



ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕДИА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

VISUAL MEDIA IN THE DIGITAL SPACE

DOI: 10.22363/2312-9220-2025-30-4-887-901

EDN: SPPIYS

УДК 791:070

Научная статья / Research article

Вертикальный поворот китайских сериалов: влияние практик мобильного просмотра на индустрию и нарратив

Л. Си¹ , А.А. Новикова^{2,3} , Ц. Сун^{4,5} 

¹ *Российский университет дружбы народов, Москва, Россия*

² *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия*

³ *Государственный институт искусствознания Министерства культуры Российской Федерации, Москва, Россия*

⁴ *Хэйлунцзянский университет, Харбин, Китай*

⁵ *Харбинский университет, Харбин, Китай*

 1042238016@pfur.ru

Аннотация. Цель – выявить влияние практик мобильного просмотра на нарративные стратегии и экономику индустрии веб-сериалов. Актуальность работы обусловлена стремительным ростом рынка вертикального видео, его растущим влиянием на глобальную медиainдустрию. При этом данный формат остается недостаточно изученным в академическом дискурсе на русском языке. Методология исследования включает обзорно-аналитический метод, формально-нарративный и дискурсивный анализ, а также анализ индустриальных данных. На основе изучения более 20 конкретных сериалов и отчетов аналитических агентств выявляются специфические черты формата. Дано развернутое определение вертикального микросериала как модульной, оптимизированной для мобильных платформ аудиовизуальной формы. Выявлены ключевые нарративные особенности: ориентация на сюжет (plot-driven), а не на развитие характера; использование особых приемов – крючков и клиффхэнгеров; компенсация предсказуемости сюжета за счет визуальной зрелищности. Обнаружена амбивалентная роль формата: с одной стороны, тематическая свобода и использование актуального интернет-языка, с другой – зависимость от адаптаций (IP) и риск творческой однородности. Проанализирована трансформация бизнес-моделей индустрии в сторону алгоритмической дистрибуции и детализированных схем монетизации, интегрированных в экосистему коротких видео. Делается

© Си Л., Новикова А.А., Сун Ц., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

вывод о том, что вертикальный микросериал представляет собой перспективный универсальный формат, чей успех основан на уникальном сочетании релевантной медиаформы, интерактивных практик потребления и коммерческой эффективности, что обеспечивает ему потенциал для глубокой интеграции в глобальное медиaprостранство.

Ключевые слова: Китай, микросериал, вертикальный формат, модульный нарратив, мобильная медиасреда

Вклад авторов. Концептуализация, сбор и анализ данных, написание рукописи – Си Линь; теоретическое обоснование, проверка и анализ данных, редактирование рукописи – А.А. Новикова; сбор и анализ данных, унификация текста – Сун Цзямэй. Все авторы прочли и одобрили окончательную версию рукописи.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 10 июня 2025 г.; отрецензирована 24 июля 2025 г.; принята к публикации 8 сентября 2025 г.

Для цитирования: Си Л., Новикова А.А., Сун Ц. Вертикальный поворот китайских сериалов: влияние практик мобильного просмотра на индустрию и нарратив // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2025. Т. 30. № 4. С. 887–901. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-4-887-901>

Vertical Turn of Chinese Series: Impact of Mobile Viewing Practices on Industry and Narrative

Lin Xi¹, Anna A. Novikova^{2,3}, Jiamei Song^{4,5}


¹ *RUDN University, Moscow, Russian Federation*

² *HSE University, Moscow, Russian Federation*

³ *The State Institute for Art Studies of the Ministry of Culture of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation*

² *Heilongjiang University, Harbin, People's Republic of China*

⁴ *Harbin University, Harbin, People's Republic of China*

 1042238016@pfur.ru

Abstract. The aim is to identify the impact of mobile viewing practices on narrative strategies and economics of the web series industry. The relevance of the work is due to the rapid growth of the vertical video market and its growing influence on the global media industry, while this format remains insufficiently studied in academic discourse in Russian. The research methodology includes an overview-analytical method, formal narrative and discursive analysis, as well as analysis of industrial data. Based on the study of more than 20 specific series and reports from analytical agencies, the specific features of the format are revealed. A detailed definition of vertical microseries is given as a modular audiovisual form optimized for mobile platforms. The key narrative features are revealed: plot-driven orientation rather than character development; the use of “hooks” and cliffhangers; compensation for the predictability of the plot due to visual entertainment. The ambivalent role of the format is revealed: on the one hand,

thematic freedom and the use of the current Internet language, on the other – dependence on adaptations (IP) and the risk of creative homogeneity. The transformation of the industry's business models towards algorithmic distribution and detailed monetization schemes integrated into the ecosystem of short videos is analyzed. It is concluded that the vertical microseries is a promising universal format, whose success is based on a unique combination of relevant media forms, interactive consumption practices and commercial efficiency, which provides it with the potential for deep integration into the global media space.

Keywords: China, microseries, vertical format, modular narrative, mobile media environment

Authors' contribution. Conceptualization, data collection & analysis, manuscript writing – Xi Lin; theoretical justification, data verification & analysis, manuscript editing – A.A. Novikova; data collection & analysis, text unification – Song Jiamei. All authors have read and approved the final version of the manuscript.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted June 10, 2025; revised July 24, 2025; accepted September 8, 2025.

