

Секция «Журналистика»

Возможности для зарубежных ТВ программ в Китае

Дуань Фань

Аспирант

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

Пекин, Китай

E-mail: ilyzr@mail.ru

Неэффективность и некомпетентность внутренних китайских программ предоставляет широкие перспективы работы для зарубежных коллег, которые, однако, затем сталкиваются со сложностями вследствие политики, проводимой китайским правительством и различием культур.

Во-первых, китайское телевидение долгое время служило средством пропаганды для китайской партии и правительства. Помимо опасений, связанных с идеологией и культурой, законы частично были направлены на защиту внутреннего рынка Китая и частично на смягчение идеологических и культурных выпадов со стороны зарубежных ТВ программ. За последние 10 лет в Китае Государственное управление радио, кино и телевидения (SARFT) подписало ряд постановлений по контролю за зарубежными ТВ драмами:

– Постановление об импорте и транслировании зарубежных ТВ программ, которое было подписано 3-го февраля 1994 года. В нем сказано, что на каждом канале разных ТВ станций зарубежные ТВ драмы должны транслироваться в течение не более чем 25% от общего времени трансляции, а в час пик (18.00-22.00) не более 15%. [1]

– Постановление о пристальном контроле над импортом и транслированием зарубежных ТВ программ с элементами насилия, которое было подписано 8-го марта 1995 года. Его основная цель заключается в уменьшении импорта ТВ драм с элементами Кун-фу, полицией, криминалом и т.д. Зарубежные ТВ драмы, которые уже в прокате, должны пройти строгую цензуру, и все сцены насилия должны быть по возможности вырезаны. Показ зарубежных программ запрещен в час пик.

– Постановление по ужесточению контроля над импортом зарубежных ТВ драм, совместного производства и транслирования, которое было подписано в январе 2000 года. Основное внимание уделяется происхождению и жанру ТВ драмы. Импорт ТВ драм с элементами Кун-фу и криминалом не должен превышать 25% от общего импорта. Всем типам ТВ станций, кабельным каналам запрещена трансляция ТВ драм в час пик, если они не одобрены управлением SARFT. Одна драма не может транслироваться более чем на 3 региональных спутниковых каналах.

– Постановление о транслировании зарубежных ТВ программ, которое было подписано в июне 2000 года.

Во-вторых, различие культур не настолько влиятельно, как политика Китая, однако, оно все еще играет важную роль в импорте зарубежных программ. Культурные факторы оказывают огромное влияние на восприимчивость и менталитет китайской аудитории. Например, ТВ драмы из Кореи, Японии, Гонконга, как правило, значительно популярнее по сравнению с аналогичными западными программами из-за сходства

культур. Их темы, герои, сюжеты более приемлемы для китайской аудитории. Их популярность объясняется большими инвестициями и хорошим продвижением на рынке, что нехарактерно для зарубежных программ. И, напротив, ТВ программы, которые были популярны на европейском и американском рынках, находят своего зрителя только в узких кругах в Китае и не пользуются популярностью среди китайских ТВ станций. Поэтому если европейские и американские продюсеры планируют завоевать китайский рынок в ближайшем будущем, то им необходимо инвестировать свой капитал, заниматься технологией и продвижением своей продукции нежелезным экспортом в Китай.

В то время, как идеологические и культурные факторы все еще сильно будут влиять на зарубежные программы в ближайшем будущем, быстрое развитие телевидения в Китае и использование цифровых и спутниковых технологий в телевидении предоставляет отличную возможность для зарубежных ТВ программ.

Доход от рекламы ТВ станций Китая постоянно растет, и цифровое ТВ нормально функционирует. Процедура финансирования упростилась, рынок стал более открытым, поэтому денежный капитал был пущен в оборот. В октябре 2003 года, как Китай вступило в ВТО, управление SARFT одобрило совместную работу Китая и других стран по выпуску ТВ программ. Оно также заявило о том, что совместная работа Китая по выпуску ТВ программ с зарубежными коллегами должно предусматривать создание совместных предприятий, к которым доступ иностранных инвесторов ограничен. Иностранные инвесторы должны быть профессиональными ТВ компаниями, но работа по созданию совместных предприятий с ними запрещена ТВ и радиостанциям. Только крупные ТВ компании имеют право сотрудничать с иностранными инвесторами. Более того, официальный оборот совместного предприятия не должен превышать 50 млн. юаней и доля зарубежного инвестора не должна превышать 49%. Что касается видео-индустрии, то управление SARFT подписало распоряжение о том, что совместные ТВ предприятия могут быть образованы только на том условии, что владельцем являются китайские инвесторы. Новые изменения также были сделаны относительно количества зарубежных ТВ программ на платных ТВ каналах, соотношения зарубежного капитала в реструктурировании театров и квоты на импорт фильмов на китайском языке. Начиная с 2001 года, управление SARFT ратифицировало следующие ТВ каналы: Chinese Entertainment TV (CETV) STAR TV, Phoenix TV Hong Kong ATV, MTV и др. в провинции Гуандун. И до настоящего момента в Китае работал 31 зарубежный спутниковый канал. В августе 2005 года постановление о разрешении инвестировать иностранный капитал в ТВ и радиоиндустрию было подписано Министерством культуры Китая, управлением SARFT, Главной Администрацией прессы Китая, Национальной комиссией по развитию и реформам Китая и Министерством торговли.

В соответствии с постановлением, иностранному капиталу разрешено участвовать в производстве упаковки, печатной работе, распространению книг и газет, по выпуску записываемых компакт-дисков, торговле произведений живописи. Иностранному капиталу также разрешено создавать совместные предприятия по записи и подготовке компакт-дисков, при обязательном сохранении 51% всех акций компании китайской стороной. Иностранный капитал также может учреждать предприятия по распространению аудио и видео товаров (кроме ТВ фильмов) при сохранении доминирующей позиции Китая на этом предприятии.

Испытывая сложности с политикой, проводимой Китаем, и различием Культур, продвижение зарубежного капитала и ТВ программ на территорию Китая продолжает оставаться невысоким. Однако, с резким подъемом экономики Китая, развивающимся маркетингом и сильной нехваткой программ, ТВ будущее, несомненно, очень перспективное.

[1]Уан Шэнмин (2001): "Два оценки иностранных телевизионных программ претендует на внутреннем рынке" в: Китай бизнес пост .

Литература

1. Ху Жэн, Хуан Син, (2005) 'Годовой отчет китайского вещательных средств массовой информации в 2004 году в: '2005 Ежегодный Доклад о развитии китайской культуры промышленности', Китайских социальных наук - Документы издательство.
2. Ли Диэй Мин (2005) ' рекламы и маркетинг о стратегии драматического ТВ в: «Иньпин Нэйуэй» номер.3
3. Уан Шэнмин (2001): "Два оценки иностранных телевизионных программ претендует на внутреннем рынке" в: Китай бизнес пост .
4. Мин Сун: Маркетинг телевизионных программ // Цифровое телевидение. 2009. № 3. С. 12

Слова благодарности

Благодарю за внимание!