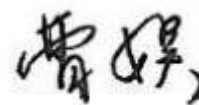


На правах рукописи



Цао Юй

**ДЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В КИТАЕ:
ОСОБЕННОСТИ ПРОГРАММИРОВАНИЯ
И КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЙ
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ**

специальность 10.01.10. – Журналистика

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Москва – 2021

Диссертация выполнена на кафедре телевидения и радиовещания
факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет имени М. В. Ломоносова»

Научный руководитель:

кандидат филологических наук (10.01.10) **Долгова Юлия Игоревна**,
доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики ФГБОУ
ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова»

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук (10.01.10) **Шестеркина Людмила Петровна**,
профессор, заведующий кафедрой «Журналистика, реклама и связи с
общественностью» ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный
университет (национальный исследовательский университет)»

доктор культурологических наук (24.00.01) **Новикова Анна Алексеевна**,
профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа
экономики»

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» (440026, г. Пенза, ул.
Красная, д. 40, к. 1)

Защита состоится 29 октября 2021 г. в 14.00 часов на заседании
Диссертационного совета ПДС 0500.003 при ФГАОУ ВО «Российский
университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва,
ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд. 730.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном
центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы
народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах: <http://vak.ed.gov.ru> и
<http://dissovet.rudn.ru/>

Автореферат разослан 28 сентября 2021 г.

Учёный секретарь

диссертационного совета ПДС 0500.003,
кандидат филологических наук, доцент



А. Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы связана с сохраняющейся значимостью детского телевидения как тематического сегмента вещания для воспитания и образования подрастающего поколения.

Интерес данной работы для международного научного сообщества обусловлен богатством детского телевизионного контента, представленного в медиапространстве КНР. Детское телевидение Китая имеет богатую историю, кроме того, для его процветания в стране созданы благоприятные экономические и правовые условия. Реклама в детских телепрограммах не запрещается, а существующее законодательство направлено на стимулирование развития сегмента, а также сохранение его воспитательно-образовательной значимости. Опыт Китая, безусловно, может быть полезен и интересен телевизионным продюсерам других стран.

Существенным является и тот факт, что изменение медиасреды в цифровую эпоху обусловило трансформацию медиапотребления и, как следствие, преобразование контент-стратегий и стратегий программирования телевизионных каналов, в том числе детских. Несомненна теоретическая и практическая значимость изучения подобных изменений.

Новое поколение детей выросло в цифровую эпоху. В настоящее время у них больше возможностей для развлечения и доступа к информации. Медиапотребление юных зрителей не ограничивается традиционными средствами массовой информации. Под влиянием развития интернет-СМИ привычки и предпочтения при выборе телепрограмм у детей значительно трансформируются. В ответ на вызовы цифровой эпохи телеиндустрия ускоряет темпы конвергенции: медиахолдинги и крупные телевизионные станции запускают сайты и мобильные приложения, синхронизированные с контентом телевизионных каналов. На сайтах крупных телестанций появляются домашние страницы детских каналов и телевизионных программ.

Серьезной проблемой для детского телевидения КНР становится чрезмерная развлекательность и примитивизация телевизионного контента. Для того чтобы собрать бóльшую аудиторию в условиях конкуренции с интернет-СМИ, детское телевидение увеличивает долю развлекательных передач, порой нарушающих моральные и этические нормы с целью привлечения зрителей, а также сокращая количество программ, реализующих воспитательную и образовательную функции. Тем не менее проанализированные в работе телеканалы демонстрируют успешный опыт контент- и программных стратегий. При сохранении важных для детского телевидения воспитательно-образовательных функций изученные в диссертационном исследовании телеканалы («ССТV-14-дети» и «Цзиньин») показывают высокие значения рейтингов.

Степень научной разработанности темы. Программирование и контент-стратегии детского телевидения в Китае недостаточно хорошо изучены и концептуализированы. Исследования китайских ученых в сфере детского телевидения часто носят субъективный характер, авторы более склонны делиться собственным

опытом и анализировать отдельные программы¹. Зарубежные ученые фокусируют внимание на изучении телевидения в своих странах². Кроме того, поскольку теоретические исследования китайского телевидения начались сравнительно поздно, а само телевидение развивается быстрыми темпами, оказались недостаточно изученными и многие теоретические вопросы, включая проблему классификации телевизионных программ, рассмотренную в данной диссертации.

Работ, посвященных детскому телевидению в Китае, не так много. Исследователь Чэнь Шупин в своей монографии рассматривал функции и тематику детских программ³. Ли Ци анализировала роль телевидения для детей в условиях конкуренции с другими СМИ⁴. Чжан Линчжэнь в своей монографии исследовала влияние телевидения на детей и детское восприятие телесмотра⁵. Чэнь Ли, редактор канала учебного телевидения «ССТV», исследовала детские предпочтения и специфику учебного телевидения⁶.

Психологические особенности влияния телевидения на детей и специфика восприятия юными зрителями телевизионных программ исследовались в работах китайских ученых Бу Вэй, Чжан Линчжэнь, а также Янь Хуань⁷.

¹ Ден Хуэй. Исследование детских развлекательных программ с точки зрения аудиторной психологии // Вестн. радио и телевидения КНР. – 2005. – № 10. – С. 71–72 (邓辉: 从受众心理纤细儿童电视娱乐节目); Яо Жуюн, Су Хаймин. Анализ содержательной структуры детского телеконтента // Вестн. Чанчуньского педагогического ун-та. – 2006. – № 4. – С. 97–101 (姚汝勇, 苏海明. 试析儿童电视节目的内容构架); Ван Жотин, Чжао Ян. Повышенное внимание к ребенку и повышение качества детского телеконтента (на примере программы «Дерево мудрости») // Вестн. радио и телевидения КНР. – 2011. – № 6. – С. 59–60 (王若霆, 赵扬: 树立儿童为本理念, 提高电视节目品质—以中央电视台《智慧树》为例); У Булин, Дун Ди. Исследование вопроса инноваций в детских программах в рамках медиаконвергенции // Сила коммуникации. – 2019. – № 22. – С. 78 (吴步龄, 董迪: 媒介融合背景下的儿童电视创新问题).

