

УДК 316.774:654

ИНТЕГРАЦИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ НА КИТАЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ КАК МЕХАНИЗМ СОХРАНЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

ЛИ ЧЖЭН¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются вопросы интеграции сферы образования и индустрии развлечений в контексте сохранения традиционных китайских ценностей. Анализируются различия между образовательным потенциалом развлекательных телевизионных программ и возможностями традиционного китайского образования в организации интеракции. Исследуются реалити-шоу «Первый урок» и «Китайский диктант иероглифов» как примеры эффективной интеграции сферы образования и индустрии развлечений на китайском телевидении.

Ключевые слова: развлекательное образование; интеграция сферы образования и индустрии развлечений; традиционное китайское образование; традиционные ценности.

INTEGRATION OF EDUCATION AND ENTERTAINMENT ON CHINESE TELEVISION AS A MECHANISM TO PRESERVE TRADITIONAL VALUES

LI ZHENG^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The issues of integration of the sphere of education and the entertainment industry in the context of preserving traditional Chinese values are considered. The differences between the educational potential of entertainment television programs and the possibilities of traditional Chinese education are analysed. The reality shows «First lesson» and «Chinese character dictation» are explored as examples of the effective integration of education and entertainment on Chinese television.

Keywords: entertainment education; integration of education and entertainment; traditional Chinese education; traditional values.

Введение

В Китае глобализация индустрии развлечений и развитие средств массовой информации повысили способность телевизионной аудитории ценить свободное время, а постоянный рост давления на жизнь граждан способствовал возникновению но-

вых потребностей в организации досуга. Ли Лянжун полагает, что телеиндустрия развлечений, как важная часть индустрии культуры, не только «предоставляет людям широкий спектр развлекательных услуг, но и несет определенную социальную ответ-

Образец цитирования:

Ли Чжэн. Интеграция сферы образования и индустрии развлечений на китайском телевидении как механизм сохранения традиционных ценностей. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2023; 1:98–102.
<https://doi.org/10.33581/2788-6638-2023-1-98-102>

For citation:

Li Zheng. Integration of education and entertainment on Chinese television as a mechanism to preserve traditional values. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2023;1:98–102. Russian.
<https://doi.org/10.33581/2788-6638-2023-1-98-102>

Автор:

Ли Чжэн – аспирант кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат искусствоведения, доцент Л. И. Мельникова.

Author:

Li Zheng, postgraduate student at the department of television and radio broadcasting, faculty of journalism.
lizheng_bsu@163.com
<http://orcid.org/0000-0003-2862-6163>

ственность, оказывает важное влияние на развитие страны»¹ [1, с. 9].

Китайское традиционное образование является неотъемлемой частью идеологического воспитания. За тысячи лет своего развития традиционная культура КНР не только стала основой менталитета нации, но и выступила в качестве теоретической базы для телевизионных развлекательных программ, содержание которых должно отвечать духовным потребностям аудитории и повышать уровень ее образованности. По мнению Тао Иньина, телевизионные развлекательные программы «...призваны предоставлять не только развлекательный, легкий контент, их целью должно стать создание медиакультурной среды для аудитории.

Результаты и их обсуждение

Под образованием в индустрии развлечений понимается процесс разработки и распространения информации для достижения развлекательных и образовательных целей, направленный на расширение знаний по определенному направлению науки, улучшение социальных норм и изменение общего поведения аудитории [3, с. 18; 4, с. 27]. По мнению А. Сингхала, развлекательно-образовательные коммуникативные стратегии ориентированы на достижение интеллектуального, развлекательного и образовательного единства, трансформацию мышления и образа жизни людей [5, р. 203].

Безусловно, интеграция сферы образования и индустрии развлечений является очень сложной задачей, поскольку присутствуют существенные различия между образовательным потенциалом развлекательных телевизионных программ и возможностями традиционного китайского образования в организации интеракции. Так, в рамках традиционного китайского образования знания открыто транслируются учителем, тогда как в развлекательных телевизионных программах образовательной тематики происходит скрытая передача знаний в рекреационных целях. В моделях традиционного образования обычно доминирует учитель, основное внимание уделяется процессу обучения без активного участия в нем слушателей, а в развлекательных телевизионных программах образовательной тематики основную роль играют зрители, причем сведения передаются через активное взаимодействие ведущих с аудиторией. В системе традиционного образования учащиеся и студенты часто являются пассивными получателями информации, взаимодействие между обучающимися и преподавателями является неактивным. Между тем в развлекательных телевизионных программах образовательной тематики приобретение знаний и ценностей происходит в интерактивном режиме: зрители взаимодействуют с ведущими с помо-

Хорошие развлекательные программы – это не просто “веселая” аудитория, а в первую очередь аудитория, способная оценивать и думать» [2, с. 255].

