

УДК 008

## Проблема вульгаризации китайских телепрограмм и способы ее решения

**Су Юйфан**

Преподаватель,

Юго-Западный университет политологии и права,  
401120, Китайская Народная Республика, Чунцин Ши, Юбэй Цюй, просп. Баошенг;  
e-mail: Yuifan@mail.ru

### Аннотация

В последние годы проблема вульгаризации китайских телевизионных программ становится все более актуальной. Тематами большинства телевизионных программ в Китае являются сенсации и скандалы. Потакая вкусам массовой аудитории, телевидение незаметно способствует внедрению вульгарного стиля низких образцов массовой культуры. В конечном итоге это приводит к ослаблению способности человека к самостоятельному мышлению, осмыслению социальных проблем. В последние годы содержание китайских телесериалов и телепередач стало весьма поверхностным, оно лишено интеллектуальной составляющей, стерты границы дозволенного подражания и копирования между крупными телевизионными станциями, что усиливает конкуренцию в этой отрасли. «Вульгарная» телепередача пренебрегает социальной значимостью, угождает потребностям аудитории, предлагая порой низкопробную информацию. Она в большей степени акцентирует внимание на эмоциях и воздействуют на органы чувств с помощью сенсационного материала и запутанного сюжета и даже создает ложные новости для привлечения зрителей. В статье рассматриваются причины возникновения вульгаризации китайского телевидения, предлагаются способы решения данной проблемы.

### Для цитирования в научных исследованиях

Су Юйфан. Проблема вульгаризации китайских телепрограмм и способы ее решения // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 3А. С. 89-95.

### Ключевые слова

Вульгаризация, результативность, причина, телепрограмма, телевидение, средства массовой информации, информация.

## Введение

Китайский словарь объясняет термин «вульгарный» как низкоуровневый, обыкновенный, пошлый, удовлетворяющий вкусу толпы. Термин «вульгаризация» имеет различные определения в разных странах, разных периодах и разных культурных традициях. На Западе в телепрограммах принято говорить о неприкосновенности частной жизни, сексе, насилии и других явлениях, и это не воспринимается как нечто вульгарное, для Китая же в силу национальных особенностей и культурных традиций многие материалы западных телепрограмм являются «вульгарными».

«Вульгарная» телевизионная программа – это, как правило, программа, демонстрирующая неприличное, неуважительное поведение, содержащая вульгарную лексику [Хуан Сюэцзянь, 2010]. «Вульгарная» телепередача пренебрегает социальной значимостью, угождает потребностям аудитории, предлагая порой низкопробную информацию. Она в большей степени акцентирует внимание на эмоциях и воздействуют на органы чувств с помощью сенсационного материала и запутанного сюжета и даже создает ложные новости для привлечения зрителей.

Вульгаризация обладает динамичным характером. С развитием страны, изменением социально-экономической и массовой культуры, будь то на Западе или в Китае, стандарт вульгаризации меняется. В последние десятилетия проблема вульгаризации телевизионной программы становится для китайского населения все более актуальной.

## Тенденция к вульгаризации китайских телепрограмм

Тенденция к вульгаризации китайских телепрограмм существует уже давно, она связана с коммерциализацией телевизионной культуры, увеличением числа развлекательных программ и маркетингом массовой коммуникации. В настоящее время телевизионные СМИ отказываются от своих социальных обязанностей в процессе распространения информации и в одностороннем порядке удовлетворяют потребность аудитории в передачах низкого уровня. Это проявляется в эротическом рендеринге и других способах обсуждения вульгарных тем и пропаганды нездорового образа жизни в целях удовлетворения потребностей массового зрителя в развлечениях. Подобные программы пропагандируют право зрителей следовать своим желаниям.

Съемки многих телешоу ведутся в диких местах. Например, цель программы «Дикое выживание» – научить людей выживать в суровых условиях, в пустыне, где туристы с наибольшей вероятностью могут потеряться или погибнуть. Оригинальная и захватывающая обстановка привлекает внимание зрителей, однако такие кадры, как поедание змеиных яиц, муравьев и сырой рыбы действуют на психику зрителей не лучшим образом.

Безусловно, развлечения являются частью человеческой жизни. Просмотр развлекательных телепередач помогает успокоиться и расслабиться. Однако «если развлечения – это не тщательно продуманные ворота с направляющей функцией, а плотина личности совершенно не защищена, то это губительно. Желание станет потоком, а Ван Янси уничтожит себя и поставит под угрозу общество» [Инь Хун, Жань Жусюе, Лу Хун, 2006]. В настоящее время авторы большинства развлекательных программ стремятся сделать их просто «забавными», отклоняясь от основной цели телевизионных программ – выполнение социально-ориентированных функций.

