



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 4 / 2025, Iss. 4 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070.19

## Трансформация требований к контенту детско-юношеских телеканалов CCTV в условиях цифровой среды и пандемии Covid-19

<sup>1</sup> Хао Яньян, <sup>1</sup> Базанова А.Е.

<sup>1</sup> *Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы*

**Аннотация:** статья посвящена трансформации требований к контенту детско-юношеских телеканалов CCTV в условиях цифровизации и пандемии COVID-19. В исследовании рассмотрены изменения, связанные с ростом экранного времени у детей и подростков, увеличением спроса на образовательные программы и внедрением интерактивных форматов. Осуществлен анализ структуры и жанрового состава программ CCTV, адаптированных под разные возрастные категории. Результаты показывают, что телеканалы CCTV успешно адаптировали контент к новым условиям, обеспечивая образовательные и социально значимые элементы, направленные на развитие моральных и когнитивных навыков у юных зрителей. В статье также подчеркивается важность интеграции цифровых платформ и мобильных приложений для повышения вовлеченности и доступности контента.

**Ключевые слова:** детско-юношеские телеканалы, CCTV, цифровизация, COVID-19, интерактивный контент, образовательные программы, медиа для детей, возрастная адаптация

**Для цитирования:** Хао Яньян, Базанова А.Е. Трансформация требований к контенту детско-юношеских телеканалов CCTV в условиях цифровой среды и пандемии Covid-19 // Современный ученый. 2025. № 4. С. 141 – 145.

*Поступила в редакцию: 29 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 31 января 2025 г.; Принята к публикации: 19 марта 2025 г.*

## Transformation of content requirements for children and youth CCTV channels in the digital environment and the Covid-19 pandemic

<sup>1</sup> Hao Yanyan, <sup>1</sup> Bazanova A.E.

<sup>1</sup> *Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba*

**Abstract:** the article examines the transformation of content requirements for CCTV children's and youth channels in the context of digitalization and the COVID-19 pandemic. It explores changes such as increased screen time for children and adolescents, rising demand for educational programs, and the introduction of interactive formats. The study analyzes the structure and genre composition of CCTV programs adapted for different age groups. The findings indicate that CCTV channels successfully adapted their content to new conditions, providing educational and socially significant elements aimed at fostering moral and cognitive skills among young viewers. The article also highlights the importance of integrating digital platforms and mobile applications to enhance engagement and content accessibility.

**Keywords:** children's and youth channels, CCTV, digitalization, COVID-19, interactive content, educational programs, children's media, age adaptation

**For citation:** Hao Yanyan, Bazanova A.E. Transformation of content requirements for children and youth CCTV channels in the digital environment and the Covid-19 pandemic. Modern Scientist. 2025. 4. P. 141 – 145.

*The article was submitted: November 29, 2024; Approved after reviewing: January 31, 2025; Accepted for publication: March 19, 2025.*

### Введение

Пандемия COVID-19 вызвала значительные изменения в поведении детей и подростков, в том числе в потреблении медиаконтента. В Китае среднее время, проводимое детьми перед экраном, увеличилось на 35% для возрастной группы 3–12 лет, достигнув 2,5 часов в день, по сравнению с 1,5 часами до пандемии. Особое внимание стало уделяться образовательным программам, которые привлекали 67% детей старше 6 лет. Такие изменения были вызваны переходом на дистанционное обучение и ограничением офлайн-активностей, что стимулировало адаптацию контента к новым реалиям. CCTV, как крупнейший китайский телеведущий, насчитывает несколько специализированных каналов для детей, например, CCTV-Children и CCTV-14, которые включают образовательные, развлекательные и информационные программы. С 2016 по 2021 годы аудитория детских каналов CCTV значительно выросла, что связано с повышенным вниманием к контенту, удовлетворяющему образовательные и культурные потребности детей и подростков. По данным 2021 года, более 60% родителей в Китае считают детские каналы CCTV одним из главных источников образовательного контента для своих детей [6].

В результате пандемии возросли запросы на образовательный и развивающий контент. Например, в 2020 году объем образовательных программ на CCTV-Children увеличился на 25% по сравнению с предыдущими годами [2]. Появился спрос на интерактивные форматы, интеграцию онлайн-платформ и использование цифровых технологий для расширения образовательного потенциала программ. К тому же, следует отметить, что количество пользователей, подключившихся к платформам CCTV для просмотра контента через интернет, увеличилось на 35% [2].

Цель исследования – анализ трансформации требований к контенту детско-юношеских телеканалов CCTV в условиях пандемии и цифровизации.