Проблемы интеграции сферы образования и индустрии развлечений в контексте сохранения традиционных ценностей анализировали Ли Лянжун, Тао Иньин, Шан Цзинжань, У Баньсяовэй, Дан Цзин, Чжоу Явэнь, Лю Цзилян, А. Сингхал и др. Ученые исследовали вопросы структурной трансформации медиаиндустрии Китая, проблемы влияния пан-развлекательной индустрии на нравственные ценности представителей молодого поколения, указывали на важность интеграции сферы образования и индустрии развлечений для совершенствования социальных норм и изменения поведения аудитории.

стью текстовых сообщений, микроблогов на платформе *Sina Weibo* и др.

Таким образом, очевидное преимущество развлекательных телевизионных программ образовательной тематики перед традиционным китайским образованием в контексте организации интеракции состоит в том, что они ориентированы на активное взаимодействие с аудиторией. Благодаря этому зрители получают знания через эдьютейнмент, что позволяет говорить о целесообразности интеграции сферы образования и индустрии развлечений.

Так, неравномерное соотношение развлекательных и образовательных элементов развлекательных телевизионных программ образовательной тематики порождает две тенденции. Так, увеличение объема образовательного контента и сокращение объема развлекательных компонентов в структуре телепередачи приводит к снижению заинтересованности зрителей в обучении. В свою очередь, обратная ситуация влечет за собой обесценивание аудиторией процесса получения знаний. В связи с этим возникает проблема нахождения и сохранения баланса между развлекательными и образовательными элементами развлекательных телевизионных программ образовательной тематики, поскольку от грамотности решения этой проблемы зависит эффективность интеграции сферы образования и индустрии развлечений.

В исследованиях последних лет, посвященных проблеме влияния развлекательных телепрограмм на ценности молодежи, критикуется явление рекреационного карнавала в эпоху новых СМИ [6, с. 96; 7, с. 210]. Китайские ученые подчеркивают необходимость анализа и интерпретации деятельности представителей сферы образования и индустрии развлечений в процессе формирования ценностей молодежи, а также воздействия на содержание развлекательных телепрограмм.

¹Здесь и далее перевод наш. – Л. Ч.

Под влиянием широко известных СМИ многие молодые люди подвергаются воздействию западных стереотипов. В результате их суждения о традиционных китайских ценностях становятся размытыми, молодежь не ориентируется на благородные проявления духовности, не чтит культурное наследие. В социуме ослабевает сила традиционных ролевых моделей: сейчас кумирами подростков являются не ученые, инженеры, спортсмены, а звезды телеэкранов. Цзоу Линь отмечает, что, по данным исследования, проведенного Национальным статистическим бюро КНР, более 50 % подростков в качестве объектов подражания выбирают телезвезд [8, с. 125]. Подобные утилитарные ценности сужают жизненные цели молодых людей, которые сосредоточивают внимание только на их личных интересах, не заботясь о происходящих вокруг событиях, не ощущая социальную ответственность перед другими людьми. Дан Цзин, Чжоу Явэнь и Лю Цзилян полагают, что «индустрия развлечений оказывает как позитивное воздействие на интеллектуальные и жизненные ориентиры подростков, так и негативное влияние на их жизненные ценности, в результате чего безразличие и вульгарность воспринимается как норма, нивелируются истинные смысл и эстетика жизни» [6, с. 95].

С точки зрения интеграции сферы образования и индустрии развлечений на китайском телевидении в целях сохранения традиционных ценностей следует обратить внимание на следующие обстоятельства.

Во-первых, школьное нравственное воспитание сосредоточено на идеализированном восприятии реальности, а окружающая среда не всегда развивается в идеальном направлении. Возникающие противоречия заставляют учащихся искать ответы на многие вопросы за пределами образовательного учреждения, и зачастую они получают их в медийном пространстве. Благодаря разнообразию телевизионных программ и их ориентации на освещение явлений реальной жизни представители подрастающего поколения становятся более восприимчивыми к ценностям, пропагандируемым на телевидении. В связи с этим китайские исследователи системы образования обращают внимание на необходимость реформирования высшей и средней школы.

