

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Место спортивных передач на телевидении Китая

Научный руководитель – Хорунжий Николай Николаевич

Сюй Хунцзя

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: 892678653@qq.com

Спортивное телевидение — это мост, объединяющий миллионы зрителей. Данное исследование охватывает исторические, технологические и социальные аспекты развития спортивного вещания, а также его влияние на формирование национальной идентичности и экономики.

Спорт всегда был мерилем развития общества, отражая его ценности, амбиции и технологический прогресс. В Китае, где телевидение исторически служит инструментом государственной политики и культурной пропаганды, спортивные передачи заняли особое место. Начиная с первой трансляции баскетбольного матча в 1958 году, китайское спортивное телевидение прошло путь от идеологического рупора до системы повышения благосостояния населения, объединяющей спорт высоких достижений и здравоохранение.

Цель работы — выявить исторические, технологические и социальные факторы, определившие место спортивного телевидения в Китае, с акцентом на роль CCTV-5.

В Российской Федерации мало исследований и статей, посвященных китайским спортивным телеканалам и вещанию. По сравнению с их работами, в данной работе больше внимания уделяется месту спортивному телевидению в Китае, влиянию спортивного вещания на китайское общество, а также государственной поддержке и источникам финансирования спортивного телевидения в Китае.

Начальный этап развития спортивного телевидения в Китае (1958–1978) характеризовался экспериментальным форматом: программы типа «Любители спорта» (1960) носили эпизодический характер, а Культурная революция (1966–1976) практически заморозила развитие жанра. Перелом наступил в 1978 году с созданием CCTV и спутниковой трансляцией ЧМ по футболу, что символизировало интеграцию Китая в глобальный медийный ландшафт.[3] Однако истинный прорыв произошёл в 1995 году с запуском CCTV-5 — первого специализированного спортивного канала, который благодаря государственной поддержке и монополии на 80% прав международных трансляций Олимпиады, ЧМ по футболу, Азиатские игры стал «голосом» китайского спорта. Ключевые реформы канала включали переход на 24-часовое вещание (2005), динамическое программирование с приоритетом прямых эфиров, а также создание уникального контента: от аналитических программ «Тянься футбол» до фитнес-шоу для пожилых «Дорога к здоровью». При этом CCTV-5 не остался в стороне от цифровой революции: интеграция с CNTV Китайское сетевое телевидение в 2009 году позволила предложить зрителям интерактивные функции во время ЧМ-2010 онлайн-комментарии, мультикамерные трансляции, а к Олимпиаде-2022 канал внедрил AR-графику и VR-трансляции, создав эффект погружения. Однако вызов цифровой эпохи очевиден, молодёжная аудитория активно мигрирует на платформы коротких видео типа TikTok, где спортивные сюжеты транслируются в виде коротких видео. [2]

Социальная роль CCTV-5 выходит далеко за рамки развлечений. Согласно опросам, 70% регулярных зрителей канала занимаются спортом более часа в день, что соответствует государственной программе «Здоровый Китай 2030». Такие проекты, как «Дорога к

здоровью», не только популяризируют фитнес среди пожилых, но и формируют культуру профилактической медицины, сокращая нагрузку на систему здравоохранения. Кроме того, трансляции побед китайских спортсменов — например, 10 золотых медалей подряд в прыжках в воду на Олимпийских играх 2008–2024 годов стали инструментом «мягкой силы», укрепляя национальную гордость и международный имидж КНР. Экономический вклад канала не менее значим: рекламные доходы (368 млн юаней только от бренда «361 градус» в 2016 году[4]) и монополия на продажу прав стимулируют рост спортивной индустрии в Китае, объём которой к 2025 году достигнет 5 трлн юаней. [7]

Благодаря поддержке китайского правительства CCTV-5 уже почти 25 лет монополизирует китайские событийные ресурсы. CCTV-5 владеет более чем 80 процентами прав на трансляцию всех видов мероприятий в рамках национальной политики. Если речь идет о крупных международных мероприятиях, то только благодаря единым переговорам, покупке и распределению прав CCTV, местные телеканалы могут транслировать эти спортивные игры. Монополия CCTV-5 не абсолютна.[5] Региональные каналы, такие как Пекинский спортивный акцент на футбольный клуб «Гоань» или Хэнаньский продвижение ушу через шоу «Герои Шаолиня», демонстрируют, что локализация контента и нишевые аудитории могут конкурировать с гигантом.[1] Однако главная угроза исходит не от традиционных игроков, а от алгоритмов новых медиа: Douyin (китайский ТикТок) перехватывает внимание молодёжи через персонализированный контент, что требует от CCTV-5 радикальных изменений.

Будущее канала зависит от способности балансировать между монополией и адаптацией к цифровому плюрализму, где аудитория требует не только патриотических нарративов, но и персонализированного, интерактивного опыта.[6]

CCTV-5 — это уникальный симбиоз государственной идеологии, технологических инноваций и культурной миссии. Его история отражает трансформацию Китая от изолированной медиасистемы к глобальному игроку, где спорт становится не просто зрелищем, но инструментом социальной инженерии и экономического роста.

Ключевые слова: спорт, телевидение, реформы, мягкая сила, здравоохранение, правительство, социальная инженерия.

Источники и литература

- 1) Лу С. Осведомленность и практика телевизионных спортивных программ // Китайский журнал радио и телевидения., 1989. № 5. С. 73.
- 2) Хоу П. Репортаж становится главным событием Олимпийских игр., 2008.
- 3) Чжао Х. История развития CCTV 1958–1997. 2008.
- 4) Шэнь Х. Анализ влияния рекламных операций на структуру индустрии спортивного телевидения Китая // Журнал современных коммуникаций. 2014. № 6. С. 101.
- 5) Хунань.гов.кн: http://gbdsj.hunan.gov.cn/gbdsj/xxgk/tzgg/201607/t20160720_3258667.html
- 6) Чайнакатв.орг.кн: <http://m.chinacatv.org.cn/site/content/2125.html>
- 7) Чайнауикли.кн: <http://www.chinaweekly.cn/html/borland/80546.html>