

УДК: 004

Габазова Я. Д., магистрант,

Донской государственный технический университет,

Россия, Ростов-на-Дону

**ВЛИЯНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ НА ПРОИЗВОДСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ТЕЛЕПРОГРАММ
РОССИИ И ЗАРУБЕЖЬЯ**

Аннотация: В статье рассматривается влияние современных Интернет-тенденций на форму подачи ТВ-контента. Анализируется программное наполнение зарубежных телеканалов - CNN, BBC, ZDF, российских федеральных каналов – Россия 1, Первый канал, НТВ – и российских региональных каналов – Губерния 33, Енисей и Дон-ТР.

Ключевые слова: телевидение, Интернет-тенденции, ТВ-контент, контент-анализ, зарубежные и российские телеканалы.

UDC: 004

Gabazova Yana Dmitrievna

Undergraduate,

Don State Technical University,

Russia, Rostov-on-Don

**INFLUENCE OF INTERNET ENVIRONMENT TRENDS ON THE
PRODUCTION OF INFORMATION-ANALYTICAL TV PROGRAMS
OF RUSSIA AND ABROAD.**

Annotation: The article discusses the impact of modern Internet trends on the form of presentation of TV content. The software analysis of foreign television channels - CNN, BBC, ZDF, Russian federal channels - Russia 1, Channel One,

NTV - and Russian regional channels - Province 33, Yenisei and Don-TR is analyzed.

Key words: television, Internet trends, TV content, content analysis, foreign and Russian

TV

channels.

Главная тенденция последних лет на медиарынке такова, что телевещатели при производстве контента стали уделять особое внимание техническим возможностям и визуально-содержательным особенностям Интернет-среды, сегменту онлайн-видео и сетевого аудиовизуального контента. Основным ТВ-сегментом, где чаще всего используются такие сетевые видеоформаты, технические возможности и визуально-содержательные особенности Интернет-среды являются **информационно-аналитические телепрограммы**. Именно они были взяты за основу качественного исследования и контент-анализа.

Сегодня ближе всех к Интернет-формату вещания подобралось зарубежное ТВ. К такому умозаключению удалось прийти в ходе качественного анализа информационно-аналитических программ трех популярных телеканалов – CNN, BBC и ZDF. Сходство с Интернет-форматом выражается как в визуальном оформлении информационно-аналитических телепрограмм, так и в более свободной и разнообразной форме подачи отдельных видеоматериалов. Все три телеканала уделяют большое внимание визуальной составляющей, мультимедийным технологиям и интерактивному формату вещания. Американский CNN и британский BBC имеют схожие структуру вещания и форме подачи новостных материалов. Оба телеканала отдают предпочтение life-видео, коротким видеодайджестам, инфографике со спецэффектами. Однако если на CNN большее внимание уделяется интервью в прямом эфире, дайджестам и присутствию ведущего в кадре, то на BBC - прямым включениям корреспондентов, сюжетам-влогам и интерактивной

инфографике. Немецкий ZDF по структуре вещания и форме подачи видеоматериалов больше схож с российским ТВ – классическое наполнение эфира в виде БЗ, синхронов, сюжетов и прямых включений. Однако здесь большее внимание уделяется визуальной составляющей эфира, спецэффектам и оперативной информации.

На российском ТВ анализу программы трех центральных телеканалов – Россия 1, Первый канал и НТВ, а также три региональных телеканалов – Губерния 33, Енисей и Дон-ТР, относящиеся к разным федеральным округам – центральному, сибирскому и южному. В сравнении с зарубежными российские федеральные телеканалы пока сохраняют определенные каноны вещания, но сейчас активно перенимают Интернет-тенденции и в целом имеют схожий вектор развития с популярными зарубежными телеканалами. Направлен он на смешение стилистических особенностей ТВ и Интернета, интерактивное оформление программ, оперативную поставку информацию в мультимедийной, но «близкой к народу» форме с применением любительской съемки. Это создает иллюзию личного участия зрителя в действии. Создать такую атмосферу помогают прямые включения, онлайн-интервью и комментарии из соцсетей, life-видео, а также мобильные репортажи и сюжеты-влоги. Все это, а также такой визуальный прием как интерактивная инфографика – сегодня наиболее востребованный на российском федеральном ТВ аудиовизуальный контент.

А вот российское региональное телевещание сильно отстает от зарубежных и отечественных федеральных коллег. Сейчас оно находится на в состоянии кризиса и поисков решений закрепления на медиарынке. Сравнительный контент-анализ информационно-аналитических программ показал, насколько мало конвергентных, то есть использующих технические возможности и визуально-содержательные особенности Интернет-коммуникаций, материалов производят на региональном ТВ.

Исследование проводилось в период с 01.03.2020 по 07.03.2020. Так общее количество уникальных видеоматериалов, произведенных за неделю, на региональных телеканалах в среднем 3 раза меньше, чем аналогичный федеральный показатель. Тогда как число конвергентных региональных ТВ-материалов в среднем меньше в 4-5 раз, чем на федеральных телеканалах.

Контент-анализ и качественное исследование региональных информационно-аналитических программ показал, что региональное ТВ России отличается от федерального не только объемом использования конвергентных, использующих технические возможности и визуально-содержательные особенности Интернет-коммуникаций материалов, но и качеством стилизации и подачи такого контента. Многие региональные телеканалы остались на стадии устаревшего традиционного формата вещания, как телеканал Владимирский Губерния 33. Классическая структура вещания, тривиальная форма подачи, и ограниченность с точки зрения использования в эфире сетевого аудиовизуального контента. Внедряются только базовые элементы Интернет-коммуникации и виды сетевого аудиовизуального материала, такие как life-видео, слайд-шоу, инфографика в виде комментариев горожан. Форма подачи такого контента примитивная и однообразная, к чему аудитория быстро привыкает и впоследствии теряет интерес к таким материалам. Такая тенденция сегодня сохраняется на большинстве региональных телеканалов России.

Таким образом, опираясь на проведенные исследования, можно сделать вывод, что ближе всех к Интернет-формату вещания сегодня подобрались зарубежные телеканалы. Это выражается как в визуальном оформлении информационно-аналитических телепрограмм, так и в более свободной и разнообразной форме подачи видеоматериалов в телеэфире. Кроме того на персональных Интернет-платформах иностранных

телеканалов реализуются уникальные авторские проекты, а обложки ТВ-материалов в сети оформляются в соответствии с Интернет-тенденциями.

Что касается российских федеральных телеканалов, они все еще сохраняют определенные каноны вещания, но уже находятся на стадии активной интернетизации, заимствования Интернет-тенденций и в целом имеют схожий вектор развития с популярными зарубежными телеканалами.

А вот региональное ТВ на путь перемен вступает крайне медленно, о чем свидетельствуют редкое использование в материалах Интернет-технологий и мультимедийных приемов. Конвергентный контент в телеэфире используется либо в недостаточном количестве, либо его качество не соответствует современным Интернет-тенденциям и запросам аудитории. От этого страдает не только визуальная составляющая эфира, но и его объем и разнообразие. Снижается количество инфоповодов, а многие темы, которые активно обсуждаются в социальных сетях, региональное ТВ упускает из внимания, зациклившись на устаревшем традиционном формате вещания.

Список использованных источников

1. Большая система телемерений // Портал MediaHills.
2. Гаврилов, К. Как делать сюжет новостей и стать медиаворцом / К. Гаврилов. – СПб. : ТИД Амфора, 2007. – 299 с.
3. Данные исследований аудитории СМИ // Портал Mediascope.