В последние годы содержание китайских телесериалов и телепередач стало весьма поверхностным, оно лишено интеллектуальной составляющей, стерты границы дозволенного

подражания и копирования между крупными телевизионными станциями, что усиливает конкуренцию в этой отрасли. В 2010 году в Китае появлялись различные эмоциональные программы, такие как «Мы встречаемся», «Защита любви», «Золотое посредничество», «Любовь всего города». Содержание этих программ в основном одно и то же, что значительно снижает эстетические стандарты аудитории.

### **Причины вульгаризации китайских телепрограмм**

Рассмотрим основные причины возникновения феномена вульгаризации телепрограмм в Китае.

1. Институциональные факторы на политическом уровне. После установления политики открытости в Китае социальная политика, экономика и культура страны изменились, результатом рыночных преобразований 1990-х годов стала в том числе вульгаризация телепрограмм. До 1990-х годов китайское радио и телевидение контролировались партией и служили народу. Начиная с 1990-х годов на радио и телевидении начали внедрять режим работы «бизнес-характер, управление предприятиями» [Оуян Хуншен, Дуань Хун, 2013], государственный контроль над радио- и телеиндустрией перешел от прямого руководства к косвенному управлению. Правительство децентрализовало и либерализовало телевизионные СМИ, чтобы позволить им расти и развиваться в рыночной среде. С одной стороны, это способствовало расширению возможностей телерадиовещания, с другой – средства массовой информации были ослеплены стремлением к рыночной конкуренции и с целью получения прибыли начали создавать «вульгарные» телепрограммы.

При этом правительство не обеспечило поддержкой развитие медиаиндустрии. Плохое государственное регулирование явилось одной из важных причин вульгаризации телевизионных программ. С одной стороны, существуют строгие ограничения в отношении содержания программ, с другой стороны, меры, принимаемые в качестве контроля за телевизионными программами, неэффективны. Кроме того, не сформирована система оценки телевизионных программ [Хуан Сюэцзянь, 2010]. Наконец, нет законов и нормативных актов, которые конкретно касаются вульгаризации телевизионных программ. До сих пор, помимо Положения об администрации радио и телевидения, обнародованного в 1997 году, в Китае нет специального закона о радио и телевидении. Государственное регулирование телевизионных программ и правовые нормы, которым руководствуются телевизионные продюсеры, опираются на Конституцию КНР, Гражданский кодекс КНР и местную политику. При этом Конституция КНР и Гражданский кодекс КНР не содержат конкретных норм в отношении телевизионных программ, данные нормативные акты освещают лишь некоторые аспекты, а местные административные нормы нестабильны. В подобных условиях наказание за производство «вульгарных» телепрограмм слишком мало, чтобы использовать его в качестве сдерживающего фактора.

2. Экономический уровень. «В 1986 году система CCTV начала использовать компьютеры для ведения ежедневной статистики рейтингов, отмечая один из важных показателей иностранной телевизионной индустрии – рейтинги, находящиеся на переднем крае развития китайского телевидения» [Хуан Сюэцзянь, 2010]. Дон Хьюитт написал в своей книге «60 минут: 50 лет Золотой телевизионной программы»: «Рейтинги – это способ для телевизионной индустрии измерить производительность. Это может быть хорошо или плохо» [Дон Хьюитт, 2004]. В телевизионных программах доминирует рыночная экономика, и прибыль – это ее

привлекательность. Доход от рекламы является основным способом получения прибыли от телепрограмм, а рейтинг аудитории является основным фактором, который учитывают рекламодатели при выборе рекламной платформы. Продюсеры телевизионных программ прилагают все усилия, чтобы удовлетворить предпочтения аудитории и порадовать ее. В результате достижение экономических выгод неизбежно приводит к пошлости.

3. В производстве телепрограмм не хватает «индивидуальных» новшеств. В условиях рыночной экономики все хотят зарабатывать «быстрые деньги». В сфере производства телевизионных программ это выражается в покупке ремейков авторских прав или в прямом копировании. Отсутствие телевизионных инноваций отражается в двух аспектах: один состоит в том, чтобы переделать классические фильмы и телевизионные драмы, а другой – в том, чтобы покупать онлайн-романы и авторские телевизионные драмы.

4. Разнообразные потребности аудитории. Теория иерархии потребностей Маслоу гласит, что потребление должно удовлетворять спрос. Потребности людей можно разделить на пять уровней постоянного прогресса: физиологические потребности, потребности в безопасности, потребности в любви и принадлежности, уважаемые потребности, удовлетворяющие себя потребности. Чтобы привлечь аудиторию, продюсеры выпускают соответствующие программы для удовлетворения потребностей аудитории. Физиологические потребности – развлечения представляют собой человеческий инстинкт. Жажда чрезмерного развлечения – одна из причин создания вульгарных телепрограмм.

