

Секция «Цифровая экономика и перспективные технологии управления данными»

Специфика работы создателей телепрограмм в условиях цифровой трансформации медиа: кейс-анализ шоу «Мальчики и девочки, вперёд!» (Аньхойское телевидение, 2024)

Научный руководитель – Ахвледзиани Мария Викторовна

Фу Сююй

Студент (магистр)

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

E-mail: 1739834668@qq.com

Особенности работы сотрудников развлекательных программ телеканала «Аньхой» — на примере 16-го сезона шоу «Мальчики и девочки, вперёд!» (2024 г.)

I. Как изменилось шоу в 2024 году: новый формат и медиасинергия

«Мальчики и девочки, вперёд!» — одно из самых популярных телешоу Китая, впервые вышедшее в эфир на телеканале «Аньхой» в 2010 году. За 16 сезонов программа прошла долгий путь, стала рекордсменом по количеству выпусков (почти 2400) и собрала аудиторию в более чем 1 миллиард человек. В соревнованиях приняли участие свыше миллиона человек — от простых зрителей до известных блогеров.

Формат шоу прост, но зрелищен: мужчины и женщины соревнуются на параллельных полосах препятствий, проверяя силу, ловкость и находчивость. Главная фишка каждого сезона — уникальные испытания, добавляющие элемент неожиданности. Победители получают призы, но главное — эмоции, адреналин и драйв, которые шоу дарит и участникам, и зрителям.

Сезон 2024 года стал по-настоящему особенным. Впервые темой проекта стала культура и туризм провинции Аньхой. Создатели шоу не просто добавили красивые виды в декорации — они полностью встроили культурные символы региона в сами испытания. Например, трассы оформлены в стиле исторических достопримечательностей 16 городов Аньхоя, а препятствия вдохновлены местными традициями.

Кроме того, впервые в истории проекта команда объединила телевидение и цифровые платформы. Благодаря сотрудничеству с Douyin (китайским TikTok) зрители получили возможность наблюдать за преодолением препятствий в прямом эфире, комментировать происходящее и даже взаимодействовать с участниками через интерактивные механики. Такой формат сделал шоу ближе к аудитории и значительно расширил его охват.

II. Как работали продюсеры: создание контента для двух платформ

Если раньше продюсеры шоу занимались исключительно телевизионной версией, то в 2024 году их работа стала гораздо сложнее. Теперь нужно было не просто придумать интересные испытания, но и сделать так, чтобы они смотрелись эффектно как на ТВ, так и в соцсетях.

Например, испытания были продуманы таким образом, чтобы выглядеть захватывающе в коротких видео. Женская трасса «Ловкость на крышах» отсылала к традиционной архитектуре Аньхоя: участницы перепрыгивали через препятствия, стилизованные под старинные дома. А на мужской полосе испытание «Волшебное перо» отдавало дань уважения местной каллиграфической культуре — гигантская кисть становилась сложным, но эффектным препятствием.

Но главным вызовом стало объединение телевидения и Douyin. Еще до выхода первого эпизода в сети запустили масштабную промокампанию, а в день записи шоу провели прямую трансляцию на платформе. Зрители могли не только наблюдать за соревнованиями,

но и задавать вопросы участникам, оставлять комментарии и даже влиять на ход шоу. В результате трансляцию посмотрели 3,329 миллиона человек, а на пике в эфире находилось одновременно 14 тысяч зрителей.

III. Как работала digital-команда: вирусные видео и интерактив с аудиторией

В 2024 году продвигать шоу только через традиционную рекламу было уже недостаточно. Поэтому digital-команда выбрала другой путь — создание контента, который сам распространяется по соцсетям.

Главной задачей было «заразить» аудиторию интересом к шоу. Для этого команда использовала две основные тактики:

Вирусные видео. Специально для Douyin было снято 68 коротких роликов с яркими моментами шоу. Эти видео не просто рекламировали проект, а сами по себе были интересными и легко заходили в рекомендации. Некоторые из них набрали до 1,5 миллиона просмотров, а общий охват хэштега #МальчикиИДевочкиВперёд превысил 330 миллионов.

Интерактив. Во время эфиров команда следила за комментариями, лайками и реакциями зрителей. Например, в одном из выпусков в прямом эфире провели викторину о культуре Аньхоя, и пользователи могли отвечать на вопросы прямо в комментариях. Такой подход не только увеличил активность зрителей, но и сделал их частью шоу.

В результате проект не просто вышел в топ Douyin, но и привлёк новую молодую аудиторию, которая раньше могла не интересоваться традиционным телевидением.

Заключение

Сезон 2024 года стал настоящим прорывом для шоу «Мальчики и девочки, вперёд!». Это больше не просто телевизионное соревнование, а полноценный мультимедийный проект, объединяющий телевидение и digital-платформы.

Сотрудничество с Douyin позволило не только привлечь миллионы новых зрителей, но и вовлечь их в шоу через интерактивные механики. Теперь зрители не просто смотрят программу — они участвуют в ней, комментируют, обсуждают и делятся моментами в соцсетях.

Этот опыт показывает, что традиционное телевидение может успешно адаптироваться к новой цифровой эпохе. Главное — не бояться экспериментировать и искать новые способы взаимодействия с аудиторией.

Источники и литература

- 1) Ван Синьян. Исследование пространственной практики реалити-шоу с элементами преодоления препятствий. Магистерская диссертация. Аньхойский университет, 2023. 2. Шоу «Мальчики и девочки, вперед!». Официальное объявление: новая трасса 2024 года уже здесь! // Официальный аккаунт WeChat. 22.05.2024. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/K0xdjbJMd-y4pzU4TQOREg> (Дата обращения: 09.06.2024). 3. Чжан Имэн. Анализ развития телевизионных программ провинциальных спутниковых каналов в эпоху новых медиа: на примере телесериалов и развлекательных программ Аньхойского телевидения // Западное телевидение и радиовещание. 2023. Т.44, №17: 162-164.
- 2) Шоу «Мальчики и девочки, вперед!». Официальное объявление: новая трасса 2024 года уже здесь! // Официальный аккаунт WeChat. 22.05.2024. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/K0xdjbJMd-y4pzU4TQOREg> (Дата обращения: 09.06.2024).
- 3) Чжан Имэн. Анализ развития телевизионных программ провинциальных спутниковых каналов в эпоху новых медиа: на примере телесериалов и развлекательных

программ Аньхойского телевидения // Западное телевидение и радиовещание. 2023.
Т.44, №17: 162-164.