For citation: Xi, L., Novikova, A.A., & Song, J. (2025). Vertical Turn of Chinese Series: Impact of Mobile Viewing Practices on Industry and Narrative. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 30(4), 887–901. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-4-887-901>

Введение

Глубокая трансформации медиасреды, вызванная стремительным развитием мобильного интернета, технологий алгоритмических рекомендаций, способов создания, распространения и потребления аудиовизуального контента, способствовала эволюции формата сериала. Вследствие этого мы наблюдаем взлет популярности вертикальных микросериалов, существенно отличающихся от предшественников – телесериалов, веб-сериалов и горизонтальных коротких сериалов. Телесериалы многие годы оставались важнейшей составляющей медиавещания. Основными их отличительными характеристиками был продолжительный хронометраж и линейная трансляция, вписанная в сетку вещания телеканала. Подобная модель долгое время доминировала на медиарынке. Сериалы «сложного телевидения» (Mittell, 2015, р. 17–54), появившиеся в 1990 гг., предложили зрителям драматургически многослойные, визуально изысканные повествования, предполагающие знание зрителем культурных контекстов и способность интерпретировать аудиовизуальные тексты.

Китайские сериалы, как и в других странах, с 1950 гг. претерпели существенные изменения. Они занимают важное место в национальном телевидении и давно стали ключевым форматом для трансляции национальной идеологии. В XXI в., на фоне распространения интернета и совершенствования инфраструктуры широкополосного вещания, на китайском медиарынке утвердились платформы, публикующие видеоконтент длинного хронометража –

Youku, iQIYI и Tencent Video. Это привело к появлению и институционализации нового формата – веб-сериалов, адаптировавших опыт телесериалов к «платформенной логике», связанной с отказом от «программного» вещания. Новизна формата была не только в доступе к просмотру, но и в новых производственных практиках, содержании и структуры нарративов. На первом этапе началась циркуляция контента между различными медиаплатформами, на втором – произошло их слияние и перестройка. Возникновение онлайн-сериалов и стриминговых платформ изменило расклад сил в индустрии производства видеоконтента. Появились гибкие и разнообразные форматы экранных зрелищ, расширился выбор для аудитории, но одновременно повествования стали клишированными, а режиссерские приемы стандартизированными. Продюсеры новых сериалов учли опыт зрительского взаимодействия с трансмедийными повествованиями (Arkhangelsky¹, Novikova, 2023, p. 318), успех видеоблогов на YouTube и коротких видео в TikTok (Kaye et al., 2022, p. 7). Это привело к появлению кратких, динамичных, имеющих высокую плотность содержания микросериалов, отвечающих потребностям современной молодой аудитории и ее типу восприятия (Новикова, Романичева, 2021, с. 108).

Сегодня можно говорить о переходе к мобильной медиасреде с основным контентом в виде коротких видеоформатов. Распространение вертикального микросериала свидетельствует о смещении центра медиавлияния с десктопных на мобильные устройства и возникновении экосистемы: «короткий сериал + платформа», ориентирующиеся на алгоритмическую дистрибуцию и «пользовательскую центричность».

Популярность микросериалов в Китае растет с 2017 г. и связана с распространением мобильных устройств и ростом платформ для размещения коротких видео (например, Douyin) (Лю Юй, 2024). Массовое распространение вертикальных микросериалов в Китае и в других странах началось в 2023 г. Согласно Отчету об экосистеме индустрии микросериалов (China Netcasting Services Association, 2024) в 2024 г. в КНР было выпущено на 26 % меньше горизонтальных сериалов, чем в 2023 г., и почти на 35 % больше вертикальных². К июню 2024 г. количество пользователей микросериалов в Китае составило 52,4 % от общего числа интернет-пользователей страны. Ожидается, что общий объем рынка онлайн-коротких сериалов в Китае к 2027 г. превысит 13,81 млрд долл.

На работу китайской индустрии онлайн-сериалов влияет строгая регламентация Главного управления радио и телевидения КНР. В частности, в выпущенном им в 2023 г. документе (NRTA, 2023) продолжительность веб-сериалов была ограничена: одна серия не должна превышать 45 мин, а весь сериал

¹ Alexander Arkhangelsky в РФ признан иностранным агентом.

² 2024 nian weidianju hangye shengtai dongcha baogao. [Insight Report on the Ecosystem of the Micro-Short Drama Industry in 2024.] // China Netcasting Services Association. 2024. (In Chin.) URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/m8BxvElkKYkH168J6DkC7A> (accessed: 19.09.2025).

может состоять не более чем из 40 серий³. Поскольку длинные сериалы по-прежнему требуют значительных затрат времени и средств (производство одной серии может обходиться в 2–4 млн юаней, а в случае премиальных проектов – свыше 5 млн), производителям оказывается выгоднее переключиться на производство более дешевых вертикальных микросериалов (их производство в среднем стоит 200–300 тыс. юаней, а весь производственный цикл от подготовки до релиза может занимать всего 1–2 недели). Вертикальные микросериалы состоят обычно из 60–120 серий, что с учетом модели быстрого производства выгодно их создателям (Дэн Мэн, 2025). Гигантский рост спроса на такую продукцию, зафиксированный аналитиками, и обусловил актуальность представленного исследования.

Современные форматы аудиовизуального контента, имеющие сверхкороткий хронометраж, вызывают большой интерес у академического сообщества. Однако значительная часть научной дискуссии происходит на китайском и английском языках (Вэй Ифэй, Чжао Синьжань, 2024; Ху, 2025). Она затрагивает темы новых повествовательных стратегий, эмоционализации мобильных медиа, новых продюсерских практик и др. Научная дискуссия на русском языке рассматривает микроформаты как способ презентации новостных материалов (Проскурнова и др., 2023) или инструмент маркетинга (Дин, 2024). Обсуждение художественной специфики «микрокино» только начато (Proskurnova et al., 2024). Считаем важным развивать эту дискуссию на материале микросериалов, поскольку этот формат оказывает существенное влияние на развитие медиаиндустрии и зрелищной культуры. Он отвечает ожиданиям аудитории, стремящейся фрагментировать свою деятельность, совмещая ее с мобильным потреблением информации и развлечений.

