

Интеграция и преобразование телевизионных форматов под реалии интернет культуры

Научный руководитель – Гринфельд Владимир Александрович

Бахир Полина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Сургутский государственный педагогический университет, Сургут, Россия

E-mail: bahirpolina@gmail.com

Бахир П.А

Студент магистр

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна/ <http://sutd.ru/szip/education/588/>, институт Высшая школа печати и медиа-технологий, Санкт-Петербург, Россия

bahirpolina@gmail.com

Кризис доверия к СМИ стал серьезным вызовом для журналистики во всем мире. Аудитория все чаще предпочитает традиционным медиа альтернативные источники в лице независимых блогеров и сообществ в интернете. [1]

В современном обществе развитие интернета и его общедоступность привело к тому, что отныне практически каждый эфир телепрограмм или ток-шоу, выкладывается на ютуб-каналах. Однако количество просмотров и активность проигрывают в конкуренции новаторским идеям молодых инфлюенсеров. [2]

Блогеры смогли интегрировать журналистские жанры в интернет-пространство и вкупе с качественным продакшеном и внедрением рекламы создают уникальный контент, с элементами интернет - журналистики.

Практически все шоу, рассчитанные на молодое поколение, производятся и выкладываются в интернете, где цензура ограничена лишь правилами сообщества той площадки, на которой они размещаются. На современном русскоязычном видео хостинге - ютуб так и происходит.

Федеральные каналы, которые создают шоу привлекают в качестве гостей\героев\экспертов молодых популярных людей с разных площадок (youtube, tik-tok, instagram), пытаются продвигать (дублировать) выпуски на интернет - платформах, однако уже не вызывают неподдельный интерес у молодой аудитории.

Это происходит по объективным причинам:

- Полная свобода в своих высказываниях
- Легкая подачи информации
- Включение юмора

На данный момент телевизионные СМИ пока не могут переманить аудиторию к экранам телевизоров и вернуть былые рейтинги.

Классический способ привлечения внимания к видеоконтенту — приглашение известных персон, популярных у целевой аудитории. У молодежи кроме актеров и певцов есть еще и любимые интернет - герои. Программный директор ЗАО «Первый ТВЧ» Татьяна Паламарчук думает, что теперь их пытаются привлекать все телекомпании.

Пример таких проектов подали рынку федеральные вещатели. Очевидно, расчет был на то, что подписчики интернет-знаменитостей заинтересуются каналом и станут его постоянными зрителями. Однако многие участники рынка смотрят на это скептически. Один из аргументов здесь — деньги, которые научились зарабатывать блогеры без телеканалов. Можно ли их заинтересовать проектом «классического» СМИ? [3]

Например, телеканал СТС по многочисленным заявкам на их ютуб - канале возродили шоу 2007 года «Галилео» с Александром Пушным и ведущим стал популярная медийная личность - Владимир Маркони. А в качестве приглашенного гостя в каждом выпуске участвует небезызвестный блогер - экспериментатор Даня Крастер, аудитория которого составляет 2,93млн. подписчиков.

Еще один вариант привлечения аудитории - платная подписка. Так сделал телеканал ТНТ. На youtube авторы размещают только премьерные выпуски шоу, остальное доступно только онлайн в телевизионном эфире или по подписке «ТНТ Premier»

Таким образом, тематическое телевидение существует и активно пытается искать свое место в новом мире.

Мы являемся свидетелями переходного периода, когда все СМИ вынуждены изменяться под воздействием, так называемой цифровой трансформации. И этот период для телевизионных каналов крайне непросто. Его особенность в том, что даже если телеканал представляет свое место в «мире будущего», до того момента, когда он сможет его занять, нужно как-то выживать. [3]

На сегодняшний день прогноз печален. Я вижу, что желания зрителей намного опережают возможности вещателей.

Источники и литература

- 1) Ліга Бизнес: <https://biz.liga.net/ekonomika/reklama-marketing/article/epoha-tsukerberga-pochemu-blogery-tesnyat-chetvertuyu-vlast>
- 2) Харитонов Ю.Д. Развитие ток-шоу в интернете // Материалы XXXIII международной научно-практической конференции, Новосибирск 2020
- 3) ТЕЛІЕ Спутник: <https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/article/kak-telekanaly-ispolzuuyut-vozmozhnosti-interneta/>