Во-вторых, развлекательные телевизионные программы влияют на формирование нравственных ценностей представителей подрастающего поколения во многом благодаря своей зрелищности. Это обуславливает необходимость в «...сосредоточении внимания на эмоциях учащихся. Независимо от того, сколько благородных и правильных идей и знаний воспринимает человек, если эти ценности не близки учащимся в эмоциональном плане, то они не трансформируются в часть системы ценностей учащихся, поскольку переход от представлений к действиям не может быть отделен от эмоционального переживания» [6, с. 96].

В-третьих, молодые люди стремятся к социальному взаимодействию, а медийное пространство дает им неограниченные возможности для коммуникации, открывает неизвестный мир, становится продолжением их жизни. Телевизионные программы не только служат средством информации и каналом общения для молодых людей, но и становятся носителями культуры и знаний.

Китайская молодежь является субъектом общества завтрашнего дня. В эпоху глобализации по всему миру усиливается тенденция к открытости, и телевизионная индустрия способна оказать большое влияние на формирование традиционных нравственных ценностей представителей молодого поколения. Сегодня сфера школьного, семейного и социального образования в Китае сталкивается с необходимостью решения серьезных проблем, а именно формирования у молодых людей позитивного представления о здоровом нравственном развитии в условиях влияния на них медийной культуры. В разрешении этих проблем телевизионные СМИ играют одну из ключевых ролей: благодаря удобной форме массовой коммуникации, значительному объему в эфирной сети они популяризируют традиционные ценности, ведут просветительскую работу среди широкой общественности, в результате чего становятся новой моделью образования. Традиционная культура воспитывает в подростках чувство национальной идентичности, противодействует негативному влиянию всеобщей культуры развлечений, помогает им найти жизненные ориентиры.

За последние годы для привлечения большей аудитории и увеличения рейтингов доля развлекательного контента в китайских телепрограммах возросла, в то время как доля образовательного контента значительно уменьшилась. Так, реалити-шоу «Первый урок», которое транслируется на Центральном телевидении Китая, не лишено развлекательных элементов, однако они сбалансированы образовательным контентом [9, с. 11]. Ведущим телепрограммы является талантливый и энергичный Са Бэйнин, в гости к которому приходят известные общественные деятели, бизнесмены, художники, писатели, ученые и преподаватели. В число знаменитостей, принявших участие в реалити-шоу «Первый урок», входят национальный герой Китая, человек, потерявший ноги, но успешно покоривший Эверест, Ся Боюй, национальный герой Китая, боровшийся с эпидемией новой коронавирусной инфекции, директор Национального центра клинических исследований респираторных заболеваний Чжун Наньшань, известный китайский актер Джеки Чан, основатель образовательной группы «Синьдунфан», эксперт в области преподавания английского языка и менеджмента Юй Миньхун, главный конструктор лунного зонда «Чанъэ-4» Сунь Цзэчжоу, основатель компании «Alibaba Group», один из самых успешных бизнесменов Китая Ма Юнь и др. Целевой аудиторией теле-

программы являются школьники, студенты колледжей и университетов, рабочая молодежь.

Концепция телепрограммы заключается в том, что участники в интерактивном режиме обмениваются знаниями и опытом. Со времени запуска в эфир в 2008 г. и по настоящее время реалити-шоу «Первый урок» является одной из самых популярных развлекательных телевизионных программ образовательной тематики². Так, в 2019 г. рейтинг реалити-шоу составлял 3,4 %, а в 2020 г. – 5,9 % (динамика – 74,0 %). Между тем в 2019 г. отношение рейтинга телепрограммы и суммарного рейтинга всех телепрограмм в эфирной сетке равнялось 32,2 %, а в 2020 г. – 43,7 % (динамика – 36,0 %). В 2019 г. реалити-шоу смотрели 11,44 млн человек, а в 2020 г. – 20,85 млн человек (динамика – 85,0 %). В 2019 г. средняя продолжительность просмотра составляла 57,4 мин, а в 2020 г. – 58,5 мин (динамика – 1,9 %).

