САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**КОЛОТУШКИНА Юлия Павловна**

**Тележурналистика в Интернете: адаптация форматов**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

доктор филологических наук,

профессор, М.А. Бережная

Кафедра телерадиожурналистики

Очная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc514758781)

[ГЛАВА I. ТВ В ИНТЕРНЕТЕ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ 7](#_Toc514758782)

[1.1 СМИ в сетевом пространстве: специфика адаптации 7](#_Toc514758783)

[1.2 От ТВ в Интернете – к Интернет-ТВ 12](#_Toc514758784)

[1.3 Адаптация телевизионных жанров в интернет-среде 18](#_Toc514758785)

[ГЛАВА 2. ТЕЛЕКАНАЛ «ДОЖДЬ» В ЭФИРЕ И В СЕТИ 24](#_Toc514758786)

[2.1 Телеканал «Дождь» как альтернативное ТВ: история становления 24](#_Toc514758787)

[2.2 «Дождь» как новый формат телеканала: анализ контента 33](#_Toc514758788)

[ГЛАВА III. ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКАНАЛ «PITER TV»: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ, СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ, ИНТЕРАКТИВНЫЕ АСЕКТЫ 41](#_Toc514758789)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 52](#_Toc514758790)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 54](#_Toc514758791)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А 63](#_Toc514758792)

[ПРИЛОЖЕНИЕ В 79](#_Toc514758793)

# ВВЕДЕНИЕ

 Эфирное вещание теряет свою аудиторию. Это доказывает исследование, проведенное «Фондом общественного мнения».[[1]](#footnote-1) Было опрошено 3000 респондентов по всей России старше 18 лет. Процент тех, кто узнает новости и получает другую информацию из эфирного вещания, в 2011 году достигал отметки в 92%. К маю 2017 года он снизился до 78 процентов. Одновременно новостные сайты в Интернете набирают популярность у аудитории: количество потребителей выросло от 13% в 2010 году до 41% в 2017-м. Форумы, блоги, группы в социальных сетях также становятся востребованным источником, откуда россияне узнают новости: от 4% в 2010 году до 19% к концу 2017 года.

Вследствие этого, с одной стороны, эфирные ТВ-каналы постепенно осваивают сетевое пространство, с другой – растет количество интернет-телеканалов: по разным данным в настоящее время их насчитывается от 400 до 500[[2]](#footnote-2).

 Медиапотребление с использованием Интернета вынуждает телевидение адаптироваться в новой коммуникативной среде, что приводит к изменениям в традиционных форматах презентации журналистского контента.

**Актуальным** представляется описание существующей практики такой адаптации, а также выявление существующих вариантов функционирования телевизионного контента в Сети.

**Целью данной дипломной работы** является выявление актуальных вариантов и тенденций трансформации телеконтента в Интернете.

Для достижения поставленной нами цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Описать варианты функционирования ТВ в интернет-среде
2. Выявить факторы и направления адаптации телевизионного контента в интернет-среде
3. Выявить варианты адаптации ТВ-форматов в сети на примере интернет-телеканалов «Дождь» и «PiterTV».

**Степень разработанности темы.** Данную тему освещают в своих трудах следующие исследователи: А. Амзин, Л.П. Шестеркина, И.М. Дзялошинский, С.Г. Корконосенко, Е.Л. Вартанова, И.Н. Блохин, С.С Бодрунова, М. А. Бережная, М.М. Лукина, И.Д. Фомичева, А.А. Калмыков, Л.А. Коханова и др. В фокусе внимания исследователей активный переход эфирных телевизионных каналов в новую коммуникативную среду, эволюция медиапространства. Практика динамично развивается, и новый опыт не успевает найти отражения в научных монографиях. В связи с этим, остался недостаточно изучен аспект новых гибридных жанров и форм ТВ, существующих в сети Интернет.

**Объект нашего исследования –** интернет-контент телевизионных каналов.

**Предмет исследования –** адаптация форматов тележурналистики в интернет-вещании.

**Эмпирическим материалом** послужили публикации интернет-телеканалов «Дождь» и «PiterTv», в частности следующие программы и рубрики: «Бремя новостей» («Дождь»), «Новости СПб» (PiterTV).

Для исследования нами были выбраны выпуски информационных телепрограмм, выходившие в эфир в период с 4 ноября 2017 по 28 апреля 2018 года. Информационный контент является наиболее динамичным, что дает возможность проследить изменения в форматах в течение полугода.

**Методы** исследования, которые использовались в дипломной работе: наблюдение, описание, сравнительный анализ, контент-анализ, метод классификации, метод глубинного интервью. Использован исторический и типологический подходы.

**Теоретическую базу** исследованиясоставили научные статьи и монографии, посвященные интернет-журналистике – А.А. Калмыков, Л.А. Коханова «Интернет-журналистика», М.М. Лукина, И. Д. Фомичева «СМИ в пространстве интернета", М.Э. Жебит «Типология интернет-СМИ: подходы и перспективы», Л.А. Битков «Симбиоз средств массовой коммуникации: телевизионное вещание в социальных сетях в интернете и традиционное телевидение», К.В. Лученко «Интернет – СМИ будущего?», А.Г. Качкаева, И.В. Кирия «Российское телевидеие: между спросом и предложением», И.М. Дзялошинский «Современное медиапостранство современной России» и др.

Также нами были использованы работы Е.М. Пак «Теоретические подходы к определению понятия жанра интернет-журналистики», Н.И. Клушиной, М.В. Ивановой «Трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве Интернет». Были полезны работы по истории и теории журналистики, в частности, В.П. Костоусов «История телевидения: телевидение в лицах, цифрах и событиях».

**Новизна** данной работы заключается в выявлении ТВ-форматов, которые характерны для современных интернет-каналов. Нами были выявлены факторы, которые определяют возникновение такого рода форматов, а также тенденции их изменений.

**Структура.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

В первой главе «ТВ в Интернете: основные этапы» мы дали определения основным понятиям интернет-журналистики, описали поэтапное развитие сетевых СМИ, а также описали процесс адаптации телевизионных форматов в Интернете.

В первом параграфе «СМИ в сетевом пространстве: специфика адаптации» мы определили специфику интернет-журналистики, дали историческую справку о развитии интернет-журналистики, классифицировали интернет-СМИ и обозначили варианты адаптации средств массовой информации в сети.

Во втором параграфе «От ТВ в Интернете – к интернет-ТВ» определены понятия «интерактивности», «дигитализации» и «конвергенции», приведены существующие классификации интернет-каналов.

В третьем параграфе «Адаптация телевизионных жанров в интернет-среде» дана жанровая классификация, описаны гибридные жанры ТВ, обозначены понятия «жанр» и «формат».

Вторая глава «Телеканал «Дождь» в эфире и в Сети» описывает тематическую и форматную специфику выбранного для анализа канала. Параграф первый «Телеканал «Дождь» как альтернативное ТВ: история становления» посвящен созданию и истории телеканала: обозначены основные этапы развития «Дождя».

Второй параграф «Дождь» как новый формат телеканала: анализ контента» направлен на изучение контента телеканала методом контент-анализа. Здесь выделены основные особенности форматов подаваемой информации, показан процесс трансформации контента.

Третья глава «Интернет-телеканал: специфика контента» направлена на изучение контента телеканала «PiterTV» с целью выявления его функциональной, содержательной, интерактивной и коммуникативной специфики.

В приложениях представлены: таблица прослеживаемых форматов и жанров на телеканале «Дождь» за выбранный нами период и расшифрованное интервью с главным редактором интернет-канала «Piter TV» Станиславом Бутенко.

# ГЛАВА I. ТВ В ИНТЕРНЕТЕ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ

## 1.1 СМИ в сетевом пространстве: специфика адаптации

К январю 2018 года во всем мире количество людей, пользующихся Интернетом, достигло четырех миллиардов. Общий рост пользователей за один год составил 7%[[3]](#footnote-3). Это говорит о том, что люди активно осваивают сетевое пространство, потребность в информировании влечет за собой развитие журналистики в Интернете.

По словам И. А. Распопиной, интернет-журналистику следует определять, как одну из разновидностей журналистской деятельности, которая включает в себя сбор, обработку и распространение информации общественно-важной и социально-значимой в сети Интернет, где можно организовывать регулярное информационное вещание на широкую аудиторию без развертывания особой инфраструктуры[[4]](#footnote-4).

Ю. В. Трифонова дает следующее определение: «Интернет-СМИ называют некие сайты, которые посещают относительно большое количество людей, эти сайты постоянно обновляются, они предоставляют своему читателю и / или зрителю именно ту информацию, которую считают социально значимой»[[5]](#footnote-5).

О. Н. Аксенова определяет интернет-журналистику, как новый и самостоятельный вид традиционной журналистики. Сетевые СМИ отличает определенный набор характеристик, куда входит оперативность, интерактивность и гипертекстуальность[[6]](#footnote-6).

Таким образом, исследователи выделяют в такой журналистике ее организационную, коммуникативную и технологическую специфику.

А. А. Калмыков и Л. А. Коханова утверждают, что зарождение российской интернет-журналистики приходится на 1995 год[[7]](#footnote-7). Именно тогда, 10 октября, появляется первый сетевой литературный проект, который носил название «РОМАН». Здесь же и зарождается термин «сетература». По Е. А. Жиндеевой: «Сетевая литература (сетература) − это понятие, введение которого в непосредственный литературоведческий оборот поддерживается некоторыми исследователями и применимо специалистами для обозначения определённой категории созданных художественных произведений, существующих непосредственно в сети Интернет»[[8]](#footnote-8).

В это же время, в декабре, в Интернете начинают курировать выборы, проект назывался «Россия: Выборы 95»[[9]](#footnote-9). Публиковалась информация в реальном времени, пользователям предоставлялась возможность наблюдать за всем процессом здесь и сейчас.

В 1996 году радиостанция «Радио 101» стала первой, кто запустил собственный сайт в интернет-сети с трансляцией своих программ[[10]](#footnote-10). Это послужило отправной точкой в дальнейшем формировании интернет-радио. Сегодня почти все радиостанции имеют свои онлайн-версии, уже адаптированные в сети. А 20 октября 1996 года начинает круглосуточное вещание (первое в Европе) радиостанция «Серебряный дождь»[[11]](#footnote-11).

 На фоне расцвета веб-изданий появляются авторские проекты интернет-журналистов. Первопроходцами были А. Гагин и редакция А. Носика. А. Гагин, он же Иван Паровозов, выпускал различные обзоры. Его проект назывался «Паровозов News». Редакция Носика также выпускала обозрения мировой и российской сети «Вечерний Интернет»[[12]](#footnote-12). Это помогло в полной мере завоевать и определить свою аудиторию, выявить потребности пользователей и наметить дальнейшие планы. К концу 1997 года веб-обозрение получило широкое распространение и было популярно среди россиян. Обычно обзор включал в себя краткие новости, аналитическую справку и собственную позицию автора[[13]](#footnote-13).

Так как проекты были авторские, сетевая журналистика существовала отдельно от традиционных СМИ. И зачастую авторами были люди, совершенно не связанные с журналистской деятельностью. Причиной послужило бурное развитие непокоренной сетевой платформы. Интернет-журналистика развивалась вне существующих канонов периодики, в абсолютно свободных формах.

В связи с ростом популярности Интернета начинается активное внедрение традиционных средств массовой информации в сетевое пространство. И. П. Торопов вводит термин мультимедиатизации – преобразования сути СМИ в сторону мультимедиа содержания[[14]](#footnote-14). Этот процесс преобразования он делит на три этапа:

**Первый этап** связан с процессом слияния собственности и капитала традиционных СМИ со сферой индустрии культуры.

**Второму этапу** свойственно взаимопроникновение наполнения одних видов СМИ в другие. Например, в печатных СМИ начинают появляться элементы визуализации.

И **третий этап** связан с переходом традиционных СМИ в интернет-пространство. Первыми были печатные СМИ. Это были точные копии бумажных версий. Позже, они трансформировались в мультимедийный формат[[15]](#footnote-15).

Осмысление процессов функционирования средств массовой информации в новой среде породило разные варианты классификаций интернет-СМИ. И. Давыдов делит их на две группы по типу выхода. Первый тип – собственно сетевые издания. Второй тип – сетевые версии традиционных СМИ[[16]](#footnote-16). Более широкую классификацию дает Лукина М. М. Она делит все интернет-СМИ на три группы. К первой группе относятся все аналоги и копии традиционных СМИ. Ко второй группе автор относит модифицированные версии в режиме «онлайн» все тех же традиционных СМИ. Но здесь своя особенность: они не просто копируют весь материал в интернет-пространство, а проводят свою политику и придерживаются потребностей онлайновой аудитории. К последней группе Лукина М. М. относит все существующие средства массовой информации, которые возникли только в рамках сетевого вещания и у которых нет оффлайновых версий[[17]](#footnote-17).

Таким образом, автор как представляет этапы адаптации СМИ в сетевом пространстве, так и дает их базовую классификацию: они существуют как копии и аналоги традиционных СМИ, как модифицированные версии и, наконец, как только сетевые, или интернет-издания. В любом варианте функционирования СМИ учитывают потребности аудитории и ориентируются на нее.

Однако в связи с активным развитием интернет-журналистики М. Э. Жебит выделяет еще один вид интернет-СМИ. Это электронный ресурс, который в последствии становится печатным вариантом. Жебит М. Э. приводит в пример газету RBK Daily, которая до 2006 года существовала только в сетевом пространстве, та же история была с газетой «Твой день» и с Пермской интернет-газетой[[18]](#footnote-18). Это говорит о том Интернет не становится финальной платформой эволюции медиапространства. Сеть способна сосуществовать с традиционными СМИ и давать толчок к их дальнейшему развитию.

Социальные сети – следующий этап продвижения контента. Сегодня они пользуются огромным спросом среди потребителей. Причем, кроме основного чат-общения, очень важная функция – распространение информации. Молодежь отдает предпочтение Facebook, Wats Up, Instagram, Вконтакте, а не газетам, радио и телевидению. Во всех социальных сетях есть группы и сообщества интернет-СМИ (с ссылками на Интернет-ресурс), которые информируют свою аудиторию.

Тем не менее, по данным ВЦИОМ от 10 января 2018 года, 79 процентов россиян не готовы полностью отказаться от традиционных СМИ в пользу интернет-журналистики[[19]](#footnote-19). То есть общество находится на первой стадии восприятия интернет-источников. Даже если сетевые СМИ уже полностью адаптированы на интернет-платформе и имеют только один канал распространения информации, то аудитория хоть и воспринимает такой формат, но не отказывается от уже привычных. Здесь свою роль играет и возрастной критерий, и экономический, и социальный.

Об этом пишут и М. М. Лукина, и И. Д. Фомичева. Они говорят о том, что основной потребитель интернет-новостей – люди до 34 лет, старшее же поколение отдает предпочтение традиционным СМИ. Так же сетевая аудитория отличается по социальному статусу: «Уровень их доходов также выше среднего по стране, большинство имеет личный автомобиль и пользуется услугами мобильной связи»[[20]](#footnote-20). Также в качестве критериев авторы выделяют гендерный признак, наличие высшего образования и территориальный признак (место проживания: город, деревня, поселок).

## 1.2 От ТВ в Интернете – к Интернет-ТВ

Затрагивая тему конкурентности традиционного телевидения и интернет-вещания, В. Г. Абрамов отдает предпочтение традиционному ТВ по нескольким причинам:

1. Задача массового охвата Интернета далека от реализации (общим каналом распространения по всей России все еще остается телевидение).
2. Специфика жанров тележурналистики (жанры, создающие эффект «присутствия») востребована аудиторией больше, чем формат интернет-вещания.
3. Человеческий фактор: «Обычный зритель не хочет прикладывать много усилий для поиска нужной информации. Самое большее, а что он способен, − это переключение кнопки на пульте управления. Он может параллельно заниматься чем-то другим: отдыхать, есть, читать. При использовании интернет-технологиями это невозможно…»[[21]](#footnote-21).

С этими доводами нельзя не согласиться: пассивное восприятие информации может быть связано с образом жизни, привычкой, оно свойственно людям старшего возраста, как показывает статистика: главный зритель традиционного ТВ −люди, старше 54 лет [[22]](#footnote-22). Молодежь расширяет свой потенциальный выбор каналов информации с помощью Интернета и отдает им предпочтение. Активный зритель отбирает качественный источник информации, подходящий его требованиям. Доверие аудитории – одна из главных составляющих конкурентного рынка СМИ. Традиционное телевидение, которое не имело конкурентов, теперь вынуждено уживаться с новыми понятиями интернет-телевещания. По В. П. Костоусову их три:

**Интерактивность** – комплекс средств для обмена информацией.

**Дигитализация** – переход всех видов информации в цифровую форму.

**Конвергенция** – слияние технологий распространения и производства информации[[23]](#footnote-23).

Эти термины основополагающие в интернет-телевидении. Чтобы иметь полный инструментарий для анализа, обратимся к работам других авторов. М. Ю. Орлова подчеркивает функциональную направленность интерактивности и определяет ее как эффективную обратную связь с аудиторией, которая дает возможность понять конкретные потребности посетителей сайтов. Интерактивность порождает две функции аудитории: зритель выступает и как источник информации, и как критик[[24]](#footnote-24). Такая трактовка понятия включает его содержательные компоненты, а не только технические условия взаимодействия сторон.

В более широком контексте может осмысливаться и понятие дигитализации. Многие авторы ссылаются на определение В. П. Костоусова, однако В.В. Игнатенко в своей статье затрагивает один очень важный момент – благодаря дигитализации скорость доставки сообщения встала на одну ступень важности с его содержанием[[25]](#footnote-25). Это играет сегодня значимую роль в конкурентоспособности СМИ и вовлеченности аудитории в событийное пространство.

Терминология слова «конвергенция» также неоднозначна. Наиболее полное описание данного явления мы встретили в учебном пособии Е. В. Олешко. Автор пишет, что само понятие «конвергенция» имеет несколько языковых основ, так, например, в английском языке можно встретить слово «convergence», что означает – «схождение в одной точке». А в переводе с латинского «convergo» − сближать[[26]](#footnote-26). В современной медиаструктуре: «конвергенция – некий процесс интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс или процесс взаимодействия разных средств массовой информации для создания и распространения общего контента»[[27]](#footnote-27).

Вовлечение аудитории в производство и оценку контента с помощью интерактивности позволяет многим сетевым СМИ грамотно выстраивать и развивать свой контент. Дигитализация, обусловившая очень высокую скорость доставки контента, обеспечивает им возможность сосуществовать в едином информационном потоке с аудиторией и дает мощный толчок в распространении сетевой журналистики. Конвергенция способствует появлению гибридных форм интернет СМИ.

С ростом потребности цифрового информирования, количество именно сетевых телеканалов увеличивается. 23 июля 2017 года на сайте радио «Эхо Москвы» было опубликовано интервью с Яной Бельской (главный редактор журнала «Кабельщик»[[28]](#footnote-28)). По ее словам, количество неэфирных телеканалов варьируется от 400 до 500. На сайте on-tv.ru составлен рейтинг интернет-каналов по оценкам зрителей. В опросе представлено 202 интернет-канала (общее число транслируемых каналов на сайте – 519)[[29]](#footnote-29).

Классификацию таких интернет-телеканалов дает К. В. Лученко[[30]](#footnote-30).

К первому типу относятся каналы, так называемой офлайновой формы. То есть это интернет-версии телеканалов, которые вещают в эфире. На таких сайтах можно смотреть эфирный материал в реальном времени, который дублируется в сети, смотреть архив телеканала, где выкладываются все материалы, выходившие в эфир, а также расшифровки текстов.

Второй тип – интернет-каналы, не имеющие офлайновых версий. Автор приводит в пример сеть «Корбина ТВ». На сегодняшний день самый распространенный тип такого интернет-канала «ГлазTV». Такие каналы можно назвать собирательными. Они транслируют эфирное вещание в сети Интернет.

К третьему типу автор относит сайты-коллекторы видеоконтента. Они группируют программы различных производителей по определенному признаку. Сюда же К. В. Лученко относит и видеохостинги. Такие, как Youtube и Retube.

Помимо трех перечисленных типов автор выделяет еще один, на данный момент, еще не определенный однозначно, – это так называемый гибридный тип. Он является наглядным примером конвергентной журналистики, где сливаются технологии распространения и производство информации. К. В. Лученко приводит пример газеты «Коммерсант», на сайте которой появился раздел «Видео», где периодически публикуются различные ТВ-материалы. Это издание было в числе первых, кто совместил печать и ТВ[[31]](#footnote-31).

Таким образом, прослеживается разделение трансляции контента и его производства. В процессе становления гибридных интернет-СМИ появляются и самостоятельно существующие интернет-телеканалы. Чтобы прийти к таким гибридным формам, интернет-тележурналистика начинала свой путь с самого простого – копирования эфирного вещания. Стартовал этот процесс в начале 21-го века, когда появилось такое понятие, как IPTV и скоростной интернет. Традиционные каналы начали создавать официальные сайты-аналоги, где транслировался эфирный материал в реальном времени.

С развитием сервисов интернет-вещания развиваются и услуги, предоставляемые аудитории, например, появились интерактивные видео-услуги, которые позволяют с помощью планшета или смартфона без особых усилий настроиться на нужный канал и передачу, стало доступным управление сеткой вещания, можно поставить на паузу просматриваемую программу, или «перемотать» ненужные фрагменты.

Если говорить о дальнейшей перспективе развития интернет-вещания, можно взглянуть на опыт развития западного ТВ, поскольку Россия, немного запаздывая, повторяет путь, который прошла мировая индустрия. В последние годы технологии сетевого вещания развивались с огромной скоростью. В начале своего пути перед интернет-СМИ стояла проблема общих параметров доступа. Это значит, что параметры вещания были у всех одинаковые, однако скорость и возможности Интернета у всех разные, в связи с этим видео могло «зависать» и перескакивать по времени. Сегодня появилась новая система потокового вещания, которая приспосабливает любое устройство к нужным параметрам, причем, те, у кого медленный Интернет, больше не будут наблюдать прерывание сигнала[[32]](#footnote-32).

Ю. В. Сергеев приводит статистику просмотров мобильного телевидения. Автор ссылается на опрос российской компании MobiWorld Media – SPBTV. По его результатам – в среднем пользователи тратят на просмотр мобильного ТВ 30 минут[[33]](#footnote-33). По результатам опроса можно сделать вывод, что традиционный «антенный» способ приема информации может со временем заменить мобильное телевещание. Это гораздо удобнее и быстрее. Эти два параметра всегда были востребованы у потребителя.

Форма онлайн-телевидения востребована в наши дни и будет трансформироваться еще долгое время. Но вместе с тем развивается и другая модель сетевого телевидения. Это самостоятельно существующие интернет-телеканалы, которые не имеют эфирных аналогов. Они живут только в Интернете и ориентируются на своего зрителя. Речь идет о таких телеканалах, как «Дождь», «PiterTV», «Дельфик ТВ», «46tv.ru», «Эхо ТВ», «Фонтанка-Live», «Красное ТВ» и другие.

Помимо основного сайта, где осуществляется вся информационная деятельность, подобные интернет-СМИ используют другие платформы распространения – социальные сети и мобильные приложения. В социальных сетях обычно публикуются сжатые справки с опорной ссылкой на источник, проводятся также прямые трансляции событий и анализируется обратная связь с аудиторией и ее потребности – с помощью опросов, комментариев и рейтингов.

## 1.3 Адаптация телевизионных жанров в интернет-среде

Жанровая классификация в тележурналистике не постоянна и сложна. С прогрессивным ростом технологий картина меняется – некоторые жанры уходят, на смену им приходят новые. Это связано, прежде всего, с потребностями аудитории. Однако, как базовая существует традиционная типология жанровой системы, которой присутствуют три группы: аналитические жанры, информационные и художественно-документальные (Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. А. Тертычный, В. В. Захаров и др.)

К информационным жанрам (они отвечают на основные пять вопросов «кто», «что», «где», «когда» и «почему») В. В.Захаров относит: **заметку** или короткое, сжатое сообщение, ее главные черты – оперативность и актуальность, **комментированная новость** – полное сообщение о событии с неким анализом корреспондента, **выступление в кадре** – нацелено на непосредственном рассказе о событии с фактическими доказательствами, **интервью**, которое подразделяется на интервью-факт, интервью-мнение, протокольное интервью, анкетное интервью, портретное и проблемное, **репортаж** и **отчет**, два последних жанра схожи между собой, их задача – дать представление зрителю о конкретном событии или явлении, различие репортажа от заметки – репортаж создает эффект «присутствия», отчет более краткий и сухой[[34]](#footnote-34).

Аналитические жанры отличаются нацеленностью на глубокий анализ. К ним относятся: **корреспонденция** – заметка, но дополненная конкретными причинами, выводами, указанием последствий, **комментарий** – мнение одного человека-специалиста, который затрагивает интересы обеих сторон в узко-направленной сфере, подразделяется на событийный, проблемный, оперативный, **обозрение** – анализ чего-либо в рамках определенного времени, **беседа** – смешанный тип комментария и интервью, **дискуссия** – то же, что и обозрение, но более эмоциональное, **ток-шоу** – жанр, который близок беседе и дискуссии, но его отличие в том, что в нем могут принимать участие зрители и слушатели, **пресс-конференция** – коллективное официальное интервью[[35]](#footnote-35).

Группа художественно-документальных жанров: **очерк**, может быть портретным, проблемным и путевым – это драматургичное, документальное повествование о ком-то или о чем-то, **зарисовка** – материал, построенный на художественных началах, может не иметь инфоповода, **фельетон** и **памфлет** – сатирические жанры, памфлет отличается более широкой направленностью[[36]](#footnote-36).

Современную модификацию классической классификации жанров дает Л. П. Шестеркина. Она делит жанрово-распределительную систему на пять больших групп, куда входят все вышеперечисленные жанры: оперативно-новостная группа (жанры: заметка, видеосюжет) – событийное информирование, оперативно-исследовательская (жанры: интервью, отчет, репортаж, пресс-конференция) – анализ оперативного события, исследовательско-новостная (комментарий, расследование) – анализ актуального события, исследовательская (ток-шоу, обозрение, дебаты, беседа) – полный, глубокий анализ, исследовательско-образная (эссе, очерк, зарисовка) – аналог документально-художественного жанра[[37]](#footnote-37).

Данная жанровая классификация базируется на основных типологических группах – новостная, исследовательская, исследовательско-новостная и исследовательско-образная, что позволяет грамотно определить функции жанров и отметить переходные формы.

Жанровая типология находится в постоянном развитии, это исторический процесс, которого нельзя избежать. С.Н. Ильченко говорит о том, что в эпоху коммерциализация телевизионного контента трансформация жанровой специфики и появление новых жанров связано с ориентацией на развлекательный аспект с помощью различных мультимедийных средств[[38]](#footnote-38). Речь идет о различных видах ток-шоу, шоу-реалити, викторинах, музыкальных передачах и юмористических. По той же причине возникают и гибридные жанры тележурналистики, которые совмещают в себе свойства различных форм.

С переходом в сеть Интернет, телевизионные жанры приобретают новые черты. А. А. Хлызова говорит о том, что интернет-телеканалы, не имеющие эфирного вещания, подстраиваются под своего потребителя, у которого в приоритете выборочный отбор информации и активный мониторинг новостей, создают новые сетевые жанры, ориентированные именно на интернет-аудиторию[[39]](#footnote-39).

К таким гибридным интернет-жанрам автор относит «стрим – процесс трансляции видео-прохождения игры»[[40]](#footnote-40), который появился в 2010 году. Сегодня «стримить», то есть подавать потоковую информацию методом трансляции может любой зарегистрированный пользователь или СМИ. В сетевой журналистике сегодня это активно практикуется.

Так же А. А. Хлызова утверждает, что новые гибридные формы интернет-журналистики еще не пополнили ряды устоявшихся традиционных жанров, поэтому автор расширяет описанную выше классификацию Л.П. Шестеркиной и добавляет новые жанры:

- в оперативно-новостную группу – лайф-видео с места событий, анимационную инфографику;

- в оперативно-исследовательскую группу – реалити-шоу и стрим;

- в исследовательско-новостную группу – анимацию;

- в исследовательскую группу – анимационный лонгрид;

- в исследовательско-образную группу – скетч-шоу, докудраму, мастер-класс, программу-преображение, телевизионный клуб и телевизионную игру[[41]](#footnote-41).

Трансформация происходит за счет слияния жанровых элементов. Эти элементы включают в себя основные характеристики определенного жанра. Меняется так же характер съемки, выбор героя. Все это способствует модификации жанровой специфики.

Обновление жанровой классификации необходимо, чтобы в дальнейшем иметь четкое представление о форме подаваемой информации. Для современного журналиста важно уметь оперативно осваивать телевизионные жанры и приспосабливаться к условиям новых средств массовой информации. Расширение типологии жанров поможет адаптироваться в профессиональной журналистской деятельности максимально быстро и давать аудитории качественный и привычно для нее «упакованный» материал.

В. П. Летуновский отмечает, что понятие «жанр» в современной медиа-системе уходит на второй план и на его смену приходит другое понятие – «формат»[[42]](#footnote-42). Формат – вариант подачи жанров. Причем, трактоваться это определение может по-разному (тип телевизионного сигнала, способ лентопротяжки в процессе создания видеоматериала или просто внешний вид конечного продукта). Об этом же пишет и другой автор – А. Т. Леонова[[43]](#footnote-43). Она говорит о том, что слово «формат» может использоваться в нескольких значениях: способ передачи сигнала, способ вещания, характер передачи ТВ сигнала, направление вещания телеканала или определенная концепция телепродукта. В последнем случае «формат» включает в себя и жанрово-стилистические особенности, и производственные, технические и коммерческие параметры.

А. Н. Дедов дает следующе определение «формата»: «Это устоявшаяся, стандартизированная модель телевизионного произведения, которая предусматривает определённые характеристики изображения, текста, поведения его героев и автора в процессе создания»[[44]](#footnote-44). Автор делит форматы на базовые и комбинированные. К базовым относятся – разговор – интеллектуально направленные программы (например, передача «Белая студия», «Что делать?», «Тем временем»), шоу – ориентированы на эмоциональность, и сюжет – самый распространённый формат –информационная справка о чем-либо[[45]](#footnote-45).

Комбинированные форматы подразумевают собой два или более базовых формата, объединившихся в один новый. К ним автор относит: 1. тележурнал – совмещает в себе «разговор и сюжет. Это почти все сейчас существующие новостные программы, где присутствует ведущий в студии и сюжеты, снятые за ее пределами. 2. Ток-шоу. Включает в себя формат «шоу» и «разговор». 3. Life-to-tape. Последний комбинированный формат. Он состоит из двух других – «разговор» и «сюжет». Это сюжет, где корреспондент постоянно находится в кадре и вместе с тем принимает участие во всех событиях[[46]](#footnote-46).

Обращает на себя внимание, что данная классификация игнорирует содержательно-функциональные характеристики материалов и фокусируется на их форме, то есть «упаковка» описывается отдельно от содержания – в этом ее отличие от жанровой типологии. А.Н. Дедов зафиксировал процесс трансформации форматов, который привлекает внимание в современном медийном производстве.

Если говорить о том, приспособились ли традиционные телевизионные жанры в интернет-среде, то нельзя ответить однозначно. Разумеется, сайты-аналоги телеканалов, которые выходят в эфир и копируют все материалы на своей официальной странице, придерживаются традиционных жанров телевидения. Но если мы рассмотрим сетевые телеканалы, существующие только в пространстве Интернета, то картина восприятия меняется. Жанры присутствуют как традиционные, так и новые. Новые жанровые особенности появляются из-за потребностей аудитории. Так, например, интернет-телеканал «PiterTV» вообще не выдерживает нормы традиционных жанров. Их материалы нацелены на быстрое информирование.

Таким образом, для интернет-вещания характерны интерактивность, дигитализация и конвергентность, которые определяют новые форматы подачи информации потребителю. Телевизионные каналы адаптируют вещание для новой коммуникационной среды и классифицируются по трем основным типам: сайты-аналоги эфирных каналов, версии, модифицированные для интернет-пользователя и интернет-СМИ, которые осуществляют свою деятельность исключительно в Сети. Соответственно происходит трансформация и гибридизация традиционных жанров и форматов ТВ.

# ГЛАВА 2. ТЕЛЕКАНАЛ «ДОЖДЬ» В ЭФИРЕ И В СЕТИ

## 2.1 Телеканал «Дождь» как альтернативное ТВ: история становления

«Телеканал для тех, кому не наплевать» − именно такой лозунг выдвигает телеканал «Дождь» на всех своих официальных страницах в социальных сетях. Они также пишут «Дождь работает на честного зрителя. Наш зритель независим, как и сам телеканал»[[47]](#footnote-47). Независимость «Дождя» подтверждает и «The Guardian», вот что они писали − «единственный независимый московский телеканал освещает темы, которых больше никто не смеет касаться»[[48]](#footnote-48).

Наталья Синдеева (в дальнейшем генеральный директор) и Вера Кричевская (главный режиссер и продюсер) − в 2010 году запускают телеканал «Дождь». Изначально был создан как интернет-телеканал. Наталья Синдеева является также создателем радиостанции, которая носила название «Серебряный дождь»[[49]](#footnote-49).

По словам Натальи Синдеевой, когда только появилась идея создания канала, было много непонятного, но идеология «Дождя» была определена с самого начала. Она держалась на трех основах: обязательное эфирное вещание; аудитория и потребитель должны быть не консервативны и заинтересованы в чем-то новом; максимальная открытость[[50]](#footnote-50).

Официальная дата начала эфирного вещания – 27 апреля 2010 года, однако фактически «Дождь» вышел в эфир на четыре дня раньше[[51]](#footnote-51).

Наталья Синдеева вспоминает, как это было: «И вот когда технические службы сказали, что все готово, все настроено, можно включать и отдавать сигнал, захотелось что-то показывать, а контента не было. Я предложила показывать все — совещания, тексты, тренинги, кастинги. Так запуск канала превратился в реалити-шоу. «Дождь» сработал благодаря нашим горящим глазам, горящим сердцам, востребованному формату, искренности, открытости»[[52]](#footnote-52). Так как контента не было, следующие шесть месяцев в эфире зрители могли наблюдать все внутренние процессы редакции[[53]](#footnote-53).

Полноценное вещание информационных программ началось только осенью. В 2011 году «Дождь» беседует с Д.А. Медведевым, который на тот момент являлся президентом Российской Федерации. Таким образом, интернет-телеканал заявляет о своей серьезности и состоятельности. Начинается активная борьба за статус федерального канала и включение в список эфирных, телеканал принимает участие в различных телевизионных конкурсах, но уступает[[54]](#footnote-54). Через некоторое время кабельные и спутниковые операторы начинают внедрять «Дождь» в список предлагаемых каналов: «НТВ плюс», «Триколор ТВ», «Дом РУ», «Акадо», «Искра телеком», «Экотелеком», мобильное вещание «Билайн» и «МТС»[[55]](#footnote-55). Интернет-канал начинает существовать как платный.

В 2013 году на сайте телеканала появляется информация о достижениях за 3 года. Главное из которых – первенство в распространении информации. То есть «Дождь» на тот момент был единственным каналом, кто осуществлял вещание на всевозможных платформах – классические ТВ-приемники, телевизоры с системой Smart-TV, компьютеры, ноутбуки, КПК, мобильные системы Android, App Store, Windows Phone и даже игровые приставки[[56]](#footnote-56). К тому же году количество зрителей превышало 40 тысяч, когда в 2010 технический охват телеканала составлял всего лишь тысячу пользователей[[57]](#footnote-57).

Такой фурор длился недолго. В 2014 году на сайте «Дождя» был опубликован опрос, посвященный блокаде Ленинграда. Дословный текст: «Нужно ли было сдать Ленинград, чтобы спасти сотни тысяч жизней?»[[58]](#footnote-58). Хоть этот материал был удален, и редакция канала принесла свои извинения и признала вину, это событие стало началом конца для телеканала. Кроме осуждения общества, все операторы кабельного и спутникового вещания исключают «Дождь» из своих пакетов. Причем, под разными предлогами – не успели продлить контракт, обновление политики, перезапуск и т.д.[[59]](#footnote-59) Началась массовая травля со стороны других СМИ.

Спустя месяц «Левада-центр» проводит опрос относительно ситуации с «Дождем», в нем приняли участие 1600 человек. Вопрос был поставлен следующим образом – «Заслуживает ли «Дождь» наказания и если да, то какого?»[[60]](#footnote-60). 23% опрошенных ответили «не заслуживает», 10% считают, что извинения редакции и осуждение общества достаточно, 7% поддерживают массовое исключение из пакетов операторов, 6% дают второй шанс телеканалу с последующим наказанием в виде лишения лицензии, 8% опрошенных считают правильным отключить «Дождь» от большинства кабельных сетей, за полное исключение из медиа – 3%, не смогли дать ответ на поставленный вопрос – 43% опрошенных.

Это говорит о том, что большинство респондентов не имеют определенной позиции относительно ситуации. Или это большинство просто не владеет информацией, поскольку не является аудиторией «Дождя». Важно, что 23% процента опрошенных ответило, что «Дождь» «не заслуживает» никакого наказания.

Еще один опрос от «Левада-центр» касательно телеканала «Дождь» был опубликован уже в феврале в 2016 году[[61]](#footnote-61).

На вопрос «В чем причина отключения телеканала «Дождь» от всех эфирных каналов?» − 16% опрошенных людей назвало причину «Руководство страны решило ограничить вещание «Дождя» из-за его оппозиционности и нелояльности».

Оппозиционным этот телеканал действительно считали еще с 2011 года, общество воспринимало его таким, когда на сайте телеканала периодически появлялись материалы, посвященные протестам горожан, тщательно освещался процесс выборов. Заметными темами в эфире канала были «Болотное дело»[[62]](#footnote-62), «Pussy Riot»[[63]](#footnote-63) , «Закон Димы Яковлева»[[64]](#footnote-64), выборы мэра Москвы[[65]](#footnote-65), приговор по делу «Кировлес»[[66]](#footnote-66), расследовательская деятельность Алексея Навального в коррупционном деле российских чиновников и членов государственного аппарата[[67]](#footnote-67), события на Украине в 2014 году[[68]](#footnote-68).

В кризисный период 2014 года генеральный директор телеканала Наталья Синдеева активно дает интервью. В одном из них прозвучали следующие слова: «Придумывая канал, точно знала, что кругом есть такие же люди: неравнодушные, деятельные, активно участвующие в общественной жизни. Наш эфир рассчитан на них. А какой выдашь контент, такая аудитория за тобой и пойдет. Так мы получили зрителя, похожего на нас. Потом он вышел на Болотную, и мы туда пошли»[[69]](#footnote-69). И народ действительно поддерживал. «Дождь» начал заниматься краудфандингом для его существования.

Объявили войну телеканалу не только СМИ и операторы. Арендодатели отказываются работать с «Дождем». Канал старался выжить всеми возможными методами, даже выходили в эфир из квартиры. Причем, не один день. Сами собирали оборудование, клеили лампы на скотч к стене, писали на коленях[[70]](#footnote-70).

В 2015 году Борис Зимин и его фонд «Среда» (фонд поддержки российских СМИ) поддержал телеканал «Дождь» и выделил 7,5 миллионов рублей[[71]](#footnote-71). Это дало возможность работать дальне и развиваться. В жизни телеканала началась белая полоса. Наталья Синдеева: «Многие не верили, но это возможно: не изменять себе, следовать своим принципам, делать только то, что хочешь, и при этом выйти в прибыль. Увидите, у нас все так и получится»[[72]](#footnote-72).

На сегодняшний день телеканал «Дождь» достаточно известный и успешный. В рейтинге самых цитируемых телеканалов за март 2018 года, который опубликовал сайт «Медиалогии», автоматического мониторинга средств массовой информации, «Дождь» занимает шестую позицию, где индекс цитируемости составил 397, 94[[73]](#footnote-73).

Альтернативная «повестка», которую предлагает «Дождь» своей аудитории вполне соотносится с его статусом интернет-канала: он возник в Сети, а затем вернулся в интернет-среду, не вписавшись в «повестку» эфирных телеканалов. Его содержательная позиция, а также целый ряд стилистических и коммуникативных особенностей позволяют охарактеризовать его как канал «альтернативный».

А. О. Дмитриев утверждает, что альтернативные СМИ существуют в одном пространстве с «мейнстримовскими медиа». Мейнстримовские средсва массовой информации – это широко известные СМИ, которые объединены одной общей точкой зрения, причем, эта точка зрения имеет вес для аудитории[[74]](#footnote-74). Отличительной чертой альтернативных медиа является вовлеченность зрителей в процесс наполнения контента. А также «средства доставки контента» и форма подачи материала.

Л. Г. Хорошилова определяет альтернативные СМИ как независимые медиа, в которых интерактивность общения с аудиторией – главное отличие от традиционных средств массовой информации[[75]](#footnote-75).

Крис Эттон – английский медиаисследователь дает свою трактовку альтернативных средств массовой информации. Он обозначает такие СМИ как медиапроекты, с формой развития и функционирования отличительной от любой традиционной модели[[76]](#footnote-76). Кроме того, автор выделяет характерные черты альтернативных средств массовой информации:

- содержание материалов, альтернативное традиционному;

- особенная визуальная форма, которая противоречит традиционному представлению о дизайне;

- в создании медиапродукта используются новые технологии;

- неформальные отношения в коллективе и в редакции;

- альтернативный ресурс собирает вокруг себя медиасообщество.

Многие из перечисленных характеристик находят свое отражение в деятельности телеканала.

Альтернативное содержание публикаций «Дождя» связано как с выбором освещаемых событий, так и с их трактовкой. В частности, канал обратил пристальное внимание на митинги «Он нам не царь», которые прошли в разных городах России 5 мая 2018 года. В ходе протестных акций, по данным ОВД-Инфо, было задержано 1600 человек[[77]](#footnote-77). Однако на сайте «Первого канала» за 5, 6, 7 и даже 8 мая нет ни одного выпуска новостей, где затрагивалась бы эта тема. На сайте телеканала «Дождь» − это основной инфоповод в указанные даты. Собственную позицию канал занимал и в процессе кампании по выборам президента Российской Федерации: ведущие программ зачастую обсуждали действующего президента в негативном ключе.

Нельзя не отметить и альтернативные технологические приемы. В создании медиапродукта активно используются новые технологии: многие материалы, в том числе крупные, снимаются на мобильные телефоны и планшеты.

Неформальные отношения существуют в коллективе, что не свойственно многим иерархически организованным редакциям федеральных каналов. Вещание телеканала началось с трансляции планерок и подготовке к запуску «Дождя». Зритель мог наблюдать за всей внутриредакционной кухней. Программа «Бремя новостей» выстроена на неформальном общении ведущих и разговорной лексике: их поведение в кадре абсолютно противоречит канонам традиционного формата новостей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что телеканал «Дождь» действительно имеет характеристики альтернативного ТВ. Это, в свою очередь, находит отклик в аудитории, ориентированной на альтернативный контент, которая очень многочисленна.

Аудитория телеканала «Дождь» в социальных сетях:

- Количество подписчиков телеканала в социальной сети «Twitter» - 2,18 миллионов человек[[78]](#footnote-78)

- Количество подписчиков телеканала в социальной сети «FaceBook» - 1,11 миллионов человек[[79]](#footnote-79)

- Количество подписчиков телеканала в социальной сети «Вконтакте» - 437 тысяч человек[[80]](#footnote-80)

- Количество подписчиков телеканала в видеохостинге «YouTube» - 442 тысячи человек[[81]](#footnote-81)

Интернет-телеканал активно развивает именно коммуникации через сеть. Социальные сети являются отличным инструментом «взаимоинформирования» редакции и аудитории. Это дает возможность получать и публиковать видеосюжеты пользователей, что увеличивает оперативность подачи актуальных тем и является конкурентным преимуществом данного канала информирования.

На наш взгляд, грамотно составленная политика ведения Twitter и FaceBook – основа успеха телеканала «Дождь». Вовлечение зрителя в редакторское дело действительно принесло многотысячные подписки. Люди не просто предлагают свои новости и идеи, они дают обратную связь в виде отзывов об уже вышедших в эфир программ. Так, например, долгое время в социальной сети Twitter существовал хэштег «ТвитДождю». Редакция телеканала по этому хэштегу отбирала самые интересные предложенные новости и пускала в эфир. Если какой-то материал уже опубликован в сети, существует еще одна функция, которая позволяет внести свои коррективы зрителю или оставить комментарий.

Также редакторы часто просят о помощи добровольцев в видео- или фотоматериалах. Когда нет корреспондентов в определенной географической точке, а инфоповод есть, «Дождь» ссылается на обычных людей, которые им помогают сделать фото или видео, формируя таким образом полноценный эксклюзивный материал.

Одним из популярных материалов, опубликованных на сайте телеканала за 2014 год (почти 400 тысяч просмотров), является репортаж активиста, гражданина Украины, Сергея Моргунова, который представил происходящее от первого лица[[82]](#footnote-82). Это подтверждает тот факт, что любительский контент воспринимается аудиторией с интересом и сам зритель охотно принимает участие в создании наполненности интернет-канала «Дождь».

## 2.2 «Дождь» как новый формат телеканала: анализ контента

Телеканал «Дождь», в первую очередь, платный. Прайс-лист такой: месяц подписки – 480 рублей, три месяца – 1280 рублей, один год – 4800 рублей. Присутствуют также льготы для студентов, инвалидов и пенсионеров. Годовая подписка для них – 2000 рублей. Можно отключить рекламу: сумма отключения на месяц – 99 рублей. Чтобы посещать закрытые мероприятия, специальные эфиры телеканала, смотреть архив «Дождя», существует премиальная годовая подписка, которая обойдется в 10 тысяч рублей. По желанию – можно оформить подарочную подписку любому человеку или организации, а также поддержать телеканал и пожертвовать любую денежную сумму. Еще одно интересное предложение сайта – «подвешенная подписка». Любой желающий может оставить заявку, если у него нет возможности самостоятельно приобрести подписку. Победитель определяется методом случайного выбора. Кроме того, заявку можно оставить и на благотворительную подписку, то есть подарить ее кому-то из тех, кто в ней нуждается.

Интернет-сайт телеканала «Дождь» представляет собой целую систему информации, сформированную по блокам. На главной странице расположено эфирное окно с названием передачи и временем трансляции: любой пользователь может посмотреть, что сейчас идет в эфире и по желанию включиться таким образом в вещание. Доступна программа передач на текущие сутки или любой другой день. Вещание идет круглосуточно.

В рубрике «Лучшее на Дожде» сгруппированы материалы, набравшие наибольшее количество просмотров. Там же расположены «партнерские новости» и «репортаж Дождя» (он может быть как текстовым материалом, так и в видеоварианте).

Ниже эфирного окна публикуются наиболее важные выпуски уже вышедших в эфир программ и новости телеканала. Новости подаются в текстовой форме, но могут быть дополнены разными фрагментами видео и фотографиями по теме. Любую новость можно прокомментировать, лайкнуть или сделать репост на свою страницу в социальных сетях. Под выбранной новостью вам предлагаются материалы по этой теме со ссылками на материалы.

На странице сайта существует разделение по рубрикам: «Новости», «Программы», «Репортажи», «LITE», «Кино», «TED», «BBC», «Магазин» и «Еще».

В рубрике «Новости» публикуются все актуальные материалы. Они выходят как в печатном виде, так и в формате телевизионных новостей.

«Программы» − пользователю предлагаются все программы, которые выходят на телеканале. Сама рубрика подразделяется еще на три подгруппы: «Все», «Мини-жанр» (видеоматериалы, которые не вписываются в формат других передач) и «Архив». Программ очень много, одни из самых просматриваемых – «Fake News», «Деньги. Прямая линия», «Диалоги», «Здесь и сейчас», «Здесь и сейчас. Вечернее шоу» и др.

В рубрике «Репортажи» публикуются репортажи на различные темы, в основном – социальные и политические. Выходят по вторникам, пятницам и субботам.

Рубрика «LITE» подразделяется на несколько групп – лекции, кино, программы, тесты и галереи. Обычно в этой рубрике зрителю предлагаются «легкие», развлекательные материалы.

«Кино» предлагает пользователю определенный список фильмов.

«TED» − образовательная платформа. В этой рубрике публикуются выступления известных людей и мультфильмы на русском языке. Совместный проект «Дождя».

«BBC» − рубрика, где можно посмотреть популярные британские фильмы, сериалы и различные шоу опять же на русском языке.

Рубрика «Магазин» предлагает пользователю приобрести различные именные товары «Дождя». Выбор разнообразен – от футболки до экскурсии по телеканалу с Натальей Синдеевой.

Чтобы понять, насколько телеканал «Дождь» адаптирован в интернет-пространстве, мы будем анализировать программу «Бремя новостей». Период выпусков программы, выбранный для анализа, − с 04 ноября 2017 по 28.04.2018.

Программа выходит по субботам в 21:00, повторы программы транслируют по воскресеньям в 00:00, 03:00, 06:00, 09:00. Ведущие – Анна Монгайт, Когершын Сагиева и Павел Лобков. Причем, ведущих в студии всегда двое. Когершын Сагиева и Анна Монгайт ведут программу поочередно. Такой формат диалогового ведения помогает аудитории легче воспринимать и усваивать информацию – об этом пишет исследователь Н.Ю. Янчева[[83]](#footnote-83). Важно, чтобы ведущие были разных полов. Это способствует привлечению большего количества зрителей. Кроме того, разнополость позволяет затронуть проблемы обеих сторон и услышать разные мнения, как мужское, так и женское, что тоже положительно сказывается на динамике роста аудитории.

«Бремя новостей» освещает важные события недели. Часто в студию приглашаются различные гости – эксперты. Программа наполнена также журналистскими расследованиями и репортажами.

Основная цель контент-анализа: проанализировать тематические, жанровые приоритеты канала, выявить специфику телевизионных форматов, их адаптации.

В качестве единиц анализа в нашем исследовании были выбраны следующие категории:

- темы, освещенные в выпуске;

- жанры и форматы, использованные в выпуске;

- хронометраж публикаций;

- количество просмотров.

В процессе анализа также было сопоставлено количество просмотров каждой программы с жанровым особенностями, темами программы и хронометражом как целого выпуска, так и входивших в него отдельных материалов.

Жанры и их элементы, которые прослеживаются за весь выбранный период – видеоинформация, репортаж, расследование, интервью, обозрение, опрос. Чаще всего используются жанры расследования и репортажа. Репортаж с места событий или специальный репортаж обретает новую стилистику: материал снимается на мобильный телефон, корреспондент снимает себя сам, без оператора, на переднюю камеру телефона. Репортажи (эффект присутствия, динамичность, оперативность) присутствуют в формате life-to-tape (корреспондент постоянно находится в кадре).

В информационных материалах активно используются выразительные элементы художественной публицистки: интернет-канал свободно соединяет художественность и документальность. Так, например, в репортаже о покончившей с собой несовершеннолетней балерине Московской Государственной Академии Хореографии, цветные кадры сменялись черно-белыми (эфир программы от 18 декабря 2017 г.)

В течение исследуемого периода отмечается рост динамики новостных выпусков, что проявляется в увеличении количества материалов в верстке и уменьшении их хронометража. Если хронометраж репортажей, выходивших в программах с 4 ноября по 24 декабря варьировался от 9 до 11 минут, то с 24 декабря по 28 апреля их хронометраж был, в среднем, 6 минут.

Было отмечено увеличение количества тематических опросов с элементами театрализации. Журналист при этом становится частью игровой стилистики, что проявляется в его одежде, поведении. Прослеживаются элементы сатирических жанров. Песни с ироничным содержанием, которые дополняются соответствующим видеорядом, сюжеты, высмеивающие ту или иную проблему. Например, в выпуске от 4 ноября 2017 года выходит материал, посвященный конфликту Харви Вайнштейна. Журналист в кадре представляется нам в образе жертвы, которая выглядит вульгарно, вызывающе и вместе с тем обвиняет Харви Вайнштейна. То есть чувствуется четкая позиция автора и явное отношение к проблеме.

Появляется тенденция, направленная на повышение развлекательного потенциала информации. Это находит отклик у аудитории: подтверждение тому – количество просмотров. Мы взяли десять материалов с наибольшим количеством просмотров. В восьми из десяти программ есть либо тематический опрос с элементами театрализации, либо элементами игры.

 Рисунок 1

Наибольшее количество просмотров наблюдается в выпуске программы от 17 февраля 2017 года – 95475 просмотров. В этом выпуске присутствовал материал с развлекательной тематикой – опрос с элементами театрализации на тему грядущих выборов.

Чтобы убедиться в правильности нашей гипотезы, мы взяли для сравнения отдельные сюжеты программы одной тематики, но с разной подачей. Мы сравнивали материалы, которые так или иначе затрагивают тему выборов президента.

 Рисунок 2

В четырех из пяти случаев, где количество просмотров набирает наибольшее значение, материалы содержат развлекательный аспект. Например, в программе от 2 декабря 2017 года вышел в эфир опрос, в котором инфоповодом стала новость о списке закупок книг суммой 500 тысяч рублей Управлением делами Президента Российской Федерации. Павел Лобков, он же ведущий программы, все опросы проводит в театрализованной манере – с соответствующим костюмом и ролью. В этом сюжете он представляется зрителю в образе Н. В. Гоголя, путешествующего в метро.

Еще одно явное изменение в формате новостного выпуска – стиль ведения программы. Время, которое отводится на обсуждение тем ведущими в студии, увеличивается, что дает простор для ролевых дискуссий: ведущие артикулируют разные мнения, позволяя посмотреть на события и проблемы с разных сторон. Диалогичность способствует расширению потенциальной аудитории. Однако уменьшает время, которое обычно отводится корреспондентам: мнения и суждения начинают превалировать над фактами. Создается ощущение «узкого круга» редакции. При этом ведущие не ограничены в выборе лексики (в выпуске от 2 декабря 2017 года – используются слова «бухать», «пивас», в выпуске от 20 января 2018 года – «моральный урод», «секси» и т.д.).

Телеканал «Дождь» прошел огромный путь от интернет-ТВ к эфирному каналу и обратно. Он вызывает противоречивые мнения, но вместе с тем, имеет достаточно постоянную и многочисленную аудиторию, которая нуждается в контенте телеканала. Канал в полной мере адаптирован в сетевом пространстве. Альтернативность как одна из его характеристик позволяет работать на зрителя, чья информационная потребность заключается именно в этом: программы «Дождя», основанные на традиционных журналистских жанрах, отличаются свободной стилистикой, обусловленной как технологическими приемами, коммуникативными условиями среды, так и информационными запросами целевой аудитории.

Таким образом, мы выделяем следующие тенденции в жанрово-форматной специфике, которые прослеживаются в содержании программы «Итоги недели» за выбранный нами период:

* в создании материалов активно используются мобильные телефоны и планшеты, что усиливает персонифицированность информации, стирает границы между журналистом и зрителем;
* традиционный репортаж присутствует в формате life-to-tape; в инфомационных материалах можно увидеть элементы художественной публицистики;
* за счет уменьшения хронометража сюжетов и увеличения их числа возрастает динамика информационных выпусков;
* увеличивается время на диалоги ведущих в информационных выпусках, возрастает их театрализация, мнение начинает превалировать над фактом;
* в материалах «Дождя» активно подвергаются слиянию традиционные жанры
* все больше становится материалов, направленных на развлечение аудитории, появляются опросы в игровой форме, шуточные песни и т.д.

# ГЛАВА III. ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКАНАЛ «PITER TV»: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ, СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ, ИНТЕРАКТИВНЫЕ АСЕКТЫ

 «Первое информационное интернет-телевидение Петербурга»[[84]](#footnote-84) − именно так позиционируют себя «Piter TV». Основан этот телеканал был в 2008-2009 году[[85]](#footnote-85). На сайте интернет-канала опубликована информация, что штат редакции – 10 человек[[86]](#footnote-86). Однако, главный редактор «Piter TV» Станислав Бутенко говорит следующее: «Сейчас в штате около 15 человек, плюс если брать внештатников, то еще порядка 15, которые сотрудничают с нами как на бесплатной основе в качестве стажеров, так и за небольшую зарплату – делают какие-то задания. Основой штат – 15 человек: семь из которых пишущие редакторы, два продюсера, пара выпускающих редакторов, главный редактор, корреспонденты - на данный момент их двое – они конвергентные журналисты, то есть и операторы, и монтажеры. Также есть юрист и рекламный отдел, но все это варьируется около цифры в 15 человек»[[87]](#footnote-87). Изначально «Piter TV» был задуман как первый в России региональный интернет-канал. На сегодняшний день телеканал существует как частный при совместном сотрудничестве с ООО «Интерактивные медиа и решения».

Интернет-сайт телеканала для мобильного передвижения по информационным блокам разделен на рубрики: «Новости», «Новости по районам», «Новости в мире», «Происшествия», «Спорт», «Выборг», «Кино», «Футбол», «Справочник», «Опросы», «Лица», «Видеохостинг», «Наши трансляции». Также есть рубрика «Лучшее», где публикуются материалы, набравшие большее количество просмотров, «Последние новости» и «Лента новостей», рубрика, разделенная на свои тематические подгруппы – общество, здоровье, автомобильные новости и т.д.

Телеканал «Piter TV», который существует только в Сети, не имеет эфирного вещания. На сайте телеканала есть возрастное ограничение 18+. Вместе с тем, количество подписчиков в социальной сети «ВКонтакте» − 36567 человек. Мы выбрали первые 50 человек – основная возрастная категория определилась от 18 до 35 лет. По словам С. Бутенко, вся их аудитория − это люди от 20 до 45 лет. 55% − женщины, 45% − мужчины[[88]](#footnote-88). Проанализировав личную информацию выбранных подписчиков, мы заметили, что указанный город у большинства – Санкт-Петербург. Это говорит о том, что контент канала определяет не только возрастной фактор, но и географический. Такая фильтрация информации о своих подписчиках позволяет любому интернет-СМИ грамотно расставлять приоритеты.

 В рейтинге самых цитируемых СМИ Санкт-Петербурга от 22 ноября 2017 года, который был составлен системой автоматического анализа СМИ «Медиалогия», телеканал «Piter TV» занимает 12 позицию, где индекс цитируемости составляет 43, 41[[89]](#footnote-89). По сравнению с рейтингом за июль того же года, где «Piter TV» занимал 16 место с индексом цитируемости 17,17, можно говорить о том, что интернет-телеканал набирает популярность в медиапространстве[[90]](#footnote-90).

Темы прослеживаются разнообразные, мы выделили основные, которые поднимаются за полгода. Тематические группы определяются следующим образом: проблемно-социальные темы - постройка новых спортивных площадок, пандусов для инвалидов, открытие детских садов и т.д., все происшествия в городе - пожары, потопы, закрытие метро, культура (киноафиша, выставки, музеи, концерты, интервью с художниками, режиссерами и т.д.), шоу-бизнес (новости из жизни знаменитостей, их творчество, интервью со звездами), спорт, политика и погода.

Рисунок 3

Из диаграммы видно, что наибольший процент (33,53%) – новости на социальные темы, городские происшествия занимают второе место – 21,34%, что соответствует интересам целевой аудитории; для Санкт-Петербурга неудивительно, что третий по значимости тематический сегмент (16,89%) – материалы на тему «культура»; 10% занимают новости на тему «шоу-бизнеса», 9,33% − дорожно-транспортные происшествия, 4,45% новостей посвящены теме «спорт», погодные новости – 2,44% (что может показаться странным для аудитории города с переменчивой погодой, но, вероятно, жители используют для этой темы иные источники); наименьшее количество новостей на телеканале «Piter TV» посвящены политике – 2,02%. Таким образом, перед нами городской канал социально-культурной тематики.

Для анализа существующих форматов, которые прослеживаются на телеканале «PiterTV» были выбраны материалы из рубрики «Картина дня». Анализируемые материалы выходили в период с 4 ноября 2017 года по 28 апреля 2018 года. Общее число проанализированных материалов – 1190.

Интернет-телеканал «Piter TV» ориентирован на быстрое информирование и оперативность, поэтому формат традиционных новостей с его составляющими элементами: закадровый текст, синхрон, лайф, стендап – встречается очень редко. Вот что по этому поводу говорит Станислав Бутенко: «На заре пробовались в Интернете классические телевизионные форматы, вплоть до ток-шоу, пробовались какие-то новостные программы, которые мы видим на традиционном телевидении»[[91]](#footnote-91).

В своем анализе мы отметили, что все материалы публикуются в текстовой форме, дополненной фото или видеоматериалами. Причем, видео могут быть как и любительские (авторы таких видео – прохожие, которые зафиксировали случившееся на свою камеру или участники происшествий), так и снятые непосредственно телеканалом «Piter TV». Кроме того, присутствуют в качестве дополнения видео из других источников. Чтобы классифицировать эти особенности, мы выделили основные форматы, в которых подаются новости, следующим образом:

*Первая группа – текст + фото.* Материал представлен в текстовой форме. К нему прилагаются фото. Фото могут быть сделаны самим телеканалом, могут быть взяты из других ресурсов, могут быть любительские, а могут даже использоваться картинки без авторства (например, материал от 7 ноября 2017 года, посвященный туману в Санкт-Петербурге, в качестве фото-дополнения − картинка из мультфильма «Ежик в тумане»)

*Вторая группа – текст + видео любительское.*К текстовому материалу прилагается любительское видео. Это видео, снятое на телефон или смартфон, видеорегистратор, камеру видеонаблюдения в общественных местах (новость от 5 ноября 2017 года – материал о «Фестивале Света» в Санкт-Петербурге).

*Третья группа – текст + видео любительское + фото.* Это расширенная вторая группа, где любительское видео и текст дополнены еще и фото. Фотоматериал может быть опять же очевидцев, а может быть вставлен в качестве фото фрагментов (скринов) из видео. (Например, материал от 7 ноября 2017 года «ДТП на КАД»).

*Четвертая группа – текст + видео из другого источника.* Текст публикуется вместе с видео из другого информационного ресурса. Это могут быть трейлеры к фильмам, видеоотчеты государственных органов, МЧС, полиции и т.д., а также видео из социальных сетей: «YouTube», «Telegram», «Instagram», «Вконтакте». Источники всегда указываются. (Новость от 8 ноября 2017 года о выходе трейлера к фильму «Секретное досье»).

*Пятая группа – текст + видео из другого источника + фото.*Расширенная четвертая группа, в дополнение к видео из другого ресурса публикуются фотографии. Так же, как и в третьей группе здесь наблюдаются фотофрагменты из опубликованного видео или любые другие фотографии по теме. (Материал от 9 ноября 2017 года – в Ижевске рухнул дом).

*Шестая группа – текст + видео «Piter TV» + СНХ.*К основному тексту прилагается видеоматериал самого канала с синхроном. Хронометраж видео – не больше минуты. Обычно, в качестве спикеров выступают знаменитости или члены госструктуры. (Новость от 22 ноября 2017 года. Николай Цискаридзе о проблеме образования в балете).

*Седьмая группа – текст, + видео «Piter TV» + СНХ + ЗК + Лайф.*Эта группа непосредственно новостного формата. Здесь текстовый материал дополнен полноценным сюжетом с закадровым текстом, синхронами, лайфами и периодически стендапами. (Материал от 20 ноября 2017 года – сюжет про жительницу Санкт-Петербурга, которая выиграла автомобиль).

*Восьмая группа – текст + видео с текстом.* Материалы состоят из текста и смонтированного видео, которое дополнено текстовыми врезками. Таким образом, аудитория воспринимает видео и текст одновременно. (Например, материал от 7 ноября 2017 года – Тина Канделаки записала реп).

Рисунок 4

Как видно на диаграмме, на канале преобладают материалы формата первой группы «текст + фото» − 31, 68%. Это наиболее технологически простая и оперативная форма подачи новости. На втором месте группа «текст + любительское видео» − 25, 13%, что свидетельствует о том, что канал активно сотрудничает с корреспондентами-любителями и предпочитает использовать их материалы на сайте. Далее следует группа «текст + видео из другого источника» − 16, 89%. Четвертое место занимает группа «текст + видео любительское + фото» − 10, 59%. За ним – «текст + видео из другого источника + фото» − 10, 17%. Только шестую позицию занимает группа «текст + видео «Piter TV» + СНХ» − 3, 61%. Далее – «текст + видео с текстом» − 1, 18%. И группа «текст, + видео «Piter TV» + СНХ + ЗК + Лайф» занимает 0, 76 процента.

Наибольшее количество материалов формата «текст + фото» обусловлено потребностями аудитории телеканала «Piter TV». Люди просматривают фотографии с небольшой информационной выжимкой в виде журналистского текста и не тратят время на просмотр видео. Станислав Бутенко говорит о том, что это связано с типом сетевого телевидения, которое он делит на кастовое и подкастовое. По его словам, «Piter TV» придерживается подкастового типа: «Подкастовое интернет-ТВ – обычно с очень мощной новостной лентой. Это общая тенденция для рынка. То есть если ты зайдешь на сайт телеканала «Дождь», то у них будет очень большая лента новостей без видео. Они публикуют просто актуальные новости, а какие-то главные эксклюзивы редакции выкладывают видеофайлами. Мы наполняем свой контент по тому же принципу. У нас основной контент − это новости и текстовые материалы. При этом, каждый день мы выпускаем от трех до десяти авторских»[[92]](#footnote-92).

Таким образом, отметим:

1. Политика интернет-канала направлена на создание контента в простейшем формате. Хотя «Piter TV» позиционирует себя как телеканал, текстовые материалы, дополненные фотографиями – доминирующий формат этого интернет-СМИ.
2. Любительские видео – основа контента интернет-телеканала, оно публикуется на сайте, как правило, сопровождаемое текстом корреспондента или редактора. Интерактивность способствует вовлечению аудитории в информационный поток и деятельность телеканала. Существует даже целая рубрика, которая называется «Ваши видео». Здесь людям предоставляется возможность почувствовать себя частью редакции – «мы ломаем стереотипы о том, что профессии репортера нужно долго учиться»[[93]](#footnote-93). Существует также открытая платформа комментирования и оценивания материалов. Любой зарегистрированный пользователь может оставить свой комментарий, поставить отметку «нравится» / «не нравится» и «репостнуть» к себе на страницу любой социальной сети.
3. Полноценные сюжеты появляются на сайте крайне редко: 0,76% материалов. Это говорит о том, что интернет-телеканал «Piter TV» не заинтересован в производстве материалов в традиционных форматах новостей. Видео подается как дополнение к текстовой новости.
4. Редакция канала следует тенденции конвергентности, которая понимается, скорее, как универсальность. Станислав Бутенко, главный редактор телеканала, говорит: «Мы не так сильно придираемся к качеству картинки, к качеству монтажа, не так много техники закупаем для производства, стараемся быть конвергентными. Конвергентность − это основная тенденция для нас, она стала приоритетной, когда мы пришли к тому, что не обязательно иметь одного оператора, одного монтажера, одного корреспондента, одного редактора для того, чтобы снять один сюжет. Его по сути может снять один-два человека»[[94]](#footnote-94). В данной ситуации видео становится служебным элементом публикации, происходит очевидная потеря качества «картинки». Такая тенденция очевидно прослеживается в контенте интернет-канала «Piter TV».

Функциональные аспекты деятельности интернет-канала соотносятся с актуальными тенденциями в телевизионном вещании. Многочисленные исследователи выделяют социальные функции, присущие журналистике, отмечая, что без них журналистская деятельность не может осуществляться полноценно[[95]](#footnote-95). Среди таких функций информационная, культурно-просветительская, интегративная, социально-педагогическая, или управленческая, пропагандистская, организаторская, образовательная, рекреативная. Перечень и название функций могут варьироваться, но суть их остается: сообщать, поучать, развлекать.

М.Б. Бычкова и А.А. Рябочкин говорят о том, что в современной медиасистеме основные функции тележурналистики трансформируются и замещаются[[96]](#footnote-96). Так, например, анализируя контент Первого канала, авторы делают вывод, что рекреативная функция становится лидирующей. Большинство программ выполняют именно эту функцию и нацелены на коммерциализацию, а новостные программы, которые должны выполнять информативную функцию, искажают ее главную задачу, в следствии чего информативная функция деформируется и сливается с пропагандистской.

 Рыбка К. В. утверждает, что рекреативный компонент в контенте Интернет-СМИ гораздо выше, чем в традиционной журналистике. Это связано с тем, что пользователь сам выбирает информацию, платформа Интернета сама по себе рекреативна[[97]](#footnote-97). Материалы, в которых осуществляется рекреативная функция, автор делит на следующие жанрово-тематические группы: сфера культурной жизни, человеческие истории жизни, туризм, шоу-бизнес, юмор, спорт, викторины, опросы, игровая форма, сенсационные материалы.

Для того, чтобы понять, какие функции осуществляются на телеканале «PiterTV», мы выбрали седьмую группу форматов − «текст, + видео «Piter TV» + СНХ + ЗК + Лайф». Это полноценные новостные материалы, которые были опубликованы в период с 4 ноября 2017 года по 28 апреля 2018 года.

Таблица 1. Функции в контенте интернет канала «Piter TV»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Дата** | **Название материала (в скобках указан жанр или его элементы)** | **Функции** | **Количество просмотров** |
| 3 ноября 2017 | Эксклюзивное видео от Piter TV: Ольга Бузова спела новую песню в Питере (репортаж) | ИнформационнаяРекреативная | 4662 |
| 20 ноября 2017 | Жительнице Петербурга подарили легендарный внедорожник (рекламный сюжет) | Пропагандистская | 2413 |
| 27 ноября 2017 | Отцы электронной музыки The Crystal Method раскачали молодежь Петербурга (репортаж, интервью) | ИнформационнаяРекреативная | 1900 |
| 7 декабря 2017 | «Эрарта» собрала самых культурных звезд Stand-Up (сюжет) | Информативная Рекреативная | 1861 |
| 15 декабря 2017 | Болельщики посоветовали тренеру «Тосно» не продавать своих игроков (опрос) | Рекреативная | 4565 |
| 26 января 2018 | Гордон снялась с президентских выборов. Неделю назад она обещала петербуржцам бороться до конца (интервью) | Информационная | 2105 |
| 12 апреля 2018 | Что петербуржцы знают о дне космонавтики? (опрос) | Рекреативная | 773 |
| 24 апреля 2018 | Тарковский в катакомбах лютеранской церкви: в «Петрекирхе» играют «Сталкера» (сюжет) | ИнформационнаяКультурно-просветительская | 1992 |
| 25 апреля 2018 | «СЛОТ» отправили своих слушателей «На Марс!» (репортаж, интервью) | ИнформационнаяРекреативная | 1829 |

Из таблицы 1 мы видим, что все материалы, в которых присутствует рекреативная функция – соответствуют перечисленным выше жанрово-тематическим группам. Новость от 3 ноября 2017 года – тема шоу-бизнеса с сенсационной подачей. 27 ноября 2017 – сфера культурной жизни. 7 декабря 2017 – юмор, культура. 15 декабря 2017 – спорт, опрос. 12 апреля 2018 – опрос. 24 апреля 2018 – культура. 25 апреля 2018 – культура. Однако судя по данным просмотров, невозможно утверждать, что аудитория предпочитает развлекательную подачу информации: у посетителей сайта есть возможности выбора адресного контента, поданного отдельными файлами.

Таким образом, интернет-телеканал «Piter TV», первый в России региональный сетевой телевизионный ресурс, ориентированный на тесную коммуникацию со своей целевой аудиторией. Это проявляется в тематике публикаций, в жанрово-форматной специфике, в функциональных аспектах деятельности. На сайте телеканала присутствуют форматные группы, основу которых составляют элементы традиционных новостных сюжетов. Редакция активно пользуется любительскими видеоматериалами своих подписчиков, а также других ресурсов. Прослеживается тенденция к развлекательной подаче информации, характерной для современного медиаполя.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные средства массовой информации, которые осуществляют свою деятельность в Интернете, обладают организационной, коммуникативной и технологической спецификой. Процесс адаптации традиционных жанров и форматов происходит постоянно и обусловлен текущими информационными запросами потребителей. С целью наиболее полного охвата аудитории в медиапространстве сосуществуют как копии и аналоги традиционных средств массовой информации, их модифицированные версии, так и сугубо интернет-СМИ.

Интернет-телевидение как одна из составляющих сетевой журналистики опирается на три главных ее характеристики: дигитализация, конвергентность и интерактивность: все эти процессы способствуют вовлечению аудитории в событийное пространство и развитию информационной среды. Они определяют актуальные варианты и тенденции трансформации телеконтента в Интернете.

Интернет-телевидение существует как в русле общих тенденций функционирования ТВ, так и трансформирует привычные творческие и технологические практики тележурналистики. Активно развивается коммерциализация телевизионного контента, появляются новые жанры, ориентированные на развлекательные функции, в том числе с использованием различных мультимедийных средств; возникают и гибридные жанры тележурналистики, которые находят воплощение в различных форматах.

Интернет-среда дает возможность проявлению альтернативности телеканалов – как содержательной, так и технологической, а следовательно, более широкому выбору информационных источников для аудитории.

Контент-анализ позволил нам выявить некоторые тенденции в модификации жанровой политики телеканала «Дождь»: увеличение динамики в верстке новостных выпусков, увеличение диалогичности в новостных выпусках, театрализация диалогов, смешение фактов и мнений, рост развлекательных компонентов. Данные тенденции находят отклик у интернет-аудитории, что подтверждается количеством просмотров.

Соединение информации и развлечения наблюдается в новостях телеканала «PiterTV». Анализ функциональных, содержательных и интерактивных характеристик данного СМИ показал, что канал обладает региональной тематической спецификой, ориентирован на социально-культурную тематику, большинство материалов публикуются в печатном виде, они дополнены фотографиями или видео. Интерактивность осуществляется за счет использования любительских видео своей аудитории, а также за счет обратной связи в виде комментирования материалов и оценок зрителей. Это, с одной стороны, способствует вовлечению целевой аудиторию в процесс производства и оценки контента, что характерно для интернет-СМИ, однако, с другой стороны, происходит снижение качества видеоматериалов. Отмечается слияние информационной и рекреативной функций в подачи новостей.

Процесс адаптации традиционных жанров и форматов ТВ происходит в ходе освоения новых технологий, меняющихся запросов аудитории и практик потребления видеоконтента. Наблюдения за этим процессом позволяют выявить и зафиксировать не только новые варианты адаптации тележурналистики в Интернете, но осознать их взаимосвязь с социальными функциями журналистики и оценить с точки зрения современных профессиональных стандартов.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**Книги, монографии, сборники**

1. Блохин И. Н. Сетевые СМИ российского мегаполиса / В. Сидоров, Д. Иванов и др.; под ред И. Н. Блохина, С. Г. Корконосенко. - СПб: Филологический ф-т СПбГУ, 2011. - 218 с.
2. Вартанова Е. Л. Медиасистема России: учеб. пособие / Т. Гриберг, А. Гуреев, под. ред. Е. Л. Вартановой. - М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. - 383 с.
3. Вестник Московского Университета под ред. Я. Н. Засурского. / А. Колесниченко, Т. Черевко и др. - М.: Издательский дом МГУ, 2018. - 152 с.
4. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России. / И. М. Дзялошинский. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 312 с.
5. Захаров В. В. Жанры радио- и тележурналистики. / В. В. Захаров. –. Тамбов: ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. - 16 с.
6. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян и др.; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. - Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2016. - 304 с.
7. Качкаева А. Г. Российское телевидение: между спросом и предложением. В 2-х томах / А. Г. Качкаева, И. В. Кирия. - М.: Элиткомстар, 2007. - Том 1.
8. Калмыков А. А. Интернет-журналистика. / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. - М.: ЮНИТИ-ДНА, 2005. - 536 с.
9. Корконосенко С. Г. Современный российский медиаполис / И. Блохин, Н. Волковский и др.; под ред С. Г. Корконосенко. - СПб: С.-Петерб. гос. ун-т, Филологический ф-т, 2012. - 324 с.
10. Костоусов В. П. История телевидения: телевидение в лицах, цифрах и событиях: учеб. пособие / В. П. Костоусов. - Екатеринбург: Издательство Российского гос. профессионально-педагогического ун-та, 2014. - 198 с.
11. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М. М., Фомичева И. Д. - М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. - 87 с.
12. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие под ред. Л. П. Шестеркиной / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 224 с.
13. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности. / Е. В. Олешко. - Екатеринбург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования Уральский федеральный университет им. первого Президента Росси Б. Н. Ельцина, 2015. - 128 с.
14. Шестеркина Л. П. Универсальная журналистика. / Л. И. Белова, М. Н. Булаева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект-Пресс, 2016. – 480 с.

**Книги на английском языке**

1. Atton C. An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity. / C. Atton / - Edinburgh: Edinburg University Press, 2006. - Р. 176.

**Научные статьи**

1. Абрамов В. Г. Телевидение в российском медиапространстве: история, особенности и перспективы развития. / В. Г. Абрамов // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. - 2014. - Том 7. - №3 (35). - С. 129-135.
2. Аксенова О. Н. Региональная интернет-журналистика: современное состояние и перспективы развития. / О. Н. Аксенова // Научный Вестник Воронежского Государственного архитектурно-строительного Университета. Серия: социально-гуманитарные науки. - 2013. - №2. - С. 101-106.
3. Битков Л.А. Симбиоз средств массовой коммуникации: телевизионное вещание в социальных сетях в интернете и традиционное телевидение. / Л. А. Битков // Вестник Челябинского Государственного университета. - 2013. - №16 (307). - С. 10-16.
4. Боков М. Б. Коммуникативная функция СМИ. / М. Б. Боков // Мониторинг общественного мнения. - 2009. - №5 (93). - С. 31-52.
5. Бычкова М. Б. Трансформация основных функций журналистики в современной отечественной вещательной модели (на примере телеканала «Первый»). / М. Б. Бычкова, А. А. Рябочкин // Вестник тверского государственного университета. Серия: филология. - 2016. - №3. - С. 179-186.
6. Дедов А. Н. О форматах телевизионных программ. / А. Н. Дедов // Медиапространство региона: история и перспективы развития. - 2016. - С. 13-17.
7. Дмитриев А. О. Альтернативность медиа как инструмент изменения принципов традиционной журналистики. / А. О. Дмитриев // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2017. - Т. 23, №3 (165). - С. 72-81.
8. Жебит М.Э. Типология интернет-СМИ: подходы и перспективы. /М. Э. Жебит// Вестник Московского Государственного Университета печати имени Ивана Федорова. - 2011. - №8. - С. 70-72.
9. Жиндеева Е. А. Сетература как новый род литературы: формальные признаки. / Е. А. Жиндеева // Успехи современной науки и образования. - 2017. - Том 1. - №6. - С. 244-246.
10. Иванова М.В. Трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве Интернет. / Н.И. Клушина, М. В. Иванова // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. - 2017. - №3 (88). - С. 121-129.
11. Игнатенко В. В. К вопросу о дигитализации СМИ. / В. В. Игнатенко // Гуманитарное образование в экономическом вузе. Материалы 5-ой Международной научно-практической заочной интернет-конференции. В 2-х томах. – М.: Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. - 2017. - С. 122-124.
12. Леонова А. Т. Принцип серийности как основа телевизионного формата. / А. Т. Леонова // Культурология, филология, искусствоведение: актуальные проблемы современной науки. - 2018. - С. 31-35.
13. Летуновский В. П. Телевизионный формат на перекрестке мнений. / В. П. Летуновский // Современные тенденции развития науки и технологий. - 2016. - №7-5. - С. 98-106.
14. Лученко К.В. Интернет – СМИ будущего? / К.В. Лученко // Наука телевидения. - 2009. - №6. - С. 180-187.
15. Орлова М. Ю. Интерактивность интернет-журналистики: читатель как источник информации и критик. / М. Ю. Орлова // Человек в информационном пространстве. - 2014. - С. 191-194.
16. Пак Е. М. Теоретические подходы к определению понятия жанра интернет-журналистики. / Е. М. Пак// Современные проблемы науки и образования. - 2013. - №6. - С. 786.
17. Распопина И. А. Российская интернет-журналистика: история становления и характеристика современного состояния. / И. А. Распопина // Вопросы теории и практики журналистики - 2013. - №1. - С. 208-214.
18. Рыбка К. В. Рекреативный контент СМИ / К. В. Рыбка // Волжский вестник науки - 2017. - №1-2 (5-6). - С. 19-22.
19. Сергеев Е. Ю. Интернет-телевидение – современные информационные потребности общества. / Е. Ю. Сергеев // Научные труды северо-западного института управления. - 2014. - Том 5. - №1 (13). - С. 379-382.
20. Трифонова Ю. В. Особенности интернет-СМИ. / Ю. В. Трифонова // Язык. Культура. Коммуникации. - 2014. - № 2 (2) - С. 13.
21. Торопов И. П. Переход печатных СМИ в сетевое пространство. / И. П. Торопов // Сборник статей Нижневартовского Государственного Университета. - 2017. - №1. - С. 341-344.
22. Хлызова А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях. / А. А. Хлызова // Журналистский ежегодник. - 2015. - №4. - С. 73-76.
23. Хорошилова Л. Г. Профессиональные стандарты в эпоху альтернативных медиа: задачи журналистского образования. / Л. Г. Хорошилова // Сборник материалов научной конференции кафедры журналистики. Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского. - 2017. - С. 25-33.

**Авторефераты, диссертации**

1. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения // дис. д-ра филол. наук/ С. Н. Ильченко, М., 2012.
2. Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью // автореф. дисс.канд. филол.наук/ Н. Ю. Янчева, Воронеж, 2011.

**Интернет-источники**

1. Бельская Я. Сколько в России телеканалов? [Электронный ресурс] / Я. Бельская // Радиостанция «Эхо Москвы» - официальный сайт. - 2017. - 23 июля. - Режим доступа: <https://echo.msk.ru/programs/tv/2023390-echo>. - Дата обращения: 07.04.2018.
2. Горный Е.А. Летопись русского Интернета. [Электронный ресурс] / Е.А. Горный // Лаборатория сетевой литературы «Словесность». - 2002. - Режим доступа: <http://www.netslova.ru>. - Дата обращения: 28.03.2018.
3. Дождь извинился за опрос о сдаче блокадного Ленинграда [Электронный ресурс] // Лента.ру - 2014. - 27 янв. - Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2014/01/27/raingate>. - Дата обращения: 05.04.2018.
4. Зотова Н. «Дождь» не прекращается даже в квартире [Электронный ресурс] / Н. Зотова // Новая Газета - 2014. - 12 дек. - Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/12/10/62313-171-dozhd-187-ne-prekraschaetsya-dazhe-v-kvartire>. - Дата обращения: 08.04.2018.
5. Интернет-телеканал «PiterTV» [Электронный ресурс] // Интернет-телеканал «PiterTV» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/PiterTV. - Дата обращения: 01.03.2018.
6. История русских медиа 1989-2011. Версия «Афиши» [Электронный ресурс] // «Компания Афиша» - официальный сайт - 2011. - Режим доступа: <https://www.afisha.ru/article/mediahistory/page46>. - Дата обращения: 08.03.2018.
7. История телеканала Дождь. Первая серия [Электронный ресурс] // Youtube - официальная канал телеканала «Дождь» на Youtube - 2015. - 15 мая - Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=amz3tnfIrjk>. - Дата обращения: 06.04.2018.
8. Источники информации: мониторинг [Электронный ресурс] // Корпоративный сайт ГК «Фонд общественное мнение». - 2017. - 12 мая. - Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>. - Дата обращения: 05.04.2018.
9. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа [Электронный ресурс] / А. Князев // КРСУ. - 2001. - Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm>. - Дата обращения: 19.03.2018.
10. Литой А. Акции против «царя»: избитые, задержанные, несовершеннолетние [Электронный ресурс] / А. Литой // ОВД. ИНФО - 2018. - 8 мая. - Режим доступа: <https://ovdinfo.org/articles/2018/05/08/akcii-protiv-carya-izbitye-zaderzhannye-nesovershennoletnie>. - Дата обращения: 09.05.2018.
11. НЕ СЛЫШАЛИ ПРО «ДОЖДЬ» [Электронный ресурс] // ЛЕВАДА - ЦЕНТР - 2014. - 28 фев. - Режим доступа: https://www.levada.ru/2014/02/28/ne-slyshali-pro-dozhd. - Дата обращения: 06.04.2018.
12. Роскомнадзор подсчитал, сколько россияне смотрят телевизор [Электронный ресурс] // МТРК «Мир» - 2017. - 20 дек. - Режим доступа: <https://mir24.tv/news/16283374/roskomnadzor-podschital-skolko-rossiyane-smotryat-televizor>. - Дата обращения: 03. 05. 2018.
13. Рустамова Ф. Проекты Зимина закрываются из-за семи московских лекций о политике [Электронный ресурс] / Ф. Рустамова // РБК - 2015. - 27 мая. - Режим доступа: https://www.rbc.ru/politics/27/05/2015/5565b6299a7947389c8e5df2. - Дата обращения: 12.04.2018.
14. Санкт-Петербург: рейтинг СМИ за 3 квартал 2017 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2017. - 22 ноября. - Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5616/index.php. - Дата обращения: 11.03.2018.
15. Санкт-Петербург: рейтинг СМИ за 2 квартал 2017 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2017. - 26 июля. - Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5349/. - Дата обращения: 11.03.2018.
16. Санаева П. Наталья Синдеева: «Я никогда не допущу закрытия «Дождя» [Электронный ресурс] / П. Санаева // Forbes - официальный сайт - 2014. - 25 мая - Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/252809-natalya-sindeeva-ya-nikogda-ne-dopushchu-zakrytiya-dozhdya>. - Дата обращения: 08.04.2018.
17. СМИ: ВНИМАНИЕ И ЦЕНЗУРА [Электронный ресурс] // ЛЕВАДА – ЦЕНТР - 2016. - 6 июня - Режим доступа: https://www.levada.ru/2016/06/06/smi-vnimanie-i-tsenzura. - Дата обращения: 07.04.2018.
18. Сонькин В. У Натальи Синдеевой пошел «Дождь» [Электронный ресурс] / В. Сонькин // Сноб Медиа - 2011. - Режим доступа: <https://snob.ru/chronicle/entry/17614>. - Дата обращения: 08.03.2018.
19. ТАСС: ВЦИОМ: печатные СМИ теряют популярность, но к полному отказу от них россияне не готовы [Электронный ресурс] // ТАСС информационное агентство - 2018. - 10 янв. - Режим доступа: https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=8883. - Дата обращения: 03.05.2018.
20. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/tvrain. - Дата обращения: 05.05.2018.
21. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: <https://tvrain.com>. - Дата обращения: 05.05.2018.
22. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный аккаунт в «Twitter» - Режим доступа: https://twitter.com/tvrain. - Дата обращения: 05.04.2018.
23. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальная страница в «Facebook» - Режим доступа: <https://www.facebook.com/tvrain/>. - Дата обращения: 02.04.2018.
24. Федеральные СМИ: март 2018 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2018. - 24 марта. - Режим доступа: [www.mlg.ru/ratings/media/federal/5946/#internet](http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5946/#internet). - Дата обращения: 15.05.2018.
25. Чем отличается Дождь от федеральных каналов. Обращение Павла Лобкова [Электронный ресурс] // Youtube - официальная канал телеканала «Дождь» на Youtube - 2018. – 6 апреля - Режим доступа: https://www.youtube.com/channel/UCdubelOloxR3wzwJG9x8YqQ. - Дата обращения: 19.04.2018.

**Интернет-источники на английском языке**

1. Kemp Simon. DIGITAL IN 2018: WORLD’S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK [Электронный ресурс] / Simon Kemp // We are. Social. - 2018. - 20 янв. - Режим доступа: https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018. Дата обращения: 02. 02. 2018.
2. Walker Shaun. TV Rain: inside Russia's only independent television channel [Электронный ресурс] / Shaun Walker // The Guardian. - 2015. - 9 июня - Режим доступа: https://www.theguardian.com/cities/2015/jun/09/tvrain-russian-language-moscow-independent-television. Дата обращения: 12. 03. 2018.

# ПРИЛОЖЕНИЕ А

**Контент телеканала «Дождь»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Хронометраж | Темы выпуска | Прослеживаемые форматы и жанры | Просмотры |
| 4 ноября 2017 | 58:41 | 1. Марш националистов в Люблино
2. Свободу Дмитрию Демушкину
3. Генетический код
4. Праздник национального единства
5. Закон РФ о блокировках запрещенных сайтов и хакерах
6. Теракт в Мюнхене
7. Тайные агенты в Интернете
8. Дело Вайнштейна
9. Спущено на воду судно им. Примакова
10. Агалатово. Военная полиция отстаивала отопление в общежитии
11. Умерла 14-летняя модель из Перми в Китае
 | По Дедову: базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналПоявляется также тематический, театрализованный опрос (ведущий дополняет атмосферу костюмом и подачей, прослеживается ирония Опрос на тему сбора биоматериала)По Цвику: РепортажРасследованиеЭлементы художественной публицистики | 81545 |
| 11 ноября 2017 | 01:06:13 | 1. Встреча Путина и Трампа
2. Смерть Задорного
3. Монастырь Тад Тчуп Линк на Урале будут сносить
4. Расследование гибели Ильназа Пиркина в Нижнекамске
5. Репортаж о бывших полицейских
6. Исторические сериалы о революции: разоблачение фейков
7. Владимир Мелихов открыл музей казачеству и получил срок
8. Расследование о действиях группировки «Серб»
9. Мода «гопников»: Гоша Рубчинский, Гоша Бергал. «Поясни за шмот»
 | Базовый – сюжетКомбинированный – тележурналМемориальный очеркСпециальный репортажРасследованиеОбозрение | 46144 |
| 25 ноября 2017 | 59:21 | 1. Форум «Россия устремленная в будущее»
2. Путин. Молчание перед выборами
3. Олимпиада и допинг
4. Застройки к ЧМ по футболу
5. Кубанские ГИБДД провели «Крестный ход» против дорожных происшествий
6. В Санкт-Петербурге начал работать комитет по «сосулям»
7. Беспредел полиции в Сибири
8. Погибший солдат в армии
9. Побег северного корейца на юг
10. Студенты открыли кружок ЧУЧХЭ
11. В Кургане судят фермера, который купил GPS теленку
12. Десятилетие свадьбы Шеляговых
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналРепортажРасследование | 58968 |
| 2 декабря 2017 | 01:03:31 | 1. Предвыборная агитация
2. Расследование о Патриархе Филарете
3. Украинский вопрос
4. Политические фильмы «Каникулы президента» и «Не жизнь – ерунда»
5. Россия и Польша
6. Арест Волкова
7. Собчак. Обзор последних новостей желтой прессы. Предвыборная деятельность
8. Олимпиада. Допинг. Форма
9. Политзаключенные Майдана
10. Интервью с Шевченко про СПИД
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналТематический опрос, с элементами театрализации (список закупок президента)РасследованиеОбозрениеРепортажИнтервью | 63996 |
| 9 декабря 2017 | 01:05:15 | 1. Заявление Путина о выдвижении в президенты
2. Визит Путина на завод «ГАЗ»
3. Флешмоб детских садов «Химки выбирают»
4. Олимпиада. Запрет выступать под национальным флагом
5. Эксперт в студии. Александр Тихонов
6. Саакашвили – иностранный агент
7. «Медпрестиж» под снос
8. Кредитное рабство пенсионеров
9. Дело Руслана Вахапова
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналРепортажРасследование | 54328 |
| 18 декабря 2017 | 01:07:55 | 1. Пресс-конференция Путина. Рыбопромышленник Михаил Зуб
2. Приговор Алексею Улюкаеву
3. Забастовка строителей, дворников, