

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чжэнь Ч. — Контент-стратегии китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ // Litera. – 2023. – № 12. – С. 103 - 111. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.12.69298 EDN: SUTHIW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69298

Контент-стратегии китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ

Чжэнь Чэнь

аспирант, Российский университет дружбы народов

117198, Россия, Московская область, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ chenzhen66666@gmail.com



[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2023.12.69298

EDN:

SUTHIW

Дата направления статьи в редакцию:

07-12-2023

Дата публикации:

14-12-2023

Аннотация: Научная статья посвящена исследованию контент-стратегий, применяемых в китайских реалити-шоу в период конвергенции средств массовой информации. В эпоху быстрого развития медиа и слияния различных платформ анализируется эволюция контент-подходов в китайских реалити-программах. Исследование фокусируется на воздействии этой эволюции на зрителей и роль реалити-шоу в культурном и медийном ландшафте Китая. Статья посвящена подробному исследованию контент-стратегий китайских реалити-шоу в условиях современной эпохи конвергенции СМИ. Авторы анализируют влияние технологических инноваций и изменений в медийной среде на разработку и представление реалити-форматов, а также реакцию китайской аудитории на эти изменения. В статье рассматриваются разнообразные стратегии, используемые продюсерами, чтобы адаптироваться к новым требованиям цифровой эры и эффективно

взаимодействовать с зрителями. Статья основывается на анализе контент-стратегий, которые активно используются в современных китайских реалити-шоу в период быстрого развития конвергенции средств массовой информации. Для достижения цели был применен комплексный методологический подход, включающий анализ содержания реалити-программ, обзор соответствующей литературы по теме и проведение интервью с участниками и зрителями. Исследование показало эволюцию контентных стратегий в китайских реалити-шоу, отражая решающее влияние конвергенции СМИ на производство и восприятие контента. Проанализированы современные ключевые тренды и изменения в представлении реальности, а также взаимодействия с аудиторией. Результаты исследования могут быть использованы для улучшения стратегий создания и продвижения контента в современных условиях медийной конвергенции, а также в области культурологии и медиаисследований. Работа вносит вклад в понимание динамики изменений в контенте китайских реалити-шоу в контексте конвергенции СМИ, выявляя уникальные аспекты этого процесса в китайской культуре и обществе. Исследование подтверждает значимость адаптации контентных стратегий под воздействием конвергенции СМИ и выдвигает предложения для развития более эффективных контентных подходов в современной китайской медиасреде.

Ключевые слова:

китайские реалити-шоу, контент-стратегии, конвергенция СМИ, эволюция контента, аудиторская вовлеченность, медийная среда, культурный ландшафт, методология исследования, слияние платформ, тренды в реалити-программах

В эпоху стремительного развития конвергенции средств массовой информации китайские реалити-шоу стали объектом глубокого анализа в контексте их контент-стратегий. Этот подход необходим для понимания того, как эти программы эволюционировали в ответ на изменения в медийной среде.

Одним из ключевых аспектов исследования является анализ эволюции контентных стратегий. Реалити-шоу Китая, будучи чрезвычайно популярными, претерпели изменения в своем контенте, отражая трансформации в представлении реальности. От стандартных конкурсов и игр они переходят к более сложным сценариям, подчеркивая вовлеченность аудитории [\[1, с. 29\]](#).

С учетом конвергенции СМИ, реалити-шоу в Китае также активно взаимодействуют с различными медийными платформами. Слияние платформ позволяет им создавать более комплексный и интерактивный контент, что, в свою очередь, усиливает взаимодействие с аудиторией. Этот тренд важен в контексте современной медийной экосистемы и стремления китайских реалити-шоу поддерживать интерес зрителей на различных онлайн-платформах.

Кроме того, результаты исследования подчеркивают влияние контентных стратегий на культурный ландшафт Китая. Реалити-шоу становятся не только источником развлечения, но и важным элементом формирования общекультурных ценностей. Их контентные стратегии оказывают влияние на мировоззрение и предпочтения аудитории, формируя современные культурные тренды.

