Жанровые предпочтения новостных программ в эфире телеканала CGTN-English

Научный руководитель – Чобанян Каринэ Вардановна

Чжан Мэн

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: 1065704486@qq.com

В российской науке теория журналистских жанров имеет богатое исследование. В китайской теории и практике телевидения достаточно распространены типологизации контента по различным категориальным признакам, однако, как правило, в них не соблюдается принцип единого основания типологизации. Во многом вследствие этого факта они не являются общепризнанными в научной среде. Как отмечают М. Сэнь и Х. Линь, китайская теория СМИ не уделяет должного внимания теории жанров. Существующая в КНР жанровая система во многом опирается на аналогичную систему, сохранившуюся со времен Советского Союза. Это обусловлено широким применением советского опыта в китайской тележурналистике второй половины XX в. При этом необходимо отметить, что историческая связь китайского и российского подходов к жанровым системам телевидения дает основание рассматривать телевидение КНР с точки зрения советской и современной теории журналистики в России.

В данном исследовании мы в качестве единого основания для анализа продукции телеканала будем придерживаться теории телевизионных жанров, сформулированной В. Л. Цвиком. Он выделял три группы телевизионных жанров: жанры информационной публицистики (заметка/видеосюжет, отчет, выступление, интервью, репортаж), жанры аналитической публицистики и жанры художественной публицистики. При этом динамика развития жанров и жанровых форм тележурналистики последнего десятилетия, специфика китайского информационного вещания и глобальных телеканалов потребовали от нас конкретного анализа в каждом отдельном случае. В данной работе автор выбрала для анализа и исследования глобальные каналы CGTN-English.

CGTN, как официальное СМИ Китая, является основной платформой для внешней коммуникации. Одной из его главных задач является инновационный рассказ об истории и имидже Китая с помощью различных медиасредств. Поэтому CGTN свободен от коммерческой рекламы. В перерывах между программами показываются прогнозы погоды, пейзажные видео, информационные ролики CGTN и т.д.

Эмпирическим материалом для исследования послужили информационные выпуски телеканалов CGTN-English, вышедшие в эфир в течение 2024 г. Результаты анализа показали:

1. В информационных выпусках телеканала CGTN-English используются новостные материалы следующих жанров: информационное сообщение, выступление, репортаж, интервью, беседа. Наиболее распространенными жанрами как в дневных, так и в вечерних выпусках, являются информационное сообщение и выступление;

2. Информационное сообщение основано на заранее подготовленных видеоматериалах, и важные новости повторяются в разных выпусках в течение дня, например «Президент Китая Си Цзиньпин выступает за всестороннюю глобализацию на саммите руководителей АТЭС в Перу»;

3. Прямое включение более распространено в вечерних выпусках, например, в программе «Сегодняшний мир (The world today)» (из лондонской студии CGTN) в 23:00 по пекинскому времени;

4. Из собранного материала видно, что эксперты в программах CGTN в основном дополняют друг друга, а жанр «дискуссия» с противоположными мнениями отсутствует.

Источники и литература

- 1) Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика: учеб. пособие [Электронная версия]. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 128.
- 2) Линь Хуэй. Типология – неизбежный путь развития китайского телевидения // Журналист. –2001. – № 9. – С. 26–29.
- 3) Сэнь Маофан. О жанрах телевидения // Исследования народного искусства. 1997. – № 1. –С. 3–12.