

Чжань Чжиин,
магистр журналистики
Китайской народной республики
Т.А. Спирчагова,
кандидат филологических наук, доцент
Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Казань, Россия
© Ч. Чжиин
© Т.А. Спирчагова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПО ТИПОЛОГИИ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ КИТАЯ И РОССИИ

Аннотация. В статье поднимаются вопросы развития современных тенденций позиционирования различных по типологии телевизионных программ, как Китая, так и России. В этом контексте Китайское телевидение рассмотрено как агитационно-пропагандистский инструмент проведения государственной политики под руководством КПК. В России с учетом распространения смешанной модели финансирования при усиливающейся конкуренции между государственными, негосударственными и смешанными компаниями можно выделить несколько социально-значимых и презентабельных телепрограмм, которые способствуют обмену и популяризации телевизионного контента между странами. В рамках данной статьи проведено сравнение информационных (новостных) программ и затронута структура канала «Россия-1» и «ССТV-1», программ «Вести» и «Серия новостей», вёрстка, имидж ведущих, языковая специфика, аудитория.

Ключевые слова: телевизионные программы, позиционирование, телевизионный контент, информация, телевизионный канал, аудитория, языковая специфика.

Abstract. In the article the issues of development of modern trends in the positioning of different types of television programs like China and Russia. In this context, Chinese television is considered as a propaganda instrument of the state policy under the leadership of the CPC. In Russia taking into account distribution of the mixed funding model with increased competition among state, non-state and mixed companies can be divided

into several socially important and presentable television programs, which promote the exchange and popularization of television content among countries. In this article the comparison of informational (news) programs and affected the structure of the "Russia-1" and "CCTV-1" News "program" and "Series news", layout, image leading, language specific, audience.

Keywords: television programs, positioning, TV content, information, TV channel, audience, language specifics.

Телевидение в Китае и России, как в двух величайших странах в мире, развивается неодинаково. Модель китайского телевидения – государственная. Китайское телевидение рассмотрено как агитационно-пропагандистский инструмент проведения государственной политики под руководством КПК. Однако с расширением открытости и культурного обмена с другими странами телевидение в Китае учитывает запросы и интересы общества и зрителей, усиливает необходимость согласования позиции в отношении обеспечения политического плюрализма и гласности в стране. А в России получает большее распространение смешанная модель финансирования. Усиливается конкуренция между государственными, негосударственными и смешанными компаниями с участием зарубежных инвесторов, которые стремятся к коммерческой выгоде.

Можно выделить несколько социально-значимых и представительных телепрограмм, которые способствуют популяризации, взаимодействию и сближению процесса обмена телевизионным контентом между Китаем и Россией: информационная (новостная) программа, например, «Вести» на «Россия-1» (Россия) и «Серия новостей» на «ССТV-1» (Китай); культурно-просветительная программа, например, «Белая студия» на «Россия-Культура» (Россия) и «Жизнь как искусство» на «ССТV-3» (Китай); публицистическая программа (особенно, ток-шоу), например, «Пусть говорят» на «Первом канале» (Россия) и «Восточная студия в прямом эфире» на «Донфан-TV» (Китай); развлекательная программа, например, «Угадай мелодию» на «Первом канале» (Россия) и «Нарру самр» на «Хунань-TV» (Китай).

Информационная программа, как визитная карточка, имеет большое значение для российского телевидения: превращение фактического материала в информацию о событиях. Конкретный выпуск новостей на том или ином канале – не более чем событие события: подлинное сообщение – это то, чем телевидение обязано окружаю-

щей жизни, а эфирное сообщение – это то, чем зрители обязаны телепередаче. Новостная программа также является главным источником информации для китайского народа, как и для российского. С развитием экономики и углублением политики реформы и открытости на центральном и местном региональном телевидении также появилось множество программ теленовостей, которые пользуются широкой популярностью в Китае.

В рамках данной статьи проведено сравнение информационных (новостных) программ «Вести» на канале «Россия-1» (Россия) и «Серия новостей» на «ССТV-1» (Китай), что может служить актуальной эмпирической базой для журналистов, интересующихся сходством и различием информационных жанров в двух странах.