### **Способы решения проблемы вульгаризации китайских телепрограмм**

Борьба с вульгаризацией телепрограмм в Китае предполагает принятие следующих мер:

- 1) Усиление государственного контроля. В условиях развития телевизионной индустриализации в Китае государственное регулирование является необходимым средством и важной гарантией содействия устойчивому развитию индустрии вещания и телевидения. Совершенствование правовых норм и создание системы научного государственного надзора является неизбежным требованием для развития индустрии телевидения [Лю Чжилин, 2011]. Несмотря на то, что существуют такие нормативные акты, как Положение об управлении радио и телевидением, Положение о просмотре и ведении телевизионных драм, которые ограничивают вульгарное содержание, в них не прописано четкого и конкретного наказания за нарушения и не перечислены практические ограничения правоприменения. Для решения проблемы вульгаризации китайских телевизионных программ необходимо создать полную систему управления программами, от планирования программы до ее разработки и выпуска.
- 2) Четкое позиционирование и полная осведомленность. Разработчикам новых программ необходимо использовать традиционные китайские ресурсы, знать особенности китайской культуры, изучать китайскую телевизионную аудиторию, чтобы создавать развлекательные программы, которые действительно подходят для китайской телевизионной аудитории. К примеру, программа CCTV «Lang du zhe» быстро стала культурным событием, она всесторонне интегрировало культуру, истории и эмоции, полностью отражая культурные ценности, эмоциональные ценности, рыночные ценности и ориентацию на здоровье. Этот пример доказывает, что для того, чтобы привлечь внимание аудитории, вовсе необязательно создавать вульгарные передачи низкого уровня. Ряд телевизионных программ, таких как «Книга поэзии в Китае», «Видеть слова как лицо»,

«Открытый ролл выгоден» и «Китайская поэтическая конференция», являются образцами независимых открытий. Телевизионные СМИ должны сознательно противостоять пошлости, укреплять доверие и создавать телевизионные программы, которые могут отражать правильные ценности.

3) Укрепление самодисциплины и медийной грамотности. Самодисциплина в средствах массовой информации является основным способом решения проблемы вульгаризации. Работники телевизионных СМИ должны осознавать, что они несут социальную ответственность за моральный климат в обществе и нравственные качества нынешнего и будущего поколений, одновременно уравнивая баланс между социальными и экономическими выгодами. Подражание средствам массовой информации и направляющая роль общественного внимания требуют от специалистов осознания того, что многие из ценностных решений общественности представляют собой бессознательный инстинктивный выбор, а не рациональный выбор, и потому так важно уделять особое внимание ценностной составляющей создаваемой телевизионной программы [Гэ Ся, 2015].

4. Создание комплексной системы оценки. На 18-м Национальном конгрессе Коммунистической партии Китая было четко заявлено: «Мы должны придерживаться ориентированной на людей творческой ориентации, улучшать качество культурных продуктов и противостоять вульгарному явлению». Как упоминалось ранее, трактовка вульгарности зависит от национальных условий и культуры. Разные ценности и этические стандарты имеют разные критерии оценки. Поэтому оценка «вульгарного» стандарта стала всемирной проблемой. Китайские телепрограммы также имеют единый правящий «вульгарный» стандарт. В прошлом телепрограммы в основном оценивались по рейтингу. Необходимо изменить предыдущую модель оценки. Следует сделать качество основным критерием, а социальную удовлетворенность и рейтинги – критериями вспомогательными. Телевизионные СМИ и их работники должны взять на себя социальные обязанности по привитию правильных ценностей.

## Заключение

В настоящее время явление вульгаризации наводнило весь мир китайских СМИ, в том числе и телевидения. Среди наиболее предпочтительных тем появились темы секса и насилия, сенсаций и скандалов. Преклонение перед потребительством способствует даже появлению ложных новостей. Потакая вкусам массовой аудитории, журналистика незаметно способствует внедрению вульгарного стиля низких образцов массовой культуры. В конечном итоге это приводит к ослаблению способности человека к самостоятельному мышлению, осмыслению социальных проблем. На самом же деле главное, в чем есть потребность у аудитории СМИ, – это получение правдивой, серьезной, значимой, содержащей смысл информации. Считаться с этой потребностью аудитории – одна из важных функций СМИ, приравняемая к общественной обязанности. Ведь общеизвестно, что журналистика должна способствовать прогрессу общества и помогать индивидуальному развитию.

## Библиография

1. Березин В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2003. 183 с.
2. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций. Минск: Гревцов Паблицер, 2009. 240 с.
3. Готдкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. М.: Аспект Пресс, 2004. 144 с.
4. Гэ Ся. Разговор о причинах и содействии вульгаризации телевизионных развлекательных программ в Китае // Шэньянский академический журнал. 2015. № 17. С. 58.