Тематика телепрограммы меняется ежегодно. Так, в 2008 г. темой выпуска «Первый урок. Знание сохранит жизнь» было обучение навыкам выживания в чрезвычайных ситуациях (стихийные бедствия, пожары и др.). В 2009 г. выпуск «Первый урок. Я люблю тебя, Китай» был посвящен теме патриотизма, которая была развита в 2010 г. в выпуске «Первый урок. Великая китайская мечта». В 2011 г. выпуск «Первый урок. Где счастье?» был посвящен исследованию того, как сделать китайских детей

счастливыми. Тематика последующих выпусков была неразрывно связана с культурой, традициями и историей Китая: «Первый урок. Красота рядом с тобой» (2012), «Первый урок. Уроки родителей» (2013), «Первый урок. Бессмертные герои» (2014), «Первый урок. Помни историю» (2015), «Первый урок. Флаги предков» (2016), «Первый урок. Китайская гордость» (2017), «Первый урок. Созидание – основа будущего КНР» (2018), «Первый урок. Пятизвездочный красный флаг» (2019). Тематику выпуска 2020 г. «Первый урок. Народ превыше всего, жизнь превыше всего» продиктовала сложная эпидемиологическая ситуация, когда по всей стране были введены учебные курсы в интерактивном режиме.

Образцом успешной интеграции сферы образования и индустрии развлечений служит также реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов», созданное для повышения уровня общей культуры зрителей, пробуждения у людей чувства национальной самобытности и гордости за родной язык. С 2014 г. в телепрограмме приняли участие 430 млн человек³. Несмотря на то что изначально реалити-шоу было предназначено для школьной аудитории, оно пользуется популярностью среди большого количества представителей взрослого поколения. Данные о возрасте аудитории реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов» представлены в таблице.

Доля возрастных групп аудитории реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов»

Share of age groups of the audience of the reality show «Chinese character dictation»

Возраст	Доля, %
4–14 лет	8,89
15–24 года	8,54
25–34 года	9,44
35–44 года	17,54
45–54 года	17,22
55–64 года	17,67
65 лет и старше	20,70

В отличие от классических интеллектуальных конкурсов в телепрограмме проверяется не то, насколько хорошо участники знают наиболее сложные иероглифы, а то, осознают ли они эмоциональную составляющую знаков национальной письменности. Когда зрители смотрят шоу, они невольно бросают вызов себе. Написание иероглифов – это не просто графическое изображение определенных значений, а в первую очередь философское осмысление и эмоциональное переживание реальности. В век интернета молодые китайцы начинают терять духовную связь с символами,

потому что все реже пишут от руки [10, с. 32]. Целью реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов» является не только популяризация родного языка, но и возрождение эмоциональной связи с ним. В школьном образовании учитель придает большое значение правильному начертанию иероглифов и подготовке учащихся к экзамену по китайскому языку, оставляя в стороне эмоциональное содержание этих письменных знаков. В общем контексте развлечений реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов» является важным дополнением к школьному образованию.

²Хоу Яли. В 2020 г. рейтинг реалити-шоу «Первый урок» вырос на 74 %, телепрограмма заняла 1-е место по уровню популярности [Электронный ресурс]. URL: https://lmtw.com/mzw/content/detail/id/191571/keyword_id/-1 (дата обращения: 22.09.2022) (на кит.).

³Анализ коммуникативного влияния реалити-шоу «Китайский диктант иероглифов» [Электронный ресурс]. URL: <http://1118.cctv.com/2014/11/03/ARTI1415015814911167.shtml> (дата обращения: 22.09.2022) (на кит.).

Заклучение

Симбиоз развлекательных и образовательных элементов на телевидении не только популяризирует традиционную китайскую культуру, но и способствует проявлению интереса к традиционным ценностям как основе нации.

Результаты анализа реалити-шоу «Первый урок» и «Китайский диктант иероглифов» свидетельствуют о том, что развлекательные телевизионные программы образовательной тематики позволяют зрителям получать знания в интерактивной форме и становятся механизмом интеграции сферы образования и индустрии развлечений. Хотя традиционные мо-

дели обучения остаются доминирующей стратегией распространения знаний в стране, развлекательная форма передачи информации позволяет компенсировать недостатки традиционной системы образования и эффективно интегрировать их в единый комплекс приемов эдьютейнмента. Интеграция сферы образования и индустрии развлечений на телевидении Китая повышает уровень инициативности граждан, стимулирует их к получению знаний и делает этот процесс более эффективным. Развлекательное телевизионное образование способно сделать скучные знания яркими и интересными.