Исследование контент-стратегий китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ выявляет не только эволюцию самих программ, но и их важное воздействие на медийную

и культурную сферы. Это позволяет лучше понять, каким образом контентные стратегии адаптируются к современной медийной среде, а также как они формируют и влияют на культурные предпочтения зрителей в современном Китае [\[2, с. 99\]](#).

Специфика китайской аудитории оказывает существенное влияние на тенденции законодательного регулирования китайских реалити-шоу. Китайская культура, со своими уникальными ценностями и нормами, ставит особые требования к контенту, который предоставляется зрителям. В этом контексте законодательное регулирование выступает важным инструментом для поддержания соответствия контента моральным и культурным нормам.

Одним из ключевых аспектов законодательного контроля является контроль за содержанием, который направлен на поддержание положительного образа Китая и сохранение общественной морали. Реалити-шоу подвергаются внимательной проверке, чтобы избежать контента, который может вызвать общественное беспокойство или нарушить культурные ценности.

Тенденции законодательного регулирования в Китае также отражают стремление к более активному взаимодействию с аудиторией. Недавние изменения в законодательстве предусматривают участие общественности в процессе оценки и рецензии реалити-шоу. Это предоставляет зрителям возможность влиять на содержание программ и выражать свое мнение относительно нравственных и этических аспектов [\[3, с. 102\]](#).

Стоит отметить, что регулирование китайских реалити-шоу также направлено на обеспечение информационной безопасности и защиты прав и интересов участников программ. Это включает в себя меры по предотвращению манипуляций с данными и обеспечению честных условий для участия.

Таким образом, специфика китайской аудитории формирует особенности законодательного регулирования китайских реалити-шоу. С учетом уникальных культурных и моральных контекстов, законы направлены не только на поддержание стандартов содержания, но и на активное взаимодействие с общественностью, учитывая мнение зрителей и защищая интересы всех участников процесса создания и потребления контента.

Функциональная и жанрово-форматная специфика китайских реалити-шоу представляет собой уникальный аспект медийной культуры Китая, отражая особенности страны и её аудитории. Эти программы выполняют разнообразные функции, а их формат и жанровое оформление тщательно адаптированы к предпочтениям китайской публики [\[4, с. 37\]](#).

Одной из ключевых функций китайских реалити-шоу является создание развлекательного контента, способного привлечь внимание широкой аудитории. Жанрово-форматная специфика включает в себя разнообразные жанры, начиная от музыкальных и танцевальных шоу до семейных и образовательных программ. Этот широкий спектр форматов обеспечивает разнообразие и позволяет адаптироваться к различным предпочтениям зрителей.

Однако, помимо развлечения, китайские реалити-шоу также выполняют важные социокультурные функции. Они становятся площадкой для выражения таланта, поддержки общественных и культурных инициатив, а также для обсуждения актуальных социальных тем. Эта функциональная многогранность делает реалити-шоу важным инструментом формирования культурных ценностей и идентичности [\[5, с. 82\]](#).

Форматы китайских реалити-шоу часто подвергаются инновациям и эволюции в соответствии с изменениями в обществе и технологиях. Одним из заметных трендов является внедрение интерактивности и социальных медиа в форматы программ. Это усиливает взаимодействие с аудиторией, делая трансляции более участникоориентированными.

Таким образом, функциональная и жанрово-форматная специфика китайских реалити-шоу отражает динамичный характер культуры и медийной индустрии страны. Программы этого жанра выполняют не только развлекательные функции, но и играют важную роль в формировании общекультурных ценностей, поддержке талантливых личностей и обеспечении общественного диалога.

Становление реалити-шоу в Китае было обусловлено комплексом политических, экономических и культурных предпосылок, которые отразились на динамике развития этого медийного формата в стране.

В период экономических реформ и открытия, начиная с конца 1970-х годов, Китай сталкивался с изменениями в политическом ландшафте. Появление реалити-шоу частично соответствовало стремлению кинематографа и телевидения к большей свободе творчества и разнообразию форматов после периода культурной революции. Отмена цензуры в отношении тем и идей также способствовала появлению новых, более открытых форматов, включая реалити-шоу [\[6, с. 94\]](#).