² Хилько Н. Ф. Духовно-нравственный потенциал детского кино и телевидения в России: теория, история и современность. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2011; Галочкина Г. А. Телевизионное вещание для подростков и юношества. – М.: МГУ, 1973; Когатько А. Г. История отечественного телевидения для детей (на примере программ для дошкольников, младших и средних школьников) // Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2007. – № 1–1. – С. 124–129; Медведева О. А. Телепрограммы для детей и юношества: тематика, визуальная структура, особенности восприятия: опыт белорусского телевидения: Дис. ... канд. филол. наук. – Минск, 1990; Schneider C., Silverman F. Children's Television: The Art, the Business, and How it Works. – Lincolnwood: NTC Business Books, 1989; Morrow R. W. «Sesame Street» and the Reform of Children's Television. – Baltimore: JHU Press, 2008; Buckingham D., Kelley P., Davies H., Jones K. Children's Television in Britain: History, Discourse and Policy. – London: Bloomsbury Academic, 1999.

³ Чэнь Шупин. Изучение детского телевидения. – Пекин: Изд-во Пекинского радиовещательного ин-та, 2003. (陈舒平: 儿童电视学).

⁴ Ли Ци. Дети и детское телевидение в условиях разнообразия медиа. – Пекин: Изд-во радио и телевидения, 2014. (李琦: 多元媒介环境下的儿童与儿童电视).

⁵ Чжан Линчжэнь. Телевидение и дети. – Пекин: Народное образование, 1999. (张令振: 电视和儿童).

⁶ Чэнь Ли. Телевидение и образование. – Пекин: Народное образование, 2005. (陈力: 电视和教育).

⁷ Чжан Линчжэнь. Телевидение и дети. – Пекин: Народное образование, 1999 (张令振: 电视和儿童); Бу Вэй: Влияние средств массовой информации и Интернета на детей // Семейное воспитание. – 2002. – № 10. – С. 16–17 (卜卫: 媒体和互联网对儿童的影响); Янь Хуань. Телевидение и психология несовершеннолетних. – Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2009. (闫欢: 电视与未成年人心理).

Специфике программирования детского телеканала «ССТV-14-дети» в условиях рыночной конкуренции была посвящена работа китайского исследователя Чжан Хуэйлин⁸. В ее монографии была изучена программная верстка «ССТV-14-дети» в декабре 2013 г., однако главной целью работы было выявление особенностей создания бренда телеканала; виды детских телепрограмм и специфика контент-стратегии телеканала в работе не исследовались.

Ван Цайпин, Чи Цзяньсинь, Ли Цзе исследовали контент-стратегии и способ программирования американского детского канала «Nickelodeon» и тайваньского «YOYO TV»⁹. В диссертации Янь Цзяньгуан анализировались маркетинговые стратегии детских телеканалов КНР¹⁰.

В последнее время исследователи фокусируют внимание на анализе актуального рынка детских телеканалов и тенденций его развития (см. работы Чжуан Дяньцзюнь¹¹, Цзян Хуа¹², Чен Хуа¹³, Юй Пэйся¹⁴), а также новостях для детей (см. работы Тан Вэй¹⁵ и Ван Лицзянь¹⁶).

Таким образом проблема трансформации контент- и программных стратегий в условиях цифровизации исследователями, в том числе в Китае, не рассматривалась, изменение привычек телевизионного просмотра не изучалось.

Теоретическую основу исследования составляют труды китайских, российских и зарубежных авторов в области массовой коммуникации, детской психологии и педагогики.

⁸ Чжан Хуэйлин. Специализация и брендинг канала (на примере детского канала «ССТV»). – Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2012. (张慧玲: 频道专业化、品牌化研究:-以中央电视台少儿频道为例).

⁹ Ван Цайпин, Чи Цзяньсинь, Ли Цзе. Канал «Пионер»: стратегия работы. – Шанхай: Изд-во Фуданьского ун-та, 2006. (王彩平, 池建新, 李洁: 频道先锋:电视频道运营攻).

¹⁰ Янь Цзяньгуан. Исследование работы детских каналов КНР: Дис. ... канд. филол. наук / Уханьский университет. – Ухань, 2011. (阎建光: 我国少儿电视频道运营研究).

¹¹ Чжуан Дяньцзюнь. Исследование новых реалий специализированного детского телевидения // Исследование телевидения. – 2015. – № 3. – С. 26. (庄殿君: 努力探索少儿电视专业频道发展的新常态).

¹² Цзян Хуа. Развитие и решение текущих вопросов на детских телеканалах и программах в Китае // Китайское телевидение. – 2014. – № 2. – С. 80–83. (姜华: 我国少儿电视频道和节目的发展现状及其应对策略).

¹³ Чэн Хуа. Статус и конвергенция детских телеканалов // Комментарии СМИ. – 2017. – № 9. – С. 93–94. (程华: 少儿电视频道现状与融合发展途径).

¹⁴ Юй Пэйся. Состояние и тенденции развития детского телевидения в Китае // Исследования ТВ. – 2005. – № 2. – С. 9–11. (余培侠: 中国少儿频道的现状与发展策略).

¹⁵ Тан Вэй. Изучение детской телевизионной информационной рубрики (на примере детского канала провинции Фуцзянь «Мини-новости Банбан») // Коммуникация на Юго-Востоке. – 2013. – № 6. – С. 61–62. (唐薇: 少儿电视资讯栏目实践的观察与探索——以福建少儿频道《棒棒微播报》为例).

¹⁶ Ван Лицзянь. Значение и устойчивое развитие детских телевизионных новостных программ в Китае // Вестн. Чунцинского ун-та почты и телекоммуникаций. – 2012. – № 5. – С. 86–90. (王利剑: 我国儿童电视新闻节目的重要性和持续发展).

При изучении детской психологии и педагогики мы обратились к работам следующих исследователей: Г. Ж. Ибраевой¹⁷, В. Ф. Одоевского¹⁸, С. А. Смирнова¹⁹, Бу Вэй²⁰, Чэнь Ци и Сюй Лихуа²¹, Тань Сюйдун²², Фан Фуси и Фан Гэ²³, Чжу Цзыцянь²⁴, Чэнь Хэцин²⁵, Янь Хуань²⁶, Дж. Кантора и Э. Натансона²⁷, С. Хоффнера²⁸, Р. М. Валкенбурга и С. Янсена²⁹.