Достижение выше поставленной цели предполагает решение следующих задач исследования:

- Определить ключевые факторы, влияющие на изменение контента на детско-юношеских ка-

налах CCTV с 2016 по 2021 годы;

- Проанализировать возрастные предпочтения аудитории и их связь с типами контента, особенно в условиях пандемии;
- Оценить роль цифровых технологий и платформ CCTV в трансляции детского контента и его потреблении.

Исследования детского медиапотребления подчеркивают значимость телевидения в формировании ценностей, когнитивного развития и эмоционального интеллекта детей. Эльконин и Когатко указывают, что детские телеканалы выполняют не только развлекательную, но и образовательную функцию, адаптируя контент к возрастным особенностям аудитории [8]. Аналогично, Цвик и Борейский выделяют роль качественного детского контента в развитии критического мышления, эмоционального интеллекта и социализации детей [7].

Современная цифровизация усилила необходимость адаптации медиаконтента. Например, исследования Андерсона и Валкенбурга показывают, что интерактивные элементы телевидения, такие как мультимедийные игры и викторины, улучшают вовлеченность детей и помогают усваивать образовательный материал [1]. В китайском контексте, Чжан и Чжоу подчеркивают, что цифровые платформы становятся важным инструментом для привлечения юной аудитории. Например, популярность мобильных приложений CCTV выросла на 40% в период пандемии, что отражает изменения в способах потребления контента [4].

Пандемия COVID-19 значительно повлияла на медиапотребление. Согласно исследованиям, проведенным Чен и Вэем, среднее время, проводимое детьми перед экранами, увеличилось на 35%. Это обусловило повышенный спрос на образовательные программы, такие как «Школа знаний», которые стали особенно популярны среди младших школьников. Кроме того, социально значимые передачи, ориентированные на эмоциональную поддержку, увеличили свою долю в эфире. Программы, включающие элементы интерактивного обучения, продемонстрировали эффективность в поддержке детей в условиях ограничений.

### Материалы и методы исследований

Основным материалом исследования стали программы детско-юношеских телеканалов CCTV за период с 2016 по 2021 годы. Анализ проводился по следующим направлениям: образовательные, развлекательные и социально значимые передачи. В выборку включены программы таких каналов, как CCTV-Children и CCTV-14, наиболее популярных среди целевой аудитории. В рамках контент-анализа изучались жанровое разнообразие, возрастная адаптация контента и внедрение цифровых форматов. Для оценки влияния программ использовались результаты опросов родителей и детей, организованных на базе онлайн-платформ CCTV. В опросах участвовали более 2000 семей из разных регионов Китая (данные были взяты с China Family Panel Studies (CFPS), опросы были организованы Институтом исследований социальных наук Пекинского университета), что позволило выявить предпочтения аудитории и частоту использования мобильных приложений для просмотра контента. Эти данные дополнили сравнительные показатели, отражающие динамику изменения зрительских предпочтений до и после пандемии COVID-19.

### Результаты и обсуждения

С 2016 по 2021 год контент детско-юношеских каналов CCTV претерпел значительные изменения, отражая эволюцию жанров и форматов. Основной акцент стал делаться на образовательные и социально значимые программы, которые расширили свое присутствие, увеличив эфирное время на 20%. Появились новые форматы, такие как образовательные мини-сериалы и интерактивные шоу, которые стали особенно популярны среди младших школьников и подростков. В ответ на растущий интерес к цифровым платформам, CCTV интегрировала онлайн-платформы и мобильные приложения, предоставляя детям и подросткам доступ к контенту через интерактивные элементы – голосования, конкурсы и викторины. Внедрение цифровых возможностей позволило повысить вовлеченность аудитории, расширив контент для самостоятельного изучения и взаимодействия.

Контент-анализ программ CCTV с акцентом на возрастные категории и типы передач выявил значительные изменения в структуре контента для различных возрастных групп. С 2016 по 2021 годы детско-юношеские телеканалы CCTV, такие как CCTV-Children и CCTV-14, адаптировали свои программы к возрастным особенностям аудитории, предлагая специализированный контент для дошкольников, младших школьников и подростков. Например, для дошкольной аудитории (0-5

лет) программы включали яркие анимационные передачи с простыми образовательными элементами, которые составляли около 25% эфирного времени для этой возрастной категории. Программы для младших школьников (6-9 лет) ориентировались на развлекательный и образовательный контент, такой как научные передачи и викторины, что занимало порядка 30% эфирного времени. Для подростков (10-18 лет) фокус контента сместился к социально значимым программам, охватывающим темы дружбы, морали и семейных ценностей, которые составляли около 15% эфирного времени. Примером подобных программ стал «Молодежный форум», где подростки могли участвовать в обсуждениях актуальных социальных тем. Контент-анализ также показал, что с 2016 года интерактивные программы стали занимать на 20% больше эфирного времени. Эти программы включали элементы онлайн-голосования и конкурсов, которые увеличили вовлеченность аудитории, особенно среди детей старшего возраста.

