

**Специфика катаяского реалити-шоу**

*Ци Тяньтин*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Факультет журналистики, Лань Чжоу, Китай*

*E-mail: qitianting@126.com*

**1. Премияльная система** <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Одна из причин, привлекающих к участию во всевозможных реалити-шоу, конкурсах, играх, викторинах – это денежные призы, которые в некоторых странах составляют суммы со многими нулями. В Китае принципиально против больших денежных призов. Наградой обычно становятся какие-то вещи или путевки на экскурсию. Когда все-таки призом становятся деньги, то обычно этой награде стараются придать какой-нибудь символический смысл: например, “семейная мечта”, “сладкое фруктовое путешествие”, “фонд для начало хозяйства” и т.д. Одним словом, денежную награду нужно одеть в культурные и выразительные «одежки».

**2. Запретные темы**

Тема реалити-шоу, любой передачи с участием телезрителей должна быть поучительной. Невозможны дискуссии на темы политики. Очень широко трактуется запрет на темы секса и насилия.

**3. Запретное поведение**

В Китае не принято открыто выражать эмоции. Соответственно, и в телевизионных передачах, даже в самые волнующие моменты, участники воздерживаются от открытых проявлений чувств: не приветствуются поцелуи, слезы, крики радости и т.д. Исключены не только скандалы, но и перебранки, споры на повышенных тонах.

**4. «Вирусное» программирование**

Если один из каналов запустил успешное телешоу, то другие каналы стараются как можно быстрее запустить аналогичную передачу. Таким образом, одновременно могут идти до 10 однотипных передач на различных каналах. В результате интерес телезрителей быстро насыщается и падает рейтинг у всех передач этой «серии». Кроме того, в связи с такой ситуацией остро встает вопрос об авторском праве. Дело в том, что китайское законодательство в области СМИ не имеет четких формулировок на этот счет. Чаще всего разбирательства заканчиваются призывом соблюдать правила профессиональной этики.

**5. СМИ находятся под государственным надзором**

Известно, что пока в Китае отсутствует свобода слова, особенно в области СМИ. Не только информационные программы подлежат цензуре, но и развлекательные передачи, телесериалы также находятся под контролем. В законе об управлении радио и телевидением, принятом 11 августа <?xml:namespace prefix = st1 ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:smarttags" />1997 г., говорится о том, что в эфире не должно быть передач, направленных против национального единства, которое, однако, трактуется

очень широко. Справедливые требования ограничить темы секса, насилия и суеверий хотелось бы видеть также в более конкретных формулировках.

**6. Китайские телешоу больше интересуются результатом, чем процессом**

В китайских реалити-шоу гораздо меньше времени, чем, например, в российских, отдается показу так называемой обычной жизни участников. Минимум бытовых подробностей и непосредственного поведения. Даже в молодежных передачах невозможны столь частые на российском телевидении сцены интимных отношений участников реалити-шоу.

**7. Не конкуренция, а дружба**

В китайской культуре считается неприличным открыто стремиться к победе, конкурировать. Так, в передачах китайского телевидения нередко услышишь, что конкурсанты вовсе не стремятся выиграть, что для них главное – участие. В Китае была бы невозможна такая передача, как «Слабое звено», где участники обмениваются уничижительными характеристиками. Напротив, здесь считается обязательным хвалить соперника и преуменьшать собственные заслуги.

**Слова благодарности**

От души благодарю мою научную руководителю: Перипечина.ГалинаВикторовна и других!