Теоретической основой исследования стали также труды в области теории средств массовой информации, в том числе теории телевизионных жанров, а именно работы Р. А. Борецкого³⁰, В. В. Ворошилова³¹, Ю. И. Долговой и Г. В. Перипечиной³², А. А. Новиковой³³, Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского³⁴, А. Г. Качкаевой³⁵, Л. П. Шестеркиной³⁶ и др. Был изучен также ряд работ в сфере телевидения и массовых

¹⁷ *Ибраева Г. Ж.* Типология детской телевизионной аудитории: к проблеме восприятия детьми содержания передач // Вестн. Казахского национального ун-та. Сер. Журналистика. – 2017. – № 4 (46). – С. 161–171.

¹⁸ *Одоевский В. Ф.* Избранные педагогические сочинения. – М.: Учпедгиз, 1955.

¹⁹ Педагогика: педагогические теории, системы, технологии / Под ред. С. А. Смирнова. – М.: Академия, 2004.

²⁰ *Бу Вэй.* Контакт с медиа и развитие детской психологии // Необходимый журнал для родителей. – 1994. – № 9. – С. 19–20. (卜卫: 媒介接触与儿童的心理发展).

²¹ *Чэнь Ци, Сюй Лихуа.* Теория и практика вопросов воспитания детей. – Ханчжоу: Изд-во ун-та Чжэцзяна, 2014. (陈琦, 徐丽华: 儿童教育问题的理论和实践)

²² *Тань Сюйдун.* Понятие детства и реструктурирование детской литературы: детская литература в эпоху электронных СМИ. – Харбин: Изд-во детства и юношества Хэйлунцзяна, 2009. (谭旭东: 童年再现与儿童文学重构: 电子媒介时代的童年与儿童文学).

²³ *Фан Фуси, Фан Гэ.* Внутренний мир детей. – Пекин: Изд-во Пекинского ун-та, 1989. (方富熹, 方格: 儿童的心理世界).

²⁴ *Чжу Цзыцянь.* Детство – способ мышления и ресурс // Сценарии китайских книг. – 2006. – № 6. – С. 35–39. (朱自强: 童年——一种思想的方法和资源).

²⁵ *Чэнь Хэцин.* Исследование детской психологии. – Пекин: Деловое изд-во, 1925. (陈鹤琴: 儿童心理学研究).

²⁶ *Янь Хуань.* Телевидение и психология несовершеннолетних. – Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2009. (闫欢: 电视与未成年人心理).

²⁷ *Cantor J., Nathanson A. I.* Predictors of Children's Interest in Violent Television Programs // Journal of Broadcasting Electronic Media. – 1997. – Vol. 41. – No. 2. – Pp. 155–167.

²⁸ *Hoffner C.* Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters // Journal of Broadcasting Electronic Media. – 1996. – Vol. 40. – No. 3. – Pp. 389–402.

²⁹ *Valkenburg R. M., Janssen S. C.* What Do children Value in Entertainment Programs? A Crosscultural Investigation // Journal of Communication. – 1999. – Vol. 49. – No. 2. – Pp. 3–21.

³⁰ *Борецкий Р. А.* Беседы об истории телевидения. – М.: Икар, 2011.

³¹ *Ворошилов В. В.* Теория и практика массовой информации. – М.: КНОРУС, 2017.

³² Телевизионная журналистика / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Икар, 2011.

³³ *Новикова А. А.* Телевизионная реальность. Экранная интерпретация действительности. – М.: НИУ ВШЭ, 2013.

³⁴ *Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. и др.* Телевизионная журналистика. – М.: МГУ, 2005.

³⁵ *Качкаева А. Г.* Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 42–51.

³⁶ *Шестеркина Л. П., Николаева Т. Д.* Методика телевизионной журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2012.

коммуникаций китайских исследователей Го Чжэньчжи³⁷, Гун Чэнбо³⁸, Чжао Юймин³⁹, Чжана Хайчао⁴⁰, Лю Яньнань, Ся Чжэньюй, Ли Ин, Ян Чжэньжун⁴¹, Ян Хуаган⁴², Ли Ци⁴³.

В ходе диссертационного исследования мы обращались к работам западных исследователей в области телевидения, теории форматов и программирования: Р. Фидлера⁴⁴, Дж. Гилан⁴⁵, Б. Гросса, Л. Гросс и Ф. Перебиносова⁴⁶.

Научная новизна исследования.

1. Выделены аспекты реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением. Кроме того, исследованы жанры и форматы телепрограмм, наилучшим образом выполняющие воспитательно-образовательную функцию.

2. Изучена функциональная и жанрово-форматная специфика детского телевизионного контента на универсальных каналах и детских специализированных каналах в современном Китае.

3. Проанализированы контент-стратегии и приемы программирования ведущих детских телеканалов в многоканальной цифровой среде.

4. Исследованы предпочитаемые способы и время телепотребления юных зрителей КНР, а также выбираемые детьми и их родителями телевизионные жанры и форматы.

Объект исследования – детское телевидение в Китае.

Предмет исследования – контент-стратегии и программирование детского телевидения в Китае в цифровую эпоху.

Цель исследования – выявить специфику контент-стратегий и программирования детского телевидения в цифровую эпоху с учетом сохранения

³⁷ Го Чжэньчжи. История телевидения Китая. – Пекин: Изд-во Пекинского педагогического ун-та, 2000. (郭镇之: 中国电视史).

³⁸ Гун Чэнбо. Введение в телерадиовещание. – Пекин: Изд-во телерадиовещания Китая, 2009. (宫承波: 广播电视概论).

³⁹ Чжао Юймин. Краткая история развития вещания в Китае. – Пекин: Изд-во радио и телевидения, 1993. (赵玉明: 中国现代广播简史).

⁴⁰ Чжан Хайчао. Классификация китайских телепрограмм. – Пекин: Изд-во Китайского ун-та коммуникаций, 2007. (张海潮: 电视节目分类体系).