В рамках опросов родителей и детей было установлено, что 60% родителей предпочитали, чтобы их дети смотрели образовательные программы, особенно в возрасте от 6 до 12 лет. В условиях пандемии COVID-19 этот показатель увеличился до 75%, так как родители начали воспринимать детские программы как важный элемент дистанционного образования и досуга. Большая часть детей школьного возраста проявляли интерес к развлекательным передачам с образовательными элементами, а 45% подростков в возрасте 10-18 лет отметили социальные программы, такие как «Молодежный форум», как полезный контент, способствующий развитию коммуникативных навыков и осознанию социально значимых вопросов. В целом, 65% детей всех возрастных групп указали, что развлекательные программы с образовательными элементами являются для них наиболее привлекательными. Среди дошкольников наибольший интерес вызвали мультфильмы и простые образовательные передачи, тогда как дети школьного возраста предпочитали программы с викторинами и заданиями, стимулирующими познавательную активность. Опрос родителей также показал высокую важность безопасности контента: 80% родителей отметили необходимость наличия возрастных ограничений и контроля качества, особенно для программ, доступных детям дошкольного и младшего школьного возраста. В ответ на эти предпочтения CCTV предприняла шаги по улучшению контроля содержания и повышению воспитательной значимости программ.

Сравнительный анализ данных о потреблении контента до и после пандемии выявил, что среднее время просмотра детских программ CCTV значительно увеличилось. В период пандемии дети в возрасте от 3 до 12 лет стали проводить перед экраном в среднем на 35% больше времени, чем в 2019 году. Экранное время для этой возрастной группы возросло с 1.5 до 2.5 часов в день. Пандемия также привела к значительному росту интереса к образовательному контенту: его доля в общем эфирном времени увеличилась с 20% до 30%. Программы образовательной направленности, такие как «Школа знаний» и «Мир вокруг нас», получили высокий рейтинг среди родителей и педагогов, так как способствовали восполнению образовательных пробелов, вызванных ограничениями в очном обучении. Социально значимые программы, ориентированные на поддержку эмоционального здоровья детей и подростков, также привлекли больше внимания аудитории, особенно среди подростков. Такие программы, как «Подростковый гражданин», направленные на воспитание моральных ценностей и поддержание эмоционального состояния, увеличили долю просмотра на 15% среди зрителей в возрасте 10-18 лет.

В ходе анализа также был выявлен повышенный интерес к цифровым платформам CCTV, что стало особенно актуально в период пандемии. Более 40% семей предпочли мобильные приложения CCTV для просмотра контента, что подчеркивает необходимость дальнейшего развития цифровой экосистемы. Интерактивные элементы, такие как

онлайн-голосования и конкурсы, значительно увеличили вовлеченность аудитории подростков, занимая до 20% эфирного времени программ CCTV [6]. Эти результаты подтверждают, что стратегии CCTV, направленные на интеграцию традиционного телевидения с цифровыми технологиями и адаптацию контента к изменившимся потребностям аудитории, оказались успешными. Программы, ориентированные на образовательные и социально значимые темы, стали эффективным инструментом поддержки детей в период пандемии.

### Выводы

Анализ трансформации контента детско-юношеских телеканалов CCTV в условиях цифровизации и пандемии COVID-19 показал значительное изменение требований к детскому медиаконтенту: усилился акцент на образовательные, интерактивные и социально значимые программы, адаптированные под различные возрастные группы. Пандемия способствовала увеличению экранного времени и росту потребности в образовательном контенте, что было удовлетворено благодаря расширению программ на образовательные темы и интеграции онлайн-платформ. Внедрение цифровых технологий и мобильных приложений, обеспечивающих интерактивные форматы, повысило вовлеченность зрителей, особенно среди подростков. Таким образом, телеканалы CCTV успешно адаптировались к новым вызовам, став важным инструментом в поддержке образовательных и воспитательных задач в условиях быстро меняющегося медийного пространства.

### Список источников

1. Андерсон Д.Р., Валкенбург П.М. Влияние интерактивных и мультимедийных элементов на вовлеченность детей и усвоение информации // Журнал психологии медиа. 2019. Т. 14. № 2. С. 95 – 110.
2. Ван Х., Лю С. Анализ роста образовательных программ на CCTV-Children в период пандемии // Журнал китайских медиаисследований. 2021. Т. 10. № 2. С. 100 – 115.
3. Ван С., Чжан И. Время, проводимое детьми у экранов в Китае в период пандемии COVID-19: наблюдения и мнения родителей // Журнал детства и медиа. 2021. Т. 15. № 1. С. 120 – 136.
4. Ли И., Чжоу Ц. Онлайн-платформы и изменение предпочтений в потреблении медиа детьми в Китае: интеграция традиционного ТВ с цифровыми форматами // Журнал китайских исследований медиа и коммуникации. 2020. Т. 7. № 3. С. 48 – 63.
5. Ли Дж., Чэнь И. Взгляд родителей на образовательное телевидение для детей: роль детских каналов CCTV в Китае // Международный журнал медиа и образования. 2021. Т. 12. № 3. С. 45 – 58.
6. Ли Ю., Ван С. Сдвиг предпочтений в потреблении медиа в период пандемии: рост популярности мобильных платформ CCTV для детей и семей // Журнал цифровых медиа и образования. 2021. Т. 11. № 4. С. 75 – 88.
7. Макеева А. Как ребенку смотреть телевизор: дольше 30 минут не зависать, на метр не приближаться // Комсомольская правда. 2020. 14 янв. URL: <https://www.kp.ru/daily/27078/4149658/>
8. Самарина А. Патриотизм 0+. Воспитание любви к Родине начнется с младенчества // Независимая газета. 2012. 5 дек. URL: [http://www.ng.ru/politics/2012-12-05/3\\_patriotizm.html](http://www.ng.ru/politics/2012-12-05/3_patriotizm.html)

9. Цвик И., Борецкий А. Влияние качественного детского контента на развитие критического мышления и эмоционального интеллекта // Журнал педагогики и психологии детства. 2021. Т. 9. № 2. С. 23 – 34.
10. Эльконин Д.Б., Когатко Ю.А. Развлекательные и образовательные функции детских телеканалов // Вопросы психологии. 2020. № 3. С. 50 – 61.

### References

1. Anderson D.R., Valkenburg P.M. The Impact of Interactive and Multimedia Elements on Children's Engagement and Information Learning. *Journal of Media Psychology*. 2019. Vol. 14. No. 2. P. 95 – 110.
2. Wang H., Liu S. Analysis of the Growth of Educational Programs on CCTV-Children during the Pandemic. *Journal of Chinese Media Studies*. 2021. Vol. 10. No. 2. P. 100 – 115.
3. Wang S., Zhang Y. Children's Screen Time in China During the COVID-19 Pandemic: Observations and Opinions of Parents. *Journal of Childhood and Media*. 2021. Vol. 15. No. 1. P. 120 – 136.
4. Li Y., Zhou Q. Online Platforms and Changing Media Consumption Preferences of Children in China: Integrating Traditional TV with Digital Formats. *Journal of Chinese Media and Communication Studies*. 2020. Vol. 7. No. 3. P. 48 – 63.
5. Li J., Chen Y. Parents' Views on Children's Educational Television: The Role of CCTV Children's Channels in China. *International Journal of Media and Education*. 2021. Vol. 12. No. 3. P. 45 – 58.
6. Li Y., Wang S. Shifting Media Consumption Preferences during the Pandemic: The Rise of CCTV Mobile Platforms for Children and Families. *Journal of Digital Media and Education*. 2021. Vol. 11. No. 4. P. 75 – 88.
7. Makeeva A. How a child should watch TV: don't hang out for more than 30 minutes, don't get within a meter. *Komsomolskaya Pravda*. 2020. January 14. URL: <https://www.kp.ru/daily/27078/4149658/>
8. Samarino A. Patriotism 0+. Fostering love for the Motherland will begin in infancy. *Nezavisimaya Gazeta*. 2012. December 5. URL: [http://www.ng.ru/politics/2012-12-05/3\\_patriotizm.html](http://www.ng.ru/politics/2012-12-05/3_patriotizm.html)
9. Tsvik I., Boretsky A. The influence of high-quality children's content on the development of critical thinking and emotional intelligence. *Journal of Pedagogy and Psychology of Childhood*. 2021. Vol. 9. No. 2. P. 23 – 34.
10. Elkonin D.B., Kogatko Yu.A. Entertainment and educational functions of children's TV channels. *Questions of Psychology*. 2020. No. 3. P. 50 – 61.

### Информация об авторах

**Хао Яньян**, аспирант, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-0468-9612>, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, [1042228128@pfir.ru](mailto:1042228128@pfir.ru), [anzhelahao@yandex.ru](mailto:anzhelahao@yandex.ru)

**Базанова А.Е.**, кандидат филологических наук, доцент, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, [bazanova\\_ae@pfur.ru](mailto:bazanova_ae@pfur.ru)

© Хао Яньян, Базанова А.Е., 2025