Библиографические ссылки

1. 李良荣. 从单元走向多元 – 中国传媒业的结构调整和结构转型. 新闻大学. 2006;2:1–10 = Ли Лянжун. От единицы к разнообразию: структурная перестройка и структурная трансформация медиаиндустрии Китая. *Университет журналистики*. 2006;2:1–10.
2. 陶银鸢. 电视节目泛娱乐化给思想政治教育带来的新思考. 教育现代化. 2017;32:254–255 = Тао Инъин. Новое осмысление идейно-политического воспитания посредством всеохватывающей развлекательности телепрограмм. *Модернизация образования*. 2017;32:254–255.
3. 尚旌髯. 论泛娱乐化的电视节目影响下的青少年价值观教育. 开封: 河南大学; 2018. 97 页 = Шан Цзинжань. *О ценностном воспитании молодежи под влиянием общеразвлекательных телепередач* [диссертация]. Кайфэн: Хэнаньский университет; 2018. 97 с.
4. 武班笑薇. 我国综艺娱乐节目对青少年价值观教育的影响研究. 上海: 上海师范大学; 2018. 44 页 = У Баньсяовэй. *Исследование влияния китайских эстрадных развлекательных программ на формирование ценностей молодежи* [диссертация]. Шанхай: Шанхайский педагогический университет; 2018. 44 с.
5. Singhal A. *Entertainment-educational communication strategies for development* [dissertation]. Los Angeles: University of Southern California; 1990. 492 p.
6. 党晶, 周亚文, 刘济良. 论大众传媒泛娱乐化影响下的青少年价值观教育. 中国教育学刊. 2017;9:94–97 = Дан Цзин, Чжоу Явэнь, Лю Цзилян. О воспитании ценностей молодежи под воздействием панразвлекательных СМИ. *Китайский журнал образования*. 2017;9:94–97.
7. 邹彬. 电视泛娱乐化对青少年道德教育的影响. 学理论. 2012;9:209–210 = Цзоу Бинь. Влияние телевизионных панразвлечений на нравственное воспитание молодежи. *Теоретические исследования*. 2012;9:209–210.
8. 欧庭宇. «泛娱乐化»现象对青少年价值观教育的消极影响及其应对. 理论导刊. 2020;4:123–128 = Оу Тинъю. Негативное влияние феномена панразвлечений на воспитание молодежных ценностей и меры противодействия этому. *Журнал социалистической теории*. 2020;4:123–128.
9. 邹琳. 从《开学第一课》看新媒体视野下传统文化教育的创新模式. 当代电视. 2018;2:10–11 = Цзоу Линь. Инновационные модели традиционного культурного образования в условиях новых медиа в ракурсе реалити-шоу «Первый урок». *Современное телевидение*. 2018;2:10–11.
10. 喻倩倩. 中国电视选秀节目的娱乐教育传播策略研究. 成都: 中国电子科技大学; 2014. 85 页 = Юй Цяньцянь. *Изучение образовательно-развлекательной стратегии шоу талантов в Китае* [диссертация]. Чэнду: Университет электронных наук и технологий Китая; 2014. 85 с.

References

1. Li Liangrong. [From unity to diversity – restructuring and structural transformation of Chinese media]. *Journalism University*. 2006;2:1–10. Chinese.
2. Tao Yinying. [New thinking of ideological and political education brought by entertainment TV programs]. *Modernization of Education*. 2017;32:254–255. Chinese.
3. Shang Jingran. [The value of teenagers under the influence of a pan-entertainment TV program] [dissertation]. Kaifeng: Henan University; 2018. 97 p. Chinese.
4. Wu Banxiaowei. [Research on the influence of entertainment shows and entertainment programs on the education of the values of youth in China] [dissertation]. Shanghai: Shanghai Normal University; 2018. 44 p. Chinese.
5. Singhal A. *Entertainment-educational communication strategies for development* [dissertation]. Los Angeles: University of Southern California; 1990. 492 p.
6. Dang Jing, Zhou Yawen, Liu Jiliang. [Youth values under the influence of pan-entertainment media]. *Chinese Journal of Education*. 2017;9:94–97. Chinese.
7. Zou Bin. [The influence of TV pan-entertainment on the moral education of youth]. *Theoretical Research*. 2012;9:209–210. Chinese.
8. Ou Tingyu. [The negative impact of the phenomenon of pan-entertainment on the education of youth values and countermeasures]. *Journal of Socialist Theory Guide*. 2020;4:123–128. Chinese.
9. Zou Lin. [Innovative models of traditional cultural education in terms of new media in the perspective of the «First lesson»]. *Modern Television*. 2018;2:10–11. Chinese.
10. Yu Qianqian. [Study of the educational entertainment strategy of the talent show in China] [dissertation]. Chengdu: University of Electronic Science and Technology of China; 2014. 85 p. Chinese.