⁴¹ Лю Яньнань, Ся Чжэньюй, Ли Ин, Ян Чжэньжун. Способ классификации телевизионных программ – сочетание разных факторов и оформления // Современная коммуникация – Вестн. Китайского ун-та коммуникаций. – 2003. – № 1. – С. 22–25. (刘燕南, 夏征宇, 李颖, 杨振荣: 电视节目"多维组合"分类法及其编码设计).

⁴² Ян Хуаган. Аудитория царствует: стратегия брендов телеканалов в электронную эпоху. – Пекин: Изд-во радио и телевидения, 2007. (杨华钢: 受众为王数字时代的电视频道品牌营销战略).

⁴³ Ли Ци. Дети и детское телевидение в условиях разнообразия медиа. – Пекин: Изд-во радио и телевидения, 2014. (李琦: 多元媒介环境下的儿童与儿童电视).

⁴⁴ Fidler R. F. Mediamorphosis: Understanding New Media. – California: Pine Forge Press, 1997.

⁴⁵ Gillan J. Television & New Media: Must-Click TV. – N. Y.: Routledge, 2011.

⁴⁶ Gross B., Gross L. S., Perebinossoff P. Programming for TV, Radio & The Internet. – Burlington: Focal Press, 2005.

традиционных для КНР воспитательно-образовательных задач телевизионного контента.

В диссертации решаются следующие **задачи**:

1. Определить особенности детского телевидения как типа вещания (аудиторные, функциональные, жанрово-форматные), а также специфику законодательного регулирования.
2. Рассмотреть специфику контент- и программных стратегий в цифровую эпоху.
3. Изучить условия формирования детского телевидения как сегмента, его место в современной телевизионной системе КНР.
4. Исследовать жанрово-форматные особенности детского контента на современных универсальных и специализированных телеканалах, определить его воспитательно-образовательный потенциал.
5. Проанализировать приемы программирования в многоканальной цифровой среде, которые используют два ведущих детских телеканала («CCTV-14-дети», «Цзиньин»).
6. Исследовать проблемы эффективности контент-стратегий и приемов программирования детского телевидения Китая посредством изучения практик телевизионного потребления и видов телевизионного контента, который предпочитают юные зрители и их родители.

Эмпирическую базу исследования составили материалы интернет-сайтов универсальных и детских телеканалов КНР («CCTV-14-дети», «Цзиньин», «Ка Ку», «Юмань» и др.) в 2018–2019 гг., обзоры рынка китайских телеканалов, а также результаты проведенных автором опросов.

Опросы проводились в 2016 и 2020 гг., в них приняло участие 552 ребенка в возрасте от 3-х до 12 лет. Были выделены три группы юных зрителей: дошкольники, ученики 1–3 классов и ученики 4–6 классов.

Анкеты также заполняли родители (174 человека). Детям и родителям задавались разные вопросы. Так, например, юных зрителей мы спрашивали, когда они смотрят телепередачи и на каких устройствах; какой телевизионный контент им больше нравится и др. Всего детям было задано 11 вопросов.

Родители отвечали на вопросы о том, что они советуют смотреть своим детям; как относятся к научно-популярным программам; какие устройства считают наиболее предпочтительными для просмотра телепередач.

Методологическая основа диссертации. Для решения поставленных задач и проверки гипотезы, изложенной выше, автором использовались следующие теоретические методы: описательный, сопоставительный, социолого-статистический, сравнительно-исторический.

В данной диссертации используется сравнительный анализ, чтобы систематизировать приемы программирования телепрограмм на телеэкране и в веб-версиях телеканалов.

Чтобы исследовать жанрово-форматные особенности и функции детских программ на универсальных и специализированных детских каналах, мы применяли

сравнительный, а также контент-анализ. В ходе исследования приемов программирования автор обращался к качественному анализу программных сеток двух самых популярных телеканалов – «ССТV-14-дети» и «Цзиньин».

Хронологические рамки исследования ограничены 2016–2020 гг. Именно в этот период можно наблюдать взрывное развитие онлайн-медиа в Китае, что обуславливает актуальность изучения развития детского телевидения в новых условиях многоканальной цифровой среды.

Научная гипотеза. Изменение паттернов телепотребления детской аудитории в цифровую эпоху повлекло за собой трансформацию контента и программных стратегий детских телеканалов. Тем не менее ведущие детские телепрограммы КНР сохраняют традиционную для китайского детского телевидения ориентацию на воспитательно-образовательный контент. Это возможно благодаря обращению к востребованным у детской аудитории форматам, а также использованию актуальных технологий программирования в многоканальной среде.

Положения, выносимые защиту:

1. Современное детское телевидение Китая сохраняет традиционный для него воспитательно-образовательный потенциал благодаря государственной политике в области телерадиовещания.

2. Цифровая среда провоцирует изменение телесмотрения детской аудитории, что может отражаться на способах телевизионного просмотра, времени, проводимого у экранов, а также выбираемых передачах. Изменение телесмотрения детской аудитории провоцирует трансформацию контент- и программных стратегий детских телеканалов. Вещатели стремятся уделять больше внимания программированию в интернет-среде, обращаются к развлекательному контенту.

3. Можно говорить о поверхностном решении универсальными телевизионными каналами воспитательно-образовательных задач. В программной сетке, помимо мультфильмов, доминируют развлекательные форматы – ток-шоу и реалити-шоу. Качественно лучше различные аспекты воспитательно-образовательной деятельности реализуются на специализированных каналах, чему способствует богатый спектр программ различных форматов, а также китайских и импортных мультфильмов.

4. Различные виды детского контента по-разному реализуют воспитательно-образовательные задачи. Мультипликационные телепрограммы помимо развлекательной функции реализуют также такие аспекты воспитательно-образовательной деятельности, как передача нравственных ценностей и социальных норм; формирование способностей к самопознанию и познанию внешнего мира и привлечение детей к знаниям. Журналистские передачи, в первую очередь беседы, журналы, реалити-шоу, конкурсы, документальные фильмы и викторины, способны реализовать все аспекты воспитательно-образовательной деятельности.

5. Программная стратегия детских каналов «ССТV-14-дети» и «Цзиньин» отличается в выходные и в будние дни; в периоды учебы, каникул и праздников. Основные используемые приемы: «группировка» и «контрпрограммирование». В ходе программирования телевизионного эфира самые рейтинговые детские телеканалы

(«ССТV-14-дети» и «Цзиньин») обращаются к популярным у детской аудитории жанрам и форматам.

6. В ходе программирования интернет-сайтов и мобильного приложения «ССТV-14-дети» и «Цзиньин» уделяют большое внимание не только популярному, но и воспитательно-образовательному контенту.

Научно-практическая значимость работы заключается в возможности применения результатов исследования в деятельности тележурналистов и специалистов медиаиндустрии для построения эффективных контент- и программных стратегий детских телеканалов, а также универсальных телеканалов в области детского телевидения. Результаты систематизации работ по особенностям детского восприятия и предпочтений телепросмотра могут послужить основой для дальнейшего изучения детского телевидения, материалы анализа детских каналов Китая можно использовать в качестве учебных материалов для студентов.

Структура работы подчинена целям и задачам исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обозначена актуальность и научная новизна темы диссертационного исследования, степень ее изученности, определены объект и предмет исследования, сформулированы цели и задачи, выдвинута научная гипотеза. Кроме того, описана эмпирическая база и обоснован ее выбор, указана теоретическая и практическая значимость работы. Введение содержит сведения об апробации работы и научных публикациях автора, посвященных теме исследования.

Глава 1 «Программирование детского телевидения: философские, педагогические, производственные факторы» представляет собой теоретическую основу диссертации. В этой главе предлагается определение основных понятий, излагаются ключевые положения теории журналистики, педагогической и психологической теории, необходимые для дальнейшего исследования.

В **параграфе 1.1 «Специфика детской аудитории и тенденции законодательного регулирования сегмента (опыт КНР)»** автор дает определение понятию «детское телевидение», указывает возрастные границы, возможные градации и психологические особенности детской аудитории.

Детская аудитория в процессе исследования подразделяется на три группы: дошкольники (дети в раннем периоде детства: 3 – 6, 7 лет), ученики 1–3 классов и ученики 4–6 классов (дети в среднем периоде детства: 6, 7 – 11, 12 лет). Юные зрители до 3-х лет и старше 12-ти не рассматриваются. Анализируются специфика восприятия телевидения целевой аудиторией и новые привычки просмотра телевидения детьми в связи с развитием интернет-технологий. В параграфе также на примере опыта КНР анализируется возможное законодательное регулирование детского телевидения. Приводятся примеры законодательных актов, направленных на обеспечение

государственной поддержки детского телевидения, создающие условия для духовного здоровья подрастающего поколения, а также продвижения национальных и социалистических ценностей.

В параграфе 1.2 «Функциональная и жанрово-форматная специфика детского телевидения» анализируется функциональное и жанрово-форматное своеобразие детского телевидения.

Изучение функциональной специфики детских телепередач показывает, что помимо развлекательной функции, имманентно присущей детскому контенту, значимой является задача по воспитанию и образованию подрастающего поколения. Опираясь на педагогическую теорию, автор выделяет аспекты воспитательно-образовательной деятельности, в реализации которых значительную роль может играть телевидение:

1. Передача нравственных ценностей и социальных норм: в телевизионных программах и мультфильмах демонстрируются нравственные ценности или социальные нормы (например, прилежное поведение в школе).

2. Распространение культурных и научных знаний (например, в обучающих передачах и мультфильмах).

3. Привлечение детей к знаниям: упоминание и демонстрация положительных примеров в сфере образования, достижений в науке.

4. Формирование способности к самопознанию и познанию внешнего мира (отношение к себе, другим и обществу): упоминаются, демонстрируются социальные (профессиональные) роли, поведение детей и взрослых людей в реальных повседневных ситуациях (например, дети в школе в роли учеников).

На основе анализа работ о жанрах и форматах телевизионной журналистики автор определяет жанры и форматы, которые могут использоваться при продюсировании детских телевизионных передач:

1. Информационные жанры: заметка (аннотация), выступление (лекция), репортаж (путешествие).

2. Аналитические: беседа, обозрение, комментарий.

3. Художественно-игровые: телевизионный концерт (телешоу), спектакль (в том числе кукольный и музыкально-драматический), художественный телевизионный фильм, мультфильм, телесериал и мультсериал.

4. Документально-художественные: игра (викторина), реалити-шоу, конкурс, докудрама.

5. Распространенные телевизионные форматы: ток-шоу, телевизионный журнал, документальный фильм.

6. «Магазин на диване».

7. Полижанровая программа.

Отдельно выделяется такой тематический вид детского телевидения, как научно-популярная передача, который может создаваться в различных жанрах и форматах, но потенциально способен отлично выполнять воспитательно-образовательную функцию детского телевидения.

Параграф 1.3 «Телевизионное программирование в цифровую эпоху: специфика детского телевидения» посвящен исследованию стратегий программирования детских телеканалов на телевидении и на интернет-платформах и создает теоретическую базу для анализа программирования двух самых популярных детских телеканалов КНР («ССТV-14-дети» и «Цзиньин») в третьей главе.

В процессе систематизации исследований по теории программирования автор выделяет наиболее важные принципы программирования, а также приемы расстановки детских передач в сетке, в том числе на специализированных телеканалах. В частности отмечается, что время просмотра телевизионного контента аудиторией обусловлено ее ритмом жизни. Например, дети в КНР посещают детские воспитательно-образовательные учреждения с понедельника по пятницу. Дошкольники находятся в детском саду с 8:00 до 16:00. Занятия в начальной школе начинаются не ранее 7:30, а заканчиваются не позднее 17:00. В Китае существуют следующие праздничные дни для детей: 1 января; три дня в апреле – праздник Цинмин (почитание умерших); три дня в мае – праздник труда; 1 июня – Международный день защиты детей; три дня в июне – праздник лодок-драконов; один день в сентябре или октябре – праздник середины осени; семь дней в октябре – национальный праздник в честь основания КНР. Зимние каникулы длятся 4 недели (обычно начинаются в середине января), а летние каникулы – 8 недель (обычно начинаются в начале июля). Кроме того, в КНР принято следующее деление телепросмотра по частям суток: 00:00–06:00 (ночь), 06:00–09:00 (утро), 09:00–12:00 (первая половина дня), 12:00–14:00 (полдень), 14:00–19:00 (вторая половина дня), 17:00–19:00 (предпрайм), 19:00–22:00 (прайм-тайм), 22:00–24:00 (постпрайм). По мнению ученых, при программировании наиболее актуальными оказываются следующие приемы: «тематизация», «группировка», «подвешивание», «подпираание», «контрпрограммирование», «установка якоря», «пунктуальность», «повтор», «мост». Значимое влияние на программирование оказывает специфика аудитории, особенности конкурентной среды, сама телевизионная программа, законодательная база, принятая в данной стране, и др.

Развитие интернет-медиа, рост интереса детей к Интернету обусловил многоканальное программирование детских телеканалов. При размещении телевизионного контента на сайте значимое влияние имеет пользовательский опыт, который необходимо учитывать при формулировании задач веб-сайта, требований к контенту, определении его функциональной специфики, дизайна сайта и особенностей навигации. Удобство навигации, структура расположения контента, его богатство и разнообразие, интерактивность рассматриваются в процессе анализа интернет-страниц изучаемых телеканалов в третьей главе.

В данном параграфе также констатируется, что ключевое влияние на расположение передач на сайте в современных условиях оказывает технология больших данных, таким образом именно первая загрузка контента имеет принципиальное значение.

В главе 2 «Телевидение для детской аудитории в телевизионном пространстве Китая» анализируется контекст формирования детского телевизионного вещания, а также изучается современное состояние данного сегмента: жанрово-

форматные, аудиторные и функциональные особенности детского контента на универсальных и специализированных телевизионных каналах.

В параграфе 2.1 «**Политические, экономические и культурные предпосылки становления детского телевидения в КНР**» исследуется развитие детского телевидения в исторической ретроспективе. Рассматриваются условия, в которых формировалось современное детское телевидение Китая, факторы, обусловившие многие его особенности. Кроме того, особое внимание уделяется специфике формирования современной конкурентной среды на рынке детской медиапродукции после образования специализированных детских каналов и развития интернет-платформ.

В параграфе 2.2 «**Жанрово-форматные и функциональные особенности детского контента на универсальных телеканалах**» исследуются жанрово-форматные и функциональные особенности детского телевизионного контента на 31 универсальном региональном телеканале с августа 2018 г. по август 2019 г. Согласно рейтинговым показателям за пять лет (с 2014 по 2018 гг.) все каналы были разделены на четыре группы: «сильную», «активную», «слабую» и «отстающую». Были проанализированы жанрово-форматные и функциональные особенности телевизионного контента в каждой группе.

В параграфе 2.3 «**Жанрово-форматные и функциональные особенности детских телеканалов**» рассматриваются жанрово-форматные и функциональные особенности контента на шести специализированных детских телевизионных каналах. Каналы также подразделяются согласно рейтинговым данным на три группы, определяется жанрово-форматная и функциональная специфика для каждой из них.

В главе 3 «**Проблема эффективности программирования телеканалов “ССТV-14-дети” и “Цзиньин” в условиях цифрового многообразия**» автор исследует контент и программные стратегии двух самых рейтинговых детских телевизионных каналов («ССТV-14-дети» и «Цзиньин») в условиях многоканальной цифровой среды. Систематизируются результаты опросов детской аудитории и их родителей. В процессе сопоставления результатов анкетирования и анализа программных стратегий делается вывод о проблемах эффективности последних.

В параграфе 3.1 «**Контент-стратегия и программирование канала “ССТV-14-дети”**» и параграфе 3.2 «**Контент-стратегии и программирование канала “Цзиньин”**» проводится анализ программирования телеканалов в течение семи периодов, выделенных на основе ритма жизни детской аудитории Китая, а также пилотного исследования: период перед зимними каникулами (3 – 27 января); зимние каникулы (28 января – 3 марта); весенний семестр (4 марта – 30 июня); летние каникулы (1 июля – 1 сентября); осенний семестр (2 сентября – 30 декабря); праздники (5–7 апреля, 1–4 мая, 1 июня, 7–9 июня, 13–15 сентября); День образования КНР – 7-дневные каникулы (1–7 октября). Уделяется внимание специфике контента, размещаемого в различные тайм-слоты, приемам расстановки передач в сетке вещания. Рассматривается программирование интернет-сайтов и мобильных приложений, оценивается дизайн, разнообразие, интерактивность размещаемого контента, а также значимость

телевизионных передач с точки зрения выполняемых ими воспитательно-образовательных задач.

В параграфе 3.3 «Предпочтения детской аудитории в цифровую эпоху» представлены результаты анкетирования детей КНР в возрасте 3–12 лет и их родителей. В ходе опроса были исследованы следующие моменты:

1. Способ телевизионного просмотра, предпочтительный для детской аудитории.
2. Время и день недели, предпочтительный для телесмотра при помощи телевизора и других электронных устройств.
3. Жанры и форматы, предпочитаемые детской аудиторией при телевизионном просмотре.
4. Жанры и форматы детских программ, выбираемые родителями для своих детей.
5. Степень родительского контроля в процессе просмотра детьми телевизионного контента классическим способом и при помощи электронных устройств.
6. Отношение детей и родителей к научно-популярной телепрограмме.

В заключении представлены результаты проведенного исследования, приводятся основные выводы.

В ходе исследования детских телепередач на китайском телевидении в исторической ретроспективе был продемонстрирован тот факт, что культурно-просветительский контент для детей всегда имел большое значение для государственного телевидения. Китайское детское телевидение появилось в 1958 г., но до 1978 г. развивалось достаточно медленно. За исключением телеканала «Пекин», детские телепрограммы выходили нерегулярно. Музыкальные видеофрагменты для детской аудитории, кукольные спектакли и выступления хореографических ансамблей составляли основной вид контента, который тем не менее имел воспитательно-образовательное значение. В ходе «культурной революции» детские передачи стали использоваться для пропаганды идей Мао Цзэдуна и «культурной революции», демонстрировались «образцовые» фильмы и спектакли. В 1978 г. такая политика была пересмотрена, в связи с чем детское телевидение получило новый импульс для развития. Была создана четырехуровневая телевизионная система, позволившая создавать телестанции на центральном, провинциальном, городском и уездном уровнях. Новый этап развития детского телевидения связан с появлением специализированных детских телеканалов в начале XXI в.

В ходе типологизации детского контента на универсальных и специализированных телеканалах на современном этапе было выявлено, что самым распространенным форматом на всех видах телеканалов в настоящий момент являются мультипликационные фильмы. Рейтинговые телевизионные каналы, как правило, очень осторожны при выборе детских программ и предъявляют высокие требования к их качеству. Передачи для юных зрителей не всегда выходят регулярно и зачастую бывают сезонными. Жанрово-форматное разнообразие программ на детских телеканалах богаче на более рейтинговых телеканалах и беднее на менее рейтинговых. «Сильная» группа с

высокими рейтинговыми показателями использует все виды программ: кроме мультфильмов в сетке вещания есть выступления, викторины, спектакли, ток-шоу, беседы, телешоу, документальные фильмы. В группах каналов с низкими рейтингами остро стоит проблема повторов контента каналов-конкурентов.

В ходе исследования шести специализированных телеканалов было выявлено, что в группе с наивысшими рейтингами, помимо мультфильмов, транслировалось больше всего фильмов, телевизионных сериалов, концертов, документальных фильмов и программ в жанре «конкурс». Среди трех относительно отстающих каналов, за исключением фильмов, сериалов и мультфильмов, наиболее популярными типами программ оказались фильмы, «магазин на диване», конкурсные программы, телевизионные журналы и концерты. Самым распространенным видом контента на детских телеканалах стали тележурналы, «магазин на диване», реалити-шоу и конкурсы.

В ходе исследования функциональной специфики детского контента было выявлено, что помимо развлекательной задачи телепрограммы также реализуют различные аспекты воспитательно-образовательной деятельности, выделенные в первой главе. Мультфильмы на универсальных каналах выполняют в основном функцию привлечения детей к знаниям, а также передают им нравственные ценности и социальные нормы. Другие виды передач в большей степени направлены на привлечение детей к знаниям и распространение культурной и научной информации.

Мультипликационные фильмы на детских специализированных каналах также преимущественно передают нравственные ценности и социальные нормы и формируют способность к самопознанию, другие типы программ реализуют все аспекты воспитательно-образовательной деятельности.

В ходе анализа программных стратегий двух самых популярных детских специализированных каналов – «ССТV-14-дети» и «Цзиньин» между ними было выявлено несколько значительных различий. Во-первых, стратегия детского канала «ССТV-14-дети» корректировалась четыре раза в год в зависимости от каникул. Стратегия программирования также отличалась в выходные и в будние дни. В то же время мультипликационный канал «Цзиньин» редко корректировал свою программную политику. Во-вторых, на детском канале «ССТV-14-дети» было выделено много регулярных рубрик, на канале «Цзиньин» такого разнообразия не существовало. В-третьих, с точки зрения приемов программирования детский канал «ССТV-14-дети» использовал прием «группировка» для показа большого количества мультипликационных программ днем, а в течение весеннего и осеннего семестров в утреннем слоте, в предпрайм и прайм-тайм канал обращался к приему «контрпрограммирование». Кроме мультипликационных фильмов в программе передач присутствовали викторины, телешоу, тележурналы, информационные программы. В праздники выпускались мультфильмы и специальные концерты. Канал «Цзиньин» использовал прием «группировка» для трансляции анимационных программ целый день, обращался к приему «контрпрограммирование» в прайм-тайм и в предпрайм пятницы для демонстрации спортивных соревнований, документальных фильмов, реалити-шоу и информационных программ. При этом в конце прайм-тайма часто

выходили передачи в жанре «репортаж», ориентированные на родителей. Канал «Цзиньин» предпочитал использовать прием «мост» и начинал трансляцию новых программ за несколько минут до или после начала часа.

Программирование веб-сайтов и приложений двух каналов также значительно различалось. Во-первых, официальный сайт и приложение детского канала «ССТV-14-дети» были подчинены центральным органам телестанции «ССТV», а канал «Цзиньин» имел собственный официальный сайт и приложение. Во-вторых, поскольку детскому каналу «ССТV-14-дети» было необходимо соответствовать стилю телестанции «ССТV», стиль веб-страницы «ССТV-14-дети» выглядел относительно просто. Официальный сайт и страница программ канала «Цзиньин» оформлялись с использованием ярких и насыщенных цветов, а также привлекали аудиторию размещением популярных эмодзи. С точки зрения структуры оба сайта комбинировали вертикальную и горизонтальную структуры, размещали анимированные афиши в центре верхней части страницы.

Кроме того, официальный веб-сайт и приложение «Цзиньин» были ориентированы на мобильные электронные устройства и часто организовывали интерактивное взаимодействие с аудиторией, например, голосования, учитывая таким образом потребность посетителей в общении.

Анкетирование телевизионных зрителей показало, что менее 50% детей смотрят детские программы по телевизору, остальные – на электронных устройствах (компьютерах, мобильных телефонах, планшетах). Пятница, суббота и воскресенье остаются самым популярным временем телевизионного просмотра. Наиболее популярное время телесмотра при помощи электронных устройств определить сложнее, так как юные зрители могут обратиться к планшету или телефону в любое удобное для них время.

Из-за использования электронного оборудования родители также стали больше контролировать процесс выбора программ их детьми. Более 20% опрошенных нами родителей решают, что смотреть их детям, особенно при медиапотреблении посредством электронных устройств.

Наше исследование показало, что типы программ, которые нравятся родителям и детям, не всегда совпадают. Любимые детские программы дошкольников – мультфильмы. Ученики 1–3 классов предпочитают реалити-шоу. В то же время детям в этом возрасте нравятся фильмы, викторины, они с интересом относятся к документальному кино, конкурсам и телесериалам. Родители детей в возрасте от 7 до 9 лет выбирают для них телешоу, документальные фильмы и информационные программы.

Дети 4–6 классов начинают терять интерес к мультипликационным программам. Больше всего юных зрителей этой возрастной группы привлекают кинофильмы. Они проявляют низкий интерес к ток-шоу, кукольным спектаклям и программам в жанре «выступление».

Особо было исследовано отношение родителей и детей к научно-популярным программам. Значительное число телевизионных зрителей выбрали научно-популярную программу как наиболее предпочтительную для телевизионного

просмотра, однако важной оказывается форма, в которой подается познавательный контент.

По результатам исследования можно сформулировать следующие рекомендации для детских телеканалов:

1. Чтобы совместить реализацию развлекательной, образовательной и воспитательной функций, следует транслировать мультфильмы, направленные на образование и воспитание, детям дошкольного возраста.

2. Для детей 1–3 классов выпускать реалити-шоу, мультфильмы, викторины и документальные фильмы.

3. Транслировать фильмы, реалити-шоу, викторины, конкурсные программы и документальные фильмы для детей 4–6 классов.

4. Учитывая предпочтения родителей и детей при программировании онлайн-программ, каналам полезно отличать контент, транслируемый на канале и на сайте. Принимая во внимание родительский контроль над использованием электронного оборудования, выбор онлайн-контента должен больше основываться на образовательной и воспитательной функциях. В дополнение к мультфильмам на сайтах целесообразно увеличить количество викторин, конкурсов, художественных и документальных фильмов и концертов.

Подводя итог, мы можем сказать, что наша гипотеза относительно того, что обращение при планировании сетки вещания к журналистским жанрам и форматам, а также использование актуальных технологий программирования в многоканальной среде будет способствовать тому, что ведущие детские телеканалы КНР сохранят традиционную для китайского детского телевидения ориентацию на воспитательно-образовательный контент, подтверждается лишь отчасти. Как было отмечено выше, высокая доля журналистского контента в сетке вещания не является гарантией высоких рейтингов. Однако выбор определенной стратегии программирования, предполагающей частое использование таких приемов, как «контрпрограммирование», «якорь», «тематизация», «мост», способствует росту популярности канала.

В разделе «**Библиографический список**» указаны печатные и электронные источники: монографии, учебные пособия, статьи, диссертации, справочные издания на русском, английском и китайском языках, а также законы, акты, уставы и новости на китайском языке.

В приложение входят таблицы, в которых систематизируется состояние детского телевизионного контента в разные исторические периоды после образования первого телеканала в Китае, список рейтинговых показателей 31 универсального канала, а также образец опросов детей и их родителей.

Апробация исследования. Материалы диссертационного исследования были представлены на научно-практической конференции:

1. Долгова Ю. И., Цао Юй. Детское телесмотрение в Китае в цифровую эпоху: способы медиапотребления и родительский контроль. Доклад (устный) на X Международной научно-практической конференции НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований – 2020». Москва, 11 декабря 2020 г.

По теме исследования опубликовано 6 научных работ:

две статьи опубликованы в изданиях, входящих в базу Web of Science Emerging Sources Citation Index:

1. Долгова Ю. И., Цао Юй. Специфика реализации воспитательно-образовательной функции детским телевидением Китая // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – Т. 9. – № 3. – С. 543–553.

2. Цао Юй. Трансформация структуры и специфики современного детского телевидения на универсальных каналах Китая (1992–2018 гг.) // Вестник Томского государственного университета. – 2020. – № 457. – С. 46–52.

и четыре статьи – в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства науки и высшего образования РФ:

1. Цао Юй. Телеаудиторные предпочтения детей младшего и среднего школьного возраста КНР // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2017. – Т. 23. – С. 72–81.

2. Цао Юй. Понятие «дети» в китайской философии и педагогике // Научное мнение. – 2017. – № 27. – С. 89–96.

3. Цао Юй. Телеаудиторные предпочтения детей трехлетнего-шестилетнего возраста в КНР // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2018. – № 1. – С. 147–151.

4. Цао Юй. Структура и специфика современного детского телевидения на специализированных каналах Китая // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2019. – № 1. – С. 168–170.

Цао Юй (Китай)
ДЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В КИТАЕ: ОСОБЕННОСТИ
ПРОГРАММИРОВАНИЯ И КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЙ В ЦИФРОВУЮ
ЭПОХУ

Диссертация исследует детское телевидение в Китае в условиях изменения телевизионного потребления и трансформации программных и контент-стратегий детских телеканалов в цифровую эпоху. Автор концентрирует внимание на проблеме реализации образовательной и воспитательной функции детским телевидением под влиянием коммерциализации медиа и тенденции к тривиализации контента. Проводится комплексное исследование детского телевизионного вещания КНР, изучаются специфика становления и законодательного регулирования, а также современное состояние детского телевидения в Китае. Рассматриваются жанрово-форматные, функциональные и аудиторные особенности детского контента на универсальных и специализированных телеканалах. Анализируются стратегии программирования двух «самых» успешных детских телеканалов «CCTV-14 - дети» и «Цзиньин». Для выявления эффективности программных и контент-стратегий изученных телевизионных каналов проводится исследование трансформации медиапотребления их аудитории.

Cao Yu (China)
CHILDREN'S TELEVISION IN CHINA: FEATURES OF PROGRAMMING AND
CONTENT STRATEGIES IN THE DIGITAL AGE

The research examines the children's television broadcasting in China under conditions of changing television consumption, the transformation of programming and content strategies in the digital era. The author focuses on the problem of implementing the educational function of children's television broadcasting under the influence of trivialization of content and commercialization of broadcasting. A comprehensive study of children's television broadcasting in China, specifics of its development, the legislative regulation and the current state is conducted. Genre-format, functional and audience features of children's content on generalist TV channels and specialized TV channels are analyzed. We study programming strategies of two the most successful children's TV channels «CCTV-14 children» and «Jin Ying». To identify the effectiveness of program and content strategies of studied channels, the analysis of features of media consumption of children and their parents in the digital era is conducted.