5. Инь Хун, Жань Жусюе, Лу Хун. Развлекательный вихрь: встреча с реалити-шоу на телевидении. Пекин.: Издательство Китайского радио и телевидения, 2006.
6. Ло Чжилинь. Анализ вульгарного феномена телепрограмм // Телевизионные исследования. 2011. № 6. С. 51.
7. Оуян Хуншен, Дуань Хун. Введение в радио и телевидение. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2013.
8. Хуан Сюэцзянь. Критика китайской телевизионной развлекательной культуры». Пекин: Издательство Университета связи Китая, 2010.
9. Хьюитт Д. 60 минут: 50 лет Золотой телевизионной программы. Пекин: Издательство университета Цинхуа, 2004.
10. Чуприна Н.В. Анализ роли масс-медиа в деятельности индустрии моды // Дизайн. Материалы. Технология. 2013. № 3. С. 103-107.

## **The problem of vulgarization of Chinese television programs and ways to solve it**

**Yufang Su**

Lecturer,  
South-West University of Political Science and Law,  
401120, Baosheng av., Yubei Qu, Chongqing Shi, People's Republic of China;  
e-mail: Yuifan@mail.ru

### **Abstract**

In recent years, the phenomenon of vulgarization of Chinese television programs has become increasingly noticeable. The themes of most television programs are sensations and scandals. Indulging in the tastes of the mass auditory, television imperceptibly contributes to the introduction of the vulgar style of low mass culture samples. Ultimately, this leads to a weakening of a person's ability to think independently, to a reflective understanding of social problems. The content of television series and television shows is very superficial, devoid of intellectual component, the boundaries of permissible imitation and copying between large television stations are erased, which increases competition in this industry. "Vulgar" television program neglects social significance, caters to the needs of the audience, sometimes offering low-grade information. It focuses more on emotions, affects the senses through sensational material and intricate plot, and even creates false news to attract readers. In fact, the most important thing that the media audience needs is to receive the truthful, serious, meaningful information. To take into account this need of the audience is one of the important functions of the media, equivalent to a public duty. The article discusses the causes of the emergence of vulgarization of Chinese television. The author suggests ways to solve this problem.

### **For citation**

Su Yufang (2019) Problema vul'garizatsii kitaiskikh teleprogramm i sposoby ee resheniya [The problem of vulgarization of Chinese television programs and ways to solve it]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 9 (3A), pp. 89-95.

### **Keywords**

Vulgarization, effectiveness, reason, television program, television, mass media, information.

---

## References

1. Berezin V.M. (2003) *Sushchnost' i real'nost' massovoi kommunikatsii* [The essence and reality of mass communication]. Moscow.
2. Chuprina N.V. (2013) Analiz roli mass-media v deyatel'nosti industrii mody [Analysis of the role of mass media in the activities of the fashion industry]. *Dizain. Materialy. Tekhnologiya* [Design. Materials. Technology], 3, pp. 103-107.
3. Ge Sya. (2015) Razgovor o prichinakh i sodeistvii vul'garizatsii televizionnykh razvlekatel'nykh programm v Kitae [Talking about the causes and promotion of the vulgarization of television entertainment programs in China]. *Shen'yanskii akademicheskii zhurnal* [Shenyang Academic Journal], 17, p. 58.
4. Geil K., Kaur Ya. (2009) *Moda i tekstil': rozhdenie novykh tendentsii* [Fashion and textiles: the birth of new trends]. Minsk: Grevtsov Pabliher Publ.
5. Gotdkin N.A. (2004) *Istoriya otechestvennogo i zarubezhnogo televideniya* [The history of domestic and foreign television]. Moscow: Aspekt Press Publ.
6. In' Khun, Zhan' Zhusyue, Lu Khun (2006) *Razvlekatel'nyi vikhr': vstrecha s reali-ti-shou na televidenii* [Entertaining whirlwind: meeting with a reality show on television]. Pekin: Publishing house of Chinese Radio and Television.
7. Khuan Syuetszyan' (2010) *Kritika kitaiskoi televizionnoi razvlekatel'noi kul'tury* [Criticism of Chinese entertainment television culture]. Pekin: China Communications University Press.
8. Kh'yuit D. (2004) *60 minut: 50 let Zolotoi televizionnoi programmy* [60 minutes: 50 years of the Golden television program]. Pekin: Tsinghua University Press.
9. Lo Chzhilin' (2011) Analiz vul'garnogo fenomena teleprogramm [Analysis of the vulgar phenomenon of TV programs]. *Televizionnye issledovaniya* [Television research], 6, p. 51.
10. Ouyan Khunshen, Duan' Khun (2013) *Vvedenie v radio i televidenie* [Introduction to radio and television]. Pekin: Publishing house of Peking University.