.
5. *Van Сюодун*. Трансформация телевизионных комментариев в условиях конвергенции медиа на примере программы «Китайское общественное мнение» / Телевизионные исследования. 2017. № 1. С. 12–16.