Экономический бум в Китае привел к росту среднего класса и изменениям в образе жизни граждан. В условиях экономического процветания возникла потребность в новых форматах развлекательных программ, что способствовало появлению реалити-шоу. Коммерческие телекомпании видели в этих программах эффективный способ привлечения рекламодателей и расширения аудитории.

Смена культурных ценностей в Китае также оказала влияние на формирование реалити-шоу. Зрители проявляли интерес к программам, которые не только развлекали, но и отражали изменяющиеся социокультурные реалии страны. Реалити-шоу стали площадкой для выражения индивидуальности, таланта и социокультурных взглядов, что вписывалось в новые культурные тренды.

Синергия этих факторов способствовала устойчивому развитию реалити-шоу в Китае. Они стали неотъемлемой частью медийной и развлекательной индустрии страны, отражая не только повседневную жизнь, но и социокультурные изменения, происходящие в Китае на фоне политических и экономических трансформаций.

Жанрово-форматные и функциональные особенности китайских реалити-шоу на универсальных телеканалах являются важным аспектом современной медийной культуры Китая. Эти программы, транслируемые на универсальных телеканалах, представляют собой разнообразные форматы, отражая специфику культурных предпочтений и потребностей аудитории [\[7, с. 51\]](#).

Китайские реалити-шоу, предназначенные для универсальных телеканалов, охватывают различные жанры. Например, музыкальные соревнования, танцевальные битвы, кулинарные шоу и документальные форматы создают богатый мозаичный ландшафт. Эта разнообразность направлений отражает стремление привлечь различные аудитории и предоставить им широкий спектр контента.

Функциональные аспекты китайских реалити-шоу также заслуживают внимания. Эти

программы выполняют ряд функций, начиная от развлечения и разнообразия форматов до поддержки талантов и вовлечения зрителей в интерактивные процессы. Универсальные телеканалы используют реалити-форматы как эффективное средство привлечения внимания аудитории и формирования лояльности к каналу [\[8, с. 62\]](#).

Важным аспектом функциональности китайских реалити-шоу на универсальных телеканалах является их взаимодействие с аудиторией. Через голосования, социальные медиа и другие интерактивные элементы эти программы обеспечивают активное участие зрителей. Это создает ощущение вовлеченности и принадлежности, усиливая популярность реалити-форматов.

С течением времени форматы китайских реалити-шоу на универсальных телеканалах продолжают эволюционировать. Новые технологии, включая виртуальную и дополненную реальность, активно внедряются для улучшения визуального опыта. Эти тенденции отражают стремление к постоянному обновлению и адаптации под ожидания современной аудитории [\[9, с. 112\]](#).

Таким образом, китайские реалити-шоу на универсальных телеканалах представляют собой уникальное сочетание жанрово-форматных и функциональных особенностей. Они не только разнообразны и вовлекают аудиторию, но и являются важным инструментом формирования контентной стратегии универсальных телеканалов в современной медийной среде.

Проблема эффективности китайских реалити-шоу в условиях цифрового многообразия является актуальным вопросом в современной медийной среде Китая. С развитием цифровых технологий и ростом онлайн-платформ появилась новая динамика в потреблении контента, что представляет вызов для традиционных форматов, включая реалити-шоу.

Одной из основных проблем является насыщенность рынка контентом. Цифровое пространство предоставляет огромное количество разнообразных вариантов развлекательных программ, что приводит к конкуренции за внимание зрителей. Китайские реалити-шоу сталкиваются с необходимостью выделиться среди множества контентных предложений и удержать внимание зрителей.

Другой аспект проблемы связан с эффективностью монетизации контента. В условиях цифрового многообразия, традиционные источники доходов, такие как реклама, могут оказаться менее эффективными из-за разбавленности аудитории по различным онлайн-платформам. Китайские реалити-шоу вынуждены искать новые модели монетизации, такие как сотрудничество с онлайн-платформами, продажа лицензий на форматы и другие инновационные подходы [\[10, с. 80\]](#).

Также следует учитывать изменение предпочтений зрителей в условиях цифрового развития. Онлайн-платформы предоставляют возможность индивидуального выбора контента, что подразумевает большую степень персонализации. Китайским реалити-шоу требуется более активное взаимодействие с аудиторией, учет её предпочтений и создание контента, способного конкурировать с персонализированными форматами развлечений.

Для решения этих проблем, китайским реалити-шоу необходимо активно адаптироваться к цифровой среде. Это включает в себя использование технологий, создание уникального и высококачественного контента, а также разработку инновационных стратегий взаимодействия с аудиторией. Продуктивные решения могут включать в себя

сотрудничество с платформами для улучшения распространения, внедрение интерактивных элементов и переосмысление моделей монетизации [\[11, с. 65\]](#).

Таким образом, проблема эффективности китайских реалити-шоу в условиях цифрового многообразия требует не только понимания новых вызовов, но и гибкости в адаптации к быстро меняющимся требованиям аудитории и цифрового рынка контента.

В цифровую эпоху предпочтения китайской аудитории становятся важным фактором, определяющим тенденции развития медийной и развлекательной индустрии в стране. С быстрым развитием технологий и широким доступом к цифровым платформам, китайская публика выражает свои предпочтения в различных сферах, оказывая влияние на форматы контента, платформы потребления и методы взаимодействия.

Одним из ключевых аспектов предпочтений китайской аудитории является активное участие в цифровых платформах и социальных сетях. Возможность долгосрочного взаимодействия и обмена мнениями в реальном времени формирует предпочтения в пользу контента, который способен вызвать обсуждения и вовлечь аудиторию. Реалити-шоу, обладающие интерактивными элементами и возможностью голосования, отвечают на этот запрос аудитории, предоставляя возможность зрителям влиять на ход событий [\[12, с. 43\]](#).

Кроме того, наблюдается увеличение интереса к персонализированным контентам. Китайская аудитория, имея широкий доступ к разнообразным онлайн-платформам, ожидает контент, который соответствует её индивидуальным интересам и потребностям. Это влияет на производителей контента и телекомпании, которые стремятся предоставить более персонализированные и разнообразные программы [\[13, с. 141\]](#).

Важным фактором является также предпочтение к высококачественному контенту. С ростом конкуренции на рынке цифровых развлечений китайская аудитория становится более требовательной к качеству контента. Это влияет на создание национальных и мировых проектов, способных предложить выдающийся сценарий, высокую продакшн-стоимость и впечатляющие визуальные эффекты.

Вместе с тем, увеличивается интерес к технологическим инновациям. Трансляции в виртуальной реальности (VR), дополненной реальности (AR) и другие технологические новинки привлекают внимание китайской аудитории, создавая новые возможности для разнообразия контента и интерактивности.

В целом, предпочтения китайской аудитории в цифровую эпоху формируют ландшафт медийного потребления, подчеркивая важность вовлеченности, персонализации, высокого качества и использования инновационных технологий в контенте. Отслеживание этих тенденций является ключевым для успешного создания и распространения контента в современном медийном пространстве Китая [\[14, с. 83\]](#).

В заключение статьи о контент-стратегиях китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ можно сделать несколько ключевых выводов.

Во-первых, китайские реалити-шоу стали неотъемлемой частью медийной среды, успешно адаптируясь к изменениям в технологической и медийной среде. Эволюция форматов и контентных стратегий свидетельствует о гибкости производителей и их способности адаптироваться к требованиям современной аудитории.

Во-вторых, контент-стратегии этих программ тесно связаны с концепцией конвергенции

СМИ. Использование различных платформ и интеграция технологий становятся ключевыми элементами успешных стратегий. Реалити-шоу не только транслируются по телевизионным каналам, но и активно взаимодействуют с онлайн-платформами, социальными сетями, создавая комплексный контент для аудитории [\[15, с. 49\]](#).

Третий вывод касается важности вовлеченности аудитории. Китайские реалити-шоу активно внедряют интерактивные элементы, позволяя зрителям влиять на развитие программы. Это не только усиливает взаимодействие с публикой, но и обеспечивает высокую степень участия и лояльности зрителей.

Важным аспектом является также воздействие контентных стратегий на культурный ландшафт Китая. Реалити-шоу, выступая не только как развлекательный формат, но и как средство формирования общекультурных ценностей, оказывают влияние на культурные предпочтения и восприятие реальности в обществе [\[16, с. 136\]](#).

Наконец, выводится необходимость постоянного инновационного развития. Быстрое изменение технологий и вкусов аудитории требует от производителей реалити-шоу постоянного поиска новых форматов, тем и идей, чтобы оставаться актуальными и привлекательными [\[17, с. 78\]](#).

Таким образом, анализ контент-стратегий китайских реалити-шоу в условиях конвергенции СМИ позволяет понять и оценить успешные подходы и вызовы, с которыми сталкиваются эти программы в современной медийной среде Китая.

Библиография

1. Вартанова Е.Л., Коломиец В.П. (ред.). Телевидение в России в 2017 году: Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад. М.: Фед. агентство по печати и массовым коммуникациям, 2018. – 107 с.
2. Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие. СПб.: Спец. лит., 2004. – 288 с.
3. Долгова Ю.И., Гуленко П.В. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу» // Вестник РУДН. Литературоведение. Журналистика. 2016. № 3. С. 102-110.
4. Долгова Ю.И., Перипечина Г.В. (ред.) Телевизионная журналистика. М: Аспект Пресс, 2019. – 208 с.
5. Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Изд-во Высш. шк. экон., 2013. – 38 с.
6. Полуэхтова И.А. (ред.) Телевидение глазами телезрителей. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2012. – 364 с.
7. Уразова С.Л. (ред.) Социокультурная роль российского ТВ в национальном информационном пространстве. М. : ИП Головкин Сергей Борисович, 2014. – 280 с.
8. Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М.: Аспект Пресс, 2012. – 382 с.
9. Bignell J. An Introduction to television studies. London; New York : Routledge, 2008. – 336 p.
10. Brian G.R. (ed.) TV Genre: A Handbook and Reference Guide. Westport : Greenwood Press, 1985. – 453 p.
11. Casey B. et al. Television Studies: The Key Concepts. London : Routledge, 2002. – 150 p.

12. Dahlgren P. (1995) Television and the Public Sphere. London : Sage, 1995. – 210 p.
13. Feuer, J. Genre Study and Television // Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary criticism. Chapel Hill : The University of North Carolina Press, 1992. P. 138-160.
14. G. Turner, J. Tay (eds) Television studies after TV: Understanding television in the post-broadcast era. London ; New York : Routledge, 2009. – 382 p.
15. Greeber G. The Television genre book. London ; New York : Bloomsbury publishing, 2015. – 118 p.
16. Kilborn R. Mixing and Matching: the hybridising Impulse in today's factual television programming // Genre Matter: Essays in Theory and Criticism. Bristol, Portland : Intellect books, 2006. – 295 p.
17. Lotz A.D. The Television will be Revolutionized. New York ; London : New York University Press, 2014. – 525 p.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметная область рецензируемой статьи достаточно оригинальна и интересна: автор обращается к анализу контент-стратегий китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ. Как отмечается в начале труда, «в эпоху стремительного развития конвергенции средств массовой информации китайские реалити-шоу стали объектом глубокого анализа в контексте их контент-стратегий. Этот подход необходим для понимания того, как эти программы эволюционировали в ответ на изменения в медийной среде», «китайские реалити-шоу, предназначенные для универсальных телеканалов, охватывают различные жанры. Например, музыкальные соревнования, танцевальные битвы, кулинарные шоу и документальные форматы создают богатый мозаичный ландшафт. Эта разнообразность направлений отражает стремление привлечь различные аудитории и предоставить им широкий спектр контента». Считаю, что выбор темы аналитически обоснован, позиция автора достаточно конкретна и объективна. Суждения по ходу текста правомерны, оценочный ценз не снижается по ходу всего сочинения. Например, «китайские реалити-шоу на универсальных телеканалах представляют собой уникальное сочетание жанрово-форматных и функциональных особенностей. Они не только разнообразны и вовлекают аудиторию, но и являются важным инструментом формирования контентной стратегии универсальных телеканалов в современной медийной среде», или «специфика китайской аудитории оказывает существенное влияние на тенденции законодательного регулирования китайских реалити-шоу. Китайская культура, со своими уникальными ценностями и нормами, ставит особые требования к контенту, который предоставляется зрителям. В этом контексте законодательное регулирование выступает важным инструментом для поддержания соответствия контента моральным и культурным нормам», или «функциональная и жанрово-форматная специфика китайских реалити-шоу отражает динамичный характер культуры и медийной индустрии страны. Программы этого жанра выполняют не только развлекательные функции, но и играют важную роль в формировании общекультурных ценностей, поддержке талантливых личностей и обеспечении общественного диалога. Становление реалити-шоу в Китае было обусловлено комплексом политических, экономических и культурных предпосылок, которые отразились на динамике развития этого медийного формата в стране» и т.д. На мой взгляд, работа является определенным импульсом, который должен далее

расширить спектр изучения указанного вопроса, так как тема продуктивна, ее стоит точно разбирать вообще в связи с трансформацией мировых СМИ. Стиль данного труда соотносится с собственно научным типом: например, «экономический бум в Китае привел к росту среднего класса и изменениям в образе жизни граждан. В условиях экономического процветания возникла потребность в новых форматах развлекательных программ, что способствовало появлению реалити-шоу. Коммерческие телекомпании видели в этих программах эффективный способ привлечения рекламодателей и расширения аудитории», или «синергия этих факторов способствовала устойчивому развитию реалити-шоу в Китае. Они стали неотъемлемой частью медийной и развлекательной индустрии страны, отражая не только повседневную жизнь, но и социокультурные изменения, происходящие в Китае на фоне политических и экономических трансформаций», или «важным аспектом функциональности китайских реалити-шоу на универсальных телеканалах является их взаимодействие с аудиторией. Через голосования, социальные медиа и другие интерактивные элементы эти программы обеспечивают активное участие зрителей. Это создает ощущение вовлеченности и принадлежности, усиливая популярность реалити-форматов» и т.д. Основная цель, на мой взгляд, планомерно достигается по ходу разверстки текста, автор не отвлекается на дополнительную информацию – точно решает задачи. Примечательно, что помимо фактического описания контента китайских реалити-шоу, отмечен и проблемный срез этой формы. В частности, «одной из основных проблем является насыщенность рынка контентом. Цифровое пространство предоставляет огромное количество разнообразных вариантов развлекательных программ, что приводит к конкуренции за внимание зрителей. Китайские реалити-шоу сталкиваются с необходимостью выделиться среди множества контентных предложений и удержать внимание зрителей», или «другой аспект проблемы связан с эффективностью монетизации контента. В условиях цифрового многообразия, традиционные источники доходов, такие как реклама, могут оказаться менее эффективными из-за разбавленности аудитории по различным онлайн-платформам. Китайские реалити-шоу вынуждены искать новые модели монетизации, такие как сотрудничество с онлайн-платформами, продажа лицензий на форматы и другие инновационные подходы» и т.д. Следовательно, работа является как теоретическим, так и практическим исследованием, а это ценно для научного сегмента. Материал можно применять при изучении теории, истории медиа, развития СМИ и т.д. Финально автор подводит ряд выводов, обобщает сказанное, ориентирует на изучение проблемы далее: «важным аспектом является также воздействие контентных стратегий на культурный ландшафт Китая. Реалити-шоу, выступая не только как развлекательный формат, но и как средство формирования общекультурных ценностей, оказывают влияние на культурные предпочтения и восприятие реальности в обществе...», «анализ контент-стратегий китайских реалити-шоу в условиях конвергенции СМИ позволяет понять и оценить успешные подходы и вызовы, с которыми сталкиваются эти программы в современной медийной среде Китая». Таким образом, основная задача, поставленная в начале работы – решена; общие требования издания учтены; материал информативно насыщен, точка зрения автора выражена достаточно аргументировано. Серьезных фактических нарушений не выявлено, текст не нуждается в серьезной правке и коррективе. Рекомендую рецензируемую статью «Контент-стратегии китайских реалити-шоу в эпоху конвергенции СМИ» к публикации в научном журнале «Litera».