Материалы и методы

Рассматривается феномен вертикального микросериала с учетом трех ключевых аспектов, влияющих на его формирование: развитие медиаплатформ и производственных механизмов; изменение нарративной модели (включающей драматургические и режиссерско-постановочные приемы сторителлинга); трансформация практик медиапотребления. Авторы стремятся следовать подходу, предложенному Юрием Лотманом и реконструированному Суреном Золяном (2022, с. 171), описывающему не только текст, но и процессы текstopорождения, интерпретации и коммуникации вокруг него. В случае с поликодовыми текстами экранных медиа такая оптика еще более важна из-за увеличения интерактивности и эмоционального вовлечения аудитории при получении коллективного зрительского опыта (Novikova, Lerner, 2024, p. 212).

³ Guojia guangbo dianshi zongju guanyu jinyibu guifan dianshiju, wangluoju, wangluo dianying guihua beian he neirong shencha deng youguan shixiang de tongzhi (Guangdianfa [2023] No. 26). [Notice on Further Regulating the Planning, Filing, and Content Review of TV Dramas, Online Dramas, and Online Films (NRTA [2023] No. 26).] // NRTA (National Radio and Television Administration). 2023. (In Chin.) URL: https://gbdsj.gd.gov.cn/zwgk/zcfg/content/post_4262402.html (accessed: 19.09.2025).

На первом этапе исследования выявляются черты, сближающие вертикальный сериал и микрокино, при помощи обзорно-аналитического метода и формально-нарративного анализа. Это позволяет обозначить микросериалы, наиболее полно отражающие специфику формата. На втором этапе они анализируются с позиций киноведения и с применением дискурсивного анализа, позволяющего охарактеризовать содержательную специфику китайских мини-драм. На заключительном этапе, опираясь на анализ индустрии мобильных медиа и медиапрактик, рассматривается место этих сериалов в онлайн-коммуникации и практики взаимодействия с ними пользователей.

Результаты и обсуждение

В исследовании мы отталкивались от предложенного российскими авторами определения «микрокино» (Proskurnova et al., 2024), которые полагают, что эта форма киноискусства, существующая на границе онлайн-среды и киноиндустрии, отличается гибкостью и гибридной природой, а также фиксируют несколько ее фундаментальных характеристик: хронометраж от нескольких секунд до пяти минут, наличие авторской оригинальной идеи, сосредоточенность на освещении и осмыслении вневременных вопросов. Соглашаясь с этим описанием, мы также считаем важным подчеркнуть положение микросериала на границе онлайн-среды и киноиндустрии, что определяет специфику его медиальности, структуру нарратива и практики взаимодействия аудитории с этим зрелищем. Трансформация этих практик связана с появлением и ростом популярности платформы TikTok, чья эстетика также повлияла на нарратив и формат коротких серийных видео (Kaye et al., 2022). Короткие видеоролики TikTok сформировали новые формы развлечений, обмена информацией и общения молодых зрителей.

На первом этапе исследования был выявлен ключевой принцип, определяющий *нарративную модель* микросериала. Это *принцип модульности*, то есть членения большой истории на много маленьких самостоятельных частей, с которыми пользователь должен познакомиться в один заход. Принцип этот не новый и достаточно хорошо изучен в искусствоведении. В прошлые столетия он активно использовался в народном площадном театре, эстрадном театре миниатюр и кинокомедии начала XX в. (Тихвинская, 1995). Том Ганнинг (Gunning, 1990) обнаружил подобный подход в традиционном кино, назвав его «кино аттракционов» (учитывая опыт «монтажа аттракционов» С. Эйзенштейна), и подчеркнул, что основное его воздействие осуществляется не через заверченный сюжет, а через зрелищные элементы, напрямую влияющие на чувства зрителя. В эпоху телевидения искусство скетча (коротких сценок, одноактных пьес или комедийных диалогов), опирающееся на принцип модульности, стало основой для многочисленных телевизионных шоу (Новикова, 2008).

С появлением новых медиа исследователи сразу обозначили модульность как ключевой принцип их повествований (Manovich, 2002, p. 30). Сегодня его

активно продолжают использовать в зрелищной культуре, например в мультипликации (Прохоров, 2020) и индустрии юмористических программ (Isakava, 2023). Однако при высокой степени изученности самих принципов модульности и драматургии коротких зрелищных форм, появление онлайн-сериалов ультракороткого формата ставит перед исследователями новые задачи описания специфики их использования в новых условиях.

Особенности формата и практик потребления вертикальных микросериалов

Первая задача – дать определение «микросериал» и описание его форматных характеристик. Под *микросериалом* мы понимаем *цикл из нескольких десятков коротких аудиовизуальных историй, каждая из которых содержит законченную сцену* (при этом нарратив продолжает развиваться из серии в серию). Нарративы отдельных историй, несмотря на сюжетную простоту и краткость, держат зрителей в эмоциональном напряжении и усиливают вовлеченность за счет использования открытых конфликтов и аттракционов. Этот способ воздействия заимствуется микросериалами из популярного кино и телевизионных сериалов, создающих ощущение захватывающей истории за счет динамичности изменений и серии кульминаций, следующих друг за другом.

На данной момент можно выделить два базовых типа микросериалов, различающиеся по формату кадра и способам распространения: *горизонтальные микросериалы* с соотношением сторон 16:9 единиц⁴ и продолжительностью одной серии от пяти до пятнадцати минут, а также *вертикальные микросериалы* с соотношением сторон 9:16 и длительностью от одной до пяти минут. Первые близки по структуре и эстетике к традиционным фильмам и телесериалам. Они подходят для отображения сложных сцен и многоперсонажных диалогов, требуют от пользователя поворота смартфона или перехода в полноэкранный режим, что характерно и для традиционных видеоплатформ. Вторые оптимизированы под вертикальный интерфейс смартфонов, фокусируются обычно на одном визуальном объекте (чаще всего лице персонажа или предмете). Они рассчитаны на быстрое потребление контента, обеспечивая мгновенное вовлечение зрителя.

Несмотря на то что сериалы обоих типов распространяются преимущественно через мобильные платформы и социальные сети, вторые больше соответствуют, по мнению исследователей (Вэй Ифэй, Чжао Синьжань, 2024), привычкам мобильного медиапотребления, а также моделям и темпам производства контента. Будучи продуктом мобильной видеоэпохи, они трансформируются исходя из ее логики. Продолжительность серий становится все более короткой, структура нарратива фрагментированной и гибкой.

⁴ Соотношение сторон 16:9 означает, что ширина экрана (изображения) составляет 16 единиц, а высота – 9 единиц. Это современный широкоформатный стандарт для большинства телевизоров, мониторов, а также фильмов и видеоигр.

Микросериалы не требуют от зрителя сложного интерпретативного взаимодействия, что снижает «порог входа» для публики и увеличивает их популярность. Просматривая эпизоды сериала в транспорте или во время коротких перерывов, зритель быстро получает эмоционально насыщенное развлечение и целостный (или почти целостный) нарратив, отражающий знакомый социальный опыт.

Вторая задача – описание особенностей драматургии ультракоротких вертикальных сериалов. Традиционные для кино и телесериалов многоактные структуры в этом случае трудно реализуемы из-за жестких ограничений по хронометражу (длительность эпизода составляет 1–5 мин), поэтому нарратив имеет особую структуру. В ходе исследования проанализировали более 20 вертикальных сериалов и во всех отметили стремление к мгновенному погружению зрителя в сюжет. При этом чаще всего пропускается экспозиция и предыстория, а персонажей представляют с помощью визуальных меток и субтитров. Например, при первом появлении героя может быть написано: «Андрей, отец Анны». Ключевую роль в этой структуре играют два приема: хук (hook) и клиффхэнгер (cliffhanger). Уже на первых секундах серии используется хук, который демонстрирует центральный конфликт и мгновенно захватывает внимание зрителя. А в финале эпизода часто применяется клиффхэнгер, создающий напряженное ожидание и стимулирующий интерес к следующей серии.

В отличие от традиционных сериалов, для которых важна арка героя (иначе говоря, развитие действия часто идет через развитие характера – character-driven), вертикальные микросериалы опираются прежде всего на арку сюжета (plot-driven) (Brey, 2024). Развитие сюжета за счет внезапных внешних событий и цепочки непрерывных стимулов, формирующих драматическое напряжение, напоминает голливудский экшен или комиксы вселенной Marvel. Главный герой, оказавшись перед лицом неожиданной дилеммы, преодолевает серию испытаний и достигает успеха. Схема: конфликт – неожиданный поворот сюжета – кульминация, несмотря на предельную сжатость, держит напряжение и дает мгновенное удовлетворение от развязки. Это и есть главный механизм нарративного удовольствия (pleasure-driven narrative), привлекающий зрителей микросериалов, переходящих от модуля (серии) к модулю.

Финалы вертикальных микросериалов, как правило, предсказуемы: зритель нередко может предугадать развитие событий уже в первые секунды повествования. Чтобы компенсировать снижение интереса, вызванное этой предопределенностью, внимание зрителей акцентируется на визуальной насыщенности и выразительности формы подачи. Таким образом, именно зрелищность, по мнению исследователей нового формата, выступает в роли ключевого компенсаторного механизма, поддерживающего силу эмоционального воздействия (Ван Инцян, Цю Чжанхун, 2025).

Важный фактор, влияющий на популярность вертикальных микросериалов в КНР, касается их содержания. В отличие от длинных сериалов, подлежа-

щих в Китае строгому нормативному контролю⁵ (Zeng, Sparks, 2018), веб-сериалы, особенно вертикальные, обладают относительной свободой в выборе тем. Они смело включают эпизоды сексуальных отношений и курения, сцены с участием мафии и потусторонних существ, реинкарнации и путешествий во времени т.д. Работа с этими темами, практически недоступными для традиционных сериалов, становится для микросериалов мощным инструментом вовлечения аудитории и достижения эмоционального резонанса с ней.

При этом очевидная проблема индустрии связана с тем, что продюсеры веб-сериалов избегают оригинальных сценариев, предпочитая адаптировать известные литературные или поп-культурные истории (IP – Intellectual Property), обладающие фанатской базой и коммерческим потенциалом, снижая риски и повышая привлекательность нового произведения. В результате большинство проектов – это адаптации, что приводит к однотипности сюжетов. Например, сериал «Какая хорошая девочка» (好一个乖乖女), поставленный по одноименному роману, достиг больших коммерческих результатов, за которым последовало еще две экранизации – «Голос во тьме» (鸣冥) и «Роза на ладони» (手心里的玫瑰). Аналогичная ситуация наблюдается с романом «Он слишком дикий» (他过分野), который был экранизирован восемь раз. Различия между версиями сводятся в основном к визуальному оформлению и актерскому составу, тогда как их нарративная структура остается практически неизменной, что ведет к снижению зрительского интереса. Проведенное исследование показывает, что китайская индустрия вертикальных сериалов остро нуждается в профессиональных сценаристах, способных разрабатывать оригинальные концепции специально для коротких форматов, учитывая меняющиеся запросы аудитории и перспективу дальнейшего выхода на международные рынки.

На популярность вертикальных микросериалов также влияет использование более демократичного языка коммуникации. В реплики героев и субтитры вертикальных микросериалов широко внедряются интернет-мемы и популярные выражения, что обеспечивает мгновенный отклик у аудитории. Благодаря короткому производственному циклу и высокой скорости публикации, эти сериалы успевают задействовать «горячие мемы» в момент их пикового присутствия в интернет-дискурсе. Это стимулирует стремление зрителей ставить лайки и оставлять комментарии, в частности отправлять «данму» – плавающие комментарии, чрезвычайно популярные у азиатской молодежи (Lu et al., 2025). Реагируя на происходящее в реальном времени, зрители ощущают эмоциональную вовлеченность, принадлежность к зрительскому сообществу и сопричастность к коллективному цифровому опыту. Это позволяет нам

⁵ Длинные сериалы сосредоточены в основном на городских сюжетах. Продюсеры и дистрибьюторы учитывают риски, связанные с содержанием, поэтому избегают других жанров. Например, исторические драмы требуют высокой точности деталей и не допускают искажения истории; криминальные сериалы могут содержать элементы, которые трактуются как подстрекательство к насилию, потому запрещены; комедийные длинные сериалы в современных условиях трудно создать так, чтобы они удовлетворяли зрителей. В результате именно городские драмы остаются наиболее стабильным жанром для традиционных сериалов.

говорить о высокой интерактивности микросериалов, определяющей специфику их медиальности. Также для понимания природы этих сериалов как зрелища, нам важно описать их место в экосистеме коротких видео.

Китайская индустрия онлайн-сериалов на пути к глобальной коммерческой экосистеме

На третьем этапе исследования рассмотрели китайские вертикальные микросериалы как часть индустрии мобильных медиа. Сегодня они активно распространяются через платформы коротких видео Douyin, Xiaohongshu, Kuaishou, использующие алгоритмы и большие данные для анализа поведения пользователей и точечной дистрибуции контента. Случайно наткнувшись на один из эпизодов зрелища, человек может найти полный сериал на той же платформе, что удобно и повышает трафик и для платформы, и для контента. Это выгодно отличает вертикальные микросериалы от горизонтальных и классических сериалов, которые труднее интегрировать в экосистему коротких видео. Даже если их фрагмент вызывал интерес, пользователю нужно переходить на другую платформу, что снижает вовлеченность.

Начиная со второй половины 2023 г. наблюдается стремительный рост числа приложений для зарубежного распространения китайских коротких сериалов. Основными драйверами роста загрузок выступили США, Индонезия и Бразилия. Более 70 % трафика обеспечивалось за счет модели продвижения Web2App, при этом ключевыми каналами выступили платформы Meta⁶ и TikTok. В 2024 г. общее число загрузок таких приложений по всему миру выросло в 11 раз по сравнению с 2023 г. Объем доходов от внутриигровых покупок (in-app purchases) составил 570 млн долл. США, что в 12 раз превышает показатель предыдущего года⁷.

Эти данные свидетельствуют о том, что китайские короткие сериалы постепенно формируют глобальную коммерческую экосистему. На этом фоне наблюдается стремительное повышение качества и уровня профессионализации вертикального контента. Все больше профессиональных продюсерских команд, режиссеров и актеров вовлекаются в разработку коротких сериалов, платформы открывают специальные разделы для микросериалов. Приток инвестиций и технологические инновации превращают данный формат в важнейшее направление цифрового контентного производства (Лю Цзин, 2022).

Несмотря на государственное регулирование, медиабизнес КНР успешно развивается. С эволюцией медиаплатформ и производственных моделей диверсифицировались и механизмы распределения доходов. Эта тема также важна для нашего исследования, так как интересы бизнеса влияют на развитие медиаформатов. Традиционные телесериалы в основном полагались на

⁶ Признана экстремистской организацией в России.

⁷ 2025 nian shang bannian haiwai weiduanju hangye shuju dongcha baogao. [First Half of 2025: Overseas Micro-short Drama Industry Data Insight Report.] // DataEye. 2025. URL: <https://www.data-eye.com/report.html?key=2025H1%E6%B5%B7%E5%A4%96%E5%BE%AE%E7%9F%AD%E5%89%A7%E6%95%B0%E6%8D%AE%E6%8A%A5%E5%91%8A> (accessed: 19.09.2025).

доходы от рекламы и продажи авторских прав, что обеспечивало относительно стабильные отношения между производителями и вещателями и не требовало мгновенной реакции на запросы аудитории. Веб-сериалы используют комбинированные модели, предполагающие фиксированный лицензионный сбор плюс процент от доходов или пропорциональное участие в прибыли. Они зависят от количества просмотров, длительности удержания зрителя, доходов от рекламы и системы платного доступа. Схема монетизации сериалов в эпоху доминирования коротких видео, ориентированных на мобильные платформы, становится еще более детализированной: сюда входят доли от трафика, рекламное партнерство, коммерческая интеграция, платный доступ через мини-приложения и стимулирующие механизмы платформ. Все эти элементы, глубоко встроенные в алгоритмическую логику, учитывающие пользовательскую активность и цифровую дистрибуцию, приводят к фундаментальным сдвигам в структуре доходов индустрии сериалов (Ван Фан, Чжу Цзени, 2023) и регулярным переформатированиям. От модели, основанной на лицензировании авторских прав, она переходит к динамической системе, управляемой пользовательскими данными и алгоритмическими механизмами дистрибуции. Таким образом, мы можем говорить о том, что по мере перехода медиаплатформ от телевидения к интернету и далее – к мобильным устройствам, китайская индустрия сериального производства значительно изменилась с точки зрения логики вещания, моделей производственной экономики и схем монетизации, что влияет на форматы коммуникации с аудиторией.

В связи с высокой частотой попадания в пользовательские ленты и сильной вовлеченности аудитории, вертикальные микросериалы приобретают все больший рекламно-коммерческий характер. Они становятся эффективной платформой для нативной рекламы и прямых продаж, что способствует интеграции развлекательного контента с коммерческим. Это ведет к трансформации отрасли в сторону более системной и регулируемой модели развития, но не всегда положительно влияет на творческий уровень микросериалов, вынуждая продюсеров учитывать интересы не только зрителей, но и рекламодателей. Также необходимо учитывать, что продолжающийся рост влияния вертикальных микросериалов может быстро привести к усилению их государственного регулирования. На раннем этапе развития веб-сериалы и интернет-фильмы тоже были популярны благодаря тематической свободе, но вскоре подверглись строгому контролю со стороны государства. Так что в будущем вертикальные микросериалы в КНР могут столкнуться с серьезными вызовами в области творческой свободы и динамики отраслевого развития.

Заключение

Проведенное исследование позволяет дать развернутое определение и описание изучаемого формата. Под вертикальным микросериалом предлагаем понимать модульную историю, состоящую из ультракоротких (1 до 5 мин) эпизодов, снятых под современный формат мобильного видео (соотношение

сторон 9:16 единиц) и объединенных в единой цикл (60–120 серий) сквозным сюжетом, персонажами или темой. Каждая серия такого сериала, как правило, имеет самостоятельный сюжет с сильным конфликтом в начале и достаточно предсказуемым развитием действия, вовлеченность в которое обеспечивается активным использованием аттракционов, вниманием к деталям, яркой визуальной эстетикой и употреблением современной лексики. Тематика вертикальных микросериалов выходит за рамки цензурных ограничений, характерных для Китая, и активно использует фантастические мотивы, пользующиеся популярностью у аудитории, а также поднимает острые социальные темы и проблемы, волнующие подростков и молодежь.

Успех вертикальных микросериалов обусловлен уникальным сочетанием их медийной формы и способов дистрибуции, тематического разнообразия, эмоционально вовлекающих приемов сторителлинга и возможностей интерактивного взаимодействия с другими зрителями непосредственно в процессе просмотра. Все это делает их максимально релевантными современной медиасистеме, где особенно востребован фрагментированный, легкий и быстрый контент, соответствующий психологическим ожиданиям зрителя. Наше исследование доказывает, что вертикальные микросериалы представляют собой перспективный и динамично развивающийся формат цифрового контента, обладающий высоким потенциалом универсальности. Их способность достигать устойчивого баланса между коммерческой эффективностью, оригинальностью и нормативной допустимостью становится определяющим фактором, обеспечивающим не только их рыночную жизнеспособность, но и возможность глубокой культурной интеграции в глобальное медиaprостранство.

Список литературы

- Ван Инцян, Цю Чжанхун (王颖倩, 邱章红). Шису дэ тунхуа – ванлуо вэйдунаньцзюй дэ хуаю люцзи. [Светская сказка – дискурсивная логика интернет-микросериалов; 世俗的童话 – 网络微短剧的话语逻辑.] // Дандай дяньши (Современное телевидение; 当代电视). 2025. № 3. С. 4–10.
- Ван Фан, Чжу Цзени (王方, 朱婕宁). Идун шэцзяо цземесея дэ ванлуо вэйдунаньцзюй шэнчань луцзи чжуаньсян. [Поворот логики производства интернет-микросериалов в условиях интерфейсов мобильных социальных сетей; 移动社交界面下的网络微短剧生产逻辑转向.] // Наньцзин иишу сюэюань сюэбао: иньюэ юй бяоян бан (Вестник Нанкинского университета искусств. Серия: Музыка и сценическое искусство; 南京艺术学院学报: 音乐与表演版). 2023. № 4. С. 145–149.
- Вэй Ифэй, Чжао Синьжань (魏弈飞, 赵欣然). Шупин дуаньцзюй шидай дэ бяньцзюй чанцзо чжуаньсин. [Трансформация сценарного творчества в эпоху вертикальных микросериалов; 竖屏短剧时代的编剧创作转型.] // Сибу гуанбо дяньши (Западное радио и телевидение; 西部广播电视). 2024. Т. 45. № 9. С. 132–135.
- Дин Ваньжу. Короткие видео как новое направление маркетинговых исследований // Дискуссия. 2024. Т. 123. № 2. С. 66–72.
- Дэн Мэн. (邓萌). 2024 нянь дуаньцзюй шичан гуаньча. [Наблюдение за рынком коротких сериалов в 2024 году; 2024年短剧市场观察.] // Чжунго дяньин шичан (Китайский кинорынок; 中国电影市场). 2025. № 3. С. 32–41.

- Золян С.Т. Юрий Лотман: о проблемах языка и языкознания // Вопросы языкознания. 2022. № 1. С. 106–119. <https://doi.org/10.31857/0373-658X.2022.1.106-119>
- Лю Цзин (刘璟). Ванлуо вэйдуаньцзюй фачжань сяньчжуан цзи цянцзин чутань. [Предварительное исследование современного состояния и перспектив развития интернет-микросериалов; 网络微短剧发展现状及前景初探.] // Сяньдай шытин (Современное аудиовизуальное искусство; 现代视听). 2022. № 11. С. 45–47.
- Лю Юй (刘宇). Мэйцзе шэнтайсюэ шицзяося ванлуо вэйдуаньцзюй жунхэ фачжань яньцзю. [Исследование интегрированного развития интернет-микросериалов с точки зрения медиаэкологии; 媒介生态学视角下网络微短剧融合发展研究.] Шуошы луньвэнь, Хэйлунцзян дасюэ (Магистерская диссертация, Хэйлунцзянский университет; 硕士论文, 黑龙江大学), 2024.
- Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб. : Алетейя, 2008. 208 с.
- Новикова А.А., Романичева Е.С. Медиаэкологический подход к развитию современного литературного образования // Литература в школе. 2021. № 4. С. 105–120. <https://doi.org/10.31862/0130-3414-2021-4-105-120>
- Проскурнова Е.Л., Чжу В., Волкова И.И. Опыт размещения новостных материалов в формате коротких видео китайскими телеканалами на платформе Douyin // Наука телевидения. 2023. Т. 19. № 4. С. 233–269. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2023-19.4-233-269>
- Прохоров А.В. Эволюция короткометражной анимации студии Pixar // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5. № 4. С. 54–68.
- Тихвинская Л.И. Кабаре и театры миниатюр в России. 1908–1917. М. : РИК Культура, 1995. 411 с.
- Arkhangelsky A., Novikova A. Transmedia strategies in school literary education: deconstructing kitsch and the semiotics of readerly creativity // Chinese Semiotic Studies. 2023. Vol. 19. No. 2. P. 315–332. <https://doi.org/10.1515/css-2023-2007>
- Brey P. The Bible and Cinema: Artistic-Literary convergences // Poligrafi. 2024. Vol. 29. No. 115/116. P. 165–182.
- Gunning T. The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator, and the Avant-Garde // Early Cinema: Space, Frame, Narrative / Ed. T. Elsaesser. London : British Film Institute, 1990.
- Isakava V. Scary funny television: “Call DiCaprio!” in local and global contexts // Slavica Tergestina. 2023. Vol. 31. No. 2. P. 130–164. <https://doi.org/10.13137/2283-5482/36098>
- Kaye D.B.W, Zeng J., Wikström P. TikTok: Creativity and Culture in Short Video (Digital Media and Society). Cambridge : Polity, 2022.
- Lu Sijing, Lu Siwen, Liang Lisi. Danmu-Mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age. New York : Routledge, 2025. <https://doi.org/10.4324/9781003475422>
- Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 2002.
- Mittell J. Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling. New York : New York University Press, 2015.
- Novikova A., Lerner J. Russian cognitive approaches for studying genres of contemporary electronic communication: interpreting “Sincere Conversations” in new media // Russian Literature and Cognitive Science / Ed. T. Dolack. P. 211–230. Lanham, Maryland : Lexington Books, 2024.
- Proskurnova E., Xi L., Litvincev A., Algavi L. Microcinema: what are the ultra-short films of the digital age? // Media Education. 2024. Vol. 20. No. 2. P. 272–281. <https://doi.org/10.13187/me.2024.2.272>
- Xu X. The narrative domain and industrial restructuring of micro-drama in media fusion: post-film era perspectives // Journal of Arts, Society, and Education Studies. 2025. Vol. 7. No. 2. P. 243.
- Zeng W., Sparks C. Production and politics in Chinese television // Media, Culture & Society. 2019. Vol. 41. No. 1. P. 54–69. <https://doi.org/10.1177/0163443718764785>

References

- Arkhangelsky, A., & Novikova, A. (2023). Transmedia strategies in school literary education: deconstructing kitsch and the semiotics of readerly creativity. *Chinese Semiotic Studies*, 19(2), 315–332. <https://doi.org/10.1515/css-2023-2007>
- Brey, P. (2024). The Bible and Cinema: Artistic-Literary convergences. *Poligrafi*, 29(115/116), 165–182.
- Deng, Meng. (2025). 2024 nian duanju shichang guancha. 2024年短剧市场观察. [Observation Reports of the Short Drama Market in 2024.] *China Film Market*, (3), 32–41. (In Chin.)
- Ding, Wanzhu. (2024). Short-form videos as a new direction in marketing research. *Discussion*, 123(2), 66–72. (In Russ.)
- Gunning, T. (1990). The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator, and the Avant-Garde. In T. Elsaesser (Ed.), *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*. British Film Institute.
- Isakava, V. (2023). Scary funny television: “Call DiCaprio!” in local and global contexts. *Slavica Tergestina*, 31(2), 130–164. <https://doi.org/10.13137/2283-5482/36098>
- Kaye, D.B.W, Zeng, J., & Wikström, P. (2022). *TikTok: Creativity and Culture in Short Video (Digital Media and Society)*. Polity.
- Liu, Jing. (2022). Wangluo weiduanju fazhan xianzhuang ji qianjing chutan. 网络微短剧发展现状及前景初探. [Preliminary Exploration and the Current Situation Prospects of Internet Micro-short Dramas.] *Modern Audiovisual Art*, (11), 45–47. (In Chin.)
- Lu, Sijing, Lu, Siwen, & Liang, Lisi (2025). *Danmu-Mediated Communication and Audiovisual Translation in the Digital Age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003475422>
- Liu, Yu. (2024). *Meijie shengtaixue shijiao xia wangluo weiduanju ronghe fazhan yanjiu*. Shuoshi lunwen Heilongjiang Daxue. 媒介生态学视角下网络微短剧融合发展研究. 硕士学位论文. [Research on the Integrated Development of Internet Micro-Short Dramas from the Perspective of Media Ecology. Master’s thesis.] Harbin. (In Chin.)
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York University Press.
- Novikova, A. (2008). *Contemporary Television Entertainment: Origins, Forms, and Methods of Influence*. Saint Petersburg: Aletheia Publ. (In Russ.)
- Novikova, A., & Lerner, J. (2024). Russian cognitive approaches for studying genres of contemporary electronic communication: interpreting “Sincere Conversations” in new media. In T. Dolack (Ed.), *Russian Literature and Cognitive Science* (pp. 211–230). Lexington Books.
- Novikova, A.A., & Rovanicheva, E.S. (2021). Media ecological orientation in modern literary education. *Literature at School*, (4), 105–120. (In Russ.) <https://doi.org/10.31862/0130-3414-2021-4-105-120>
- Prokhorov, A.V. (2020). Pixar animated short films’ evolution. *Communications. Media. Design*, 5(4), 54–68. (In Russ.)
- Proskurnova, E., Xi, L., Litvincev, A., & Algavi, L. (2024). Microcinema: what are the ultra-short films of the digital age? *Media Education*, 20(2), 272–281. <https://doi.org/10.13187/me.2024.2.272>
- Proskurnova, E.L., Zhu, W., & Volkova, I.I. (2023). Experience of posting news in the format of short videos by Chinese TV channels on Douyin. *The Art and Science of Television*, 19(4), 233–269. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2023-19.4-233-269>
- Tikhvinskaya, L.I. (1995). *Cabarets and Miniature Theaters in Russia, 1908–1917*. Moscow: RIK Kul’tura Publ. (In Russ.)
- Wang, Fang, & Zhu, Jiening. (2023). Yidong shejiao jiemian xia de wangluo weiduanju shengchan luoji zhuanxiang. 移动社交界面下的网络微短剧生产逻辑转向. [Logic Shift in the Production of Internet Micro-Short Dramas under Mobile Social Media Interfaces.] *Journal of Nanjing University of the Arts (Music and Performance)*, (4), 145–149. (In Chin.)

- Wang, Yingqian, & Qiu, Zhanghong. (2025). Shisu de tonghua – wangluo weiduanju de huayu luoji. 世俗的童话 – 网络微短剧的话语逻辑. [Secular Fairy Tales: The Discourse Logic behind Internet Micro-Short Dramas.] *Contemporary Television*, (3), 4–10. (In Chin.)
- Wei, Yifei, & Zhao, Xinran. (2024). Shuping duanju shidai de bianju chuangzuo zhuanxing. 竖屏短剧时代的编剧创作转型. [Transformation of scriptwriters' creation in the Era of Vertical-screen Micro-Short Dramas.] *Western Radio and Television*, 45(9), 132–135. (In Chin.)
- Xu, X. (2025). The narrative domain and industrial restructuring of micro-drama in media fusion: post-film era perspectives. *Journal of Arts, Society, and Education Studies*, 7(2), 243.
- Zeng, W., & Sparks, C. (2019). Production and politics in Chinese television. *Media, Culture & Society*, 41(1), 54–69. <https://doi.org/10.1177/0163443718764785>
- Zolyan, S.T. (2022). Yuri Lotman: On Problems of language and linguistics. *Voprosy Jazykoznanija*, (1), 106–119. (In Russ.) <https://doi.org/10.31857/0373-658X.2022.1.106-119>

Сведения об авторах:

Си Линь, аспирантка кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0009-0000-2093-8846; SPIN-код: 8888-6053. E-mail: 1042238016@pfur.ru

Новикова Анна Алексеевна, доктор культурологии, кандидат искусствоведения, профессор Института медиа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20; ведущий научный сотрудник, Государственный институт искусствознания Министерства культуры Российской Федерации, Российская Федерация, 125375, Москва, Козицкий переулок, д. 5. ORCID: 0000-0001-6848-875X; SPIN-код: 3743-4698. E-mail: anovikova@hse.ru

Сун Цзямэй, докторант постдокторской исследовательской станции иностранных языков и литературы, Хэйлунцзянский университет, Китайская Народная Республика, 150006, Харбин, ул. Сюефу, д. 74; кандидат филологических наук, старший преподаватель, Харбинский университет, Китайская Народная Республика, 150086, Харбин, пр. Чжунсин, д. 109. ORCID: 0009-0005-4914-662X; SPIN-код: 2071-1078. E-mail: songjiamei2016@gmail.com

Bio notes:

Xi Lin, PhD Student of the Department of Mass Communications, Faculty of Philology, RUDN University, 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0009-0000-2093-8846; SPIN-code: 8888-6053. E-mail: 1042238016@pfur.ru

Anna A. Novikova, Grand PhD in Culture Studies, PhD in Arts, Professor of the Institute of Media, HSE University, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation; Research Fellow, The State Institute for Art Studies of the Ministry of Culture of the Russian Federation, 5 Kozitsky per., 125375, Moscow, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-6848-875X; SPIN-code: 3743-4698. E-mail: anovikova@hse.ru

Song Jiamei, Postdoctoral Researcher at the Postdoctoral Research Station of Foreign Languages and Literatures, Heilongjiang University, 74 Xuefu St, Harbin, 150006, People's Republic of China; PhD in Philology, Lecturer, Harbin University, 109 Zhongxing Ave, Harbin, 150086, People's Republic of China. ORCID: 0009-0005-4914-662X; SPIN-code: 2071-1078. E-mail: songjiamei2016@gmail.com