Когда речь идёт о сходствах, то наблюдается, во-первых, схожий набор тематики выпусков «Вестей» и «Серии новостей» - универсальный, от политики до погоды, включая все прикладное, ориентирующее любых телезрителей. Ежедневные выпуски двух программ помогают людям сориентироваться в том, что происходит в стране и в мире, освещают новые, актуальные и достоверные текущие события. Кроме того, на канале «Россия-1» и «ССТV-1» при подаче новостей используются все жанры подачи информационных сообщений: репортажи, короткие интервью, видеосюжеты, стенд-ап репортёров и т. д. Ведущие «Вестей» и «Серии новостей» обладают профессиональными навыками. Они умеют подать новость так, словно это случилось на его глазах, и уверенно продемонстрировать зрителям, что они получают самую достоверную и объективную информацию. В «Вестях» в центре внимания – событие, акцент ведущих делается скорее на объективной стороне ситуации, нежели на её субъективном восприятии. А ведущие в «Серии новостей» иногда акцентируют внимание на словах, имея в виду степень, уровень, как «всеобщий», «обязательно», «должен» и прочее.

В данных программах предложения в закадровых текстах являются понятными и доступными для всех. В «Вестях» предложения не слишком длинные. В них редко используются причастные и деепричастные обороты, не существует нагромождение прилагательных. А часто используются активные глаголы, потому что они лучше передают событийную информацию. Синтаксис, присущий текстам описательного характера, отходит на второй план: видеоряд заменяет описание. Синтаксически телевизионные тексты в программе построены таким образом, чтобы не терялась их эмоциональность – вопросительные,

восклицательные знаки и поддержка внимания. В «Серии новостей» фразеологические обороты из Интернета, популярных блогов, форумов, характеризующиеся разговорным стилем, являются более живым материалом для зрителей, особенно среди молодых.

Присутствуют и различия. В сравнении с вёрсткой «Вестей», верстка «Серии новостей» в большей степени отражает социальный строй государства и политическую деятельность КПК, так как китайское телевидение находится под жёстким партийным и государственным влиянием. В «Вестях» сохранена традиционная вёрстка: анонс новостей → важнейшие российские события → важнейшие международные события → события общественно-культурной направленности → новости спорта → прогноз погоды. А вёрстка «Серии новостей» такова: анонс новостей → внутривнутриполитическая жизнь Китая → важные решения государства и правительства → бурное развитие экономики и её активное влияние на сельское хозяйство, торговлю и прочее → информация провинциальных и местных тематик → международные новости → новости науки и культуры → спорт → прогноз погоды.

Когда речь идёт о функции титров, то титры в выпусках «Вестей» и «Серии новостей» отличаются друг от друга. В «Вестях» на «России-1» используются титры для обозначения места и времени действия. И в случае демонстрации фрагментов интервью (синхрона) титры используют для фиксации имени, фамилии, социального статуса и профессии интервьюируемого. «То есть прежде информация в титрах, как правило, появилась в случае необходимости пояснить информацию видеоряда или произносимого закадрового текста» [3, с. 134]. В отличие от «Вестей» в выпусках «Серии новостей» наблюдается тенденция к большой нагрузке кадра текстовой информацией. Произносимые тексты корреспондентов (stand up) и интервьюируемых (синхрон), находящихся в кадре, чаще сопровождают субтитры. Это уже полноценные предложения. В «Серии новостей» часто используются графики, бланки, диаграммы, показывающие экономические показатели, статистику и прочее. А в «Вестях» такие варианты почти не практикуются.

На основе сравнения информационных (новостных) программ «Вести» на «Россия-1» (Россия) и «Серия новостей» на «ССТV-1» (Китай), культурно-просветительских программ «Белая студия» на «Россия-Культура» (Россия) и «Жизнь как искусство» на «ССТV-3» (Китай), публицистических программ «Пусть говорят» на «Первом

канале» (Россия) и «Восточная студия в прямом эфире» на «Донфан-TV» (Китай), развлекательных программ «Угадай мелодию» на «Первом канале» (Россия) и «Happy camp» на «Хунань-TV» (Китай) можно выявить некоторые тенденции в вопросах позиционирования.

Сходство информационных программ в двух странах: ежедневные выпуски новостей освещают для аудитории новые, актуальные и достоверные текущие события, происходящие в стране и в мире. Набор тематики выпусков универсальный – от политики до погоды. Так что аудитория таких программ составляет общее телесмотрение населения.

Сходство культурно-просветительских программ в двух странах: программы просвещают народ, беседуя со знаменитостями, опытными и мудрыми людьми, выполняют воспитательно-образовательную и просветительскую функции. Именно эти функции удовлетворяют духовной и культурной потребности аудитории вне возраста, «зажигать» жизнь человека искусством и заставлять людей размышлять о своей жизни. В беседах используются видеосюжеты и фотодокументы, как вспомогательные элементы. Ведущий и гость являются равноправными в построении коммуникативного акта в программе, и поддерживают тесный зрительный контакт (взгляд «глаза в глаза»). Ведущий в таких программах грамотно и качественно владеет родным или иностранным языком, обладает высокой культурой речи.

Различия культурно-просветительских программ в двух странах: с точки зрения стилистики, ведущий в российских программах, как правило, говорит литературным языком, который создаёт более серьёзную и вежливую атмосферу для беседы. А в китайских программах ведущий говорит литературным и разговорным языком, который характеризуется экспрессивностью, юмором и разговорной непринуждённостью. Облегчённый стиль ведущего способствует сокращению дистанции между гостями и аудиторией. Сравнение показывает, что в китайских программах массовка активно участвует в действиях. Они могут поддерживать своих любимых гостей аплодисментами и радостными возгласами, задавать вопросы гостям, дарить им цветы и сувениры на сцене.

Много сходства и в ток-шоу в публицистическом жанре. Согласно рейтингу, ток-шоу завоевали большую популярность у зрителей, становятся самым популярным жанром на российском и китайском телерынках. Схема ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий, приглашенные собеседники (герои и эксперты) и зрители в студии. Каждый участник является персонажем с заданной ему авторами

ток-шоу ролью, какова бы ни была его служебная функция внутри программы. Ток-шоу в публицистическом жанре создавались с целью решать актуальные социальные и образовательные вопросы, касающиеся всего народа: житейские проблемы (бракоразводные процессы, брошенные больные новорождённые младенцы и прочее), социальные и психические аномалии (нарушение прайвеси (частной жизни), преступность, проституция и прочее), проблемы общегосударственного характера (теракты, миграция, межнациональные отношения) и т. д. Ведущий ток-шоу сам по себе выступает фактором, привлекающим зрительское внимание. Его созданный имидж, правильное речевое поведение, быстрая реакция на разные ситуации и резкое переключение с одной роли на другую вызывают героев (или гостей) на максимальную откровенность, устанавливают доверительную дистанцию со зрителями и налаживают тесный контакт с аудиторией и гостями.

Подчеркивая различия ток-шоу в публицистическом жанре, можно утверждать, что китайские ток-шоу в большей степени обращают внимание на китайское общество в процессе реформации. В центре внимания это духовное и психологическое изменение человека. И решение его проблемы не только как личное, но и как касающееся каждого. В российских ток-шоу не так, как в китайских: в публицистическом жанре активно участвуют массовка и телезрители. Массовка в студии вовлекается в разговор. А зрители могут высказывать собственное мнение, либо комментируют на официальном сайте и форуме этой программы, высылая SMS-сообщения, проводят интернет-голосование.

По анализу аудитории и рейтингов развлекательных программ в двух странах можно отметить, что качественные развлекательные программы пользуются большой популярностью среди молодых на российском и китайском телерынках. Они являются привычным коммуникативным средством с большими функциональными возможностями: воздействуют на эмоциональную и рациональную стороны молодого человека непосредственно, содействуют повышению интеллектуального уровня молодой аудитории и гармоничному развитию личности, и самое главное, удовлетворяют духовные и культурные потребности. С точки зрения формы и содержания, такие программы сокращают дистанцию и усиливают связь между звёздами и зрителями, становясь своего рода каналом общения массовой аудитории с любимыми знаменитостями. В программах используется много способов, чтобы сделать передачи занимательными и весёлыми. Это

смешные наряды, интересные интонации и темпы речи ведущих, смесь разных языков, интерактивные игры, смехотворные жесты и неожиданное для аудитории изменение мимики гостей и т. д.

Когда речь идёт о различии развлекательных программ в двух странах, то, во-первых, при подаче информации китайские программы больше используют смешные титры, забавную фоновую музыку и компьютерные технологии. Во-вторых, в программах присутствуют многосторонние съемки, краткие привлекательные интервью со звёздами, модные новинки, интерактивные игры для всех, создаётся платформа развлечения для всего народа, т. е. возможность передать всем «радость, прежде всего». В-третьих, разница между китайскими и российскими программами в том, что в китайских – активна массовка, которая имеет возможность танцевать с любимыми звездами, задавать гостями интересующие вопросы, дарить гостям-звёздам цветы и сувениры на сцене. Всё это делает китайские развлекательные программы зрелищнее и эмоциональнее.

Превращение российской и китайской системы телевидения из партийно-государственной монополии в разнообразие каналов и телепрограмм происходит в прямой связи с политическими, экономическими и социальными изменениями в общественной жизни. Телевидение в Китае и в России становится основой национальной медиасистемы. В России формируется комплекс государственных федеральных и региональных, коммерческих, частных и общественных телекомпаний, которые направлены на обеспечение населения страны передачами социальной направленности. В Китае внедрение рыночной экономики в сферу китайского телевидения привело к бурному развитию многопрограммности китайского телевидения. Обилие центральных и региональных каналов, разных видов программ позволяют зрителям выбирать то, что их интересует. Так что качественный и количественный рост телепрограмм разной типологии в двух странах удовлетворяет ежедневные расширенные духовно-психологические потребности аудитории.

Необходимо также подчеркнуть, что на Центральном телевидении Китая (ССТV) открыт канал на русском языке «ССТV-русский», который транслирует телевизионные программы разной типологии для русскоязычной аудитории, в том числе для России. Предполагается, что на фоне расширения медиасотрудничества между двумя странами в России в ближайшее будущее также откроется канал на китайском языке, программы на котором познакомят китайских зри-

телей с новостями, обществом, народом, культурой и развлечениями. Выявленные сходства и различия телевизионных программ разной типологии помогут налаживанию диалога в гуманитарной сфере между двумя странами, сделают систему культурного обмена телевизионным контентом своего рода телемостом между этнокультурными общностями, национальностями и народами, при помощи чего будет осуществляться взаимодействие и сближение культур двух стран.

Литература:

1. Володина М.Н. Язык средств массовой информации. – Изд-во: Альма Матер, 2008. – 766 с.
2. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода. История, проблемы, перспективы. – М.: ИВЭСЭП, Знание, 2008. – 184 с.
3. Ли Янь. Язык новостей на телевидении России. – Китай: Изд-во Сиамэньского университета, 2012. – 200 с.
4. Шевелев Г.А. История отечественного телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 160. с.
5. **黄玉迎**. 中国广播电视节目改革研究 : 1992–2012. – 中国传媒大学出版社, 2013. – 211页.
6. 孙宝国. 中国电视娱乐节目形态学. – 新华出版社, 2009. – 356页.
7. **吴保和**. 电视文艺节目策划. – 文化艺术出版社, 2012. – 294页.

УДК 007

И.П. Шибут,
старший преподаватель
А. Искендерова,
студент
Белорусского государственного университета
г. Минск, Белоруссия
© И.П. Шибут
© А. Искендерова

**ИНТЕРАКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАФЕДРЫ
СО СТУДЕНТАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В КОНТЕКСТЕ
НАРАСТАЮЩЕЙ МУЛЬТИМЕДИЙНОСТИ**

Аннотация. В статье обсуждается актуальная проблема использования в учебном процессе кафедры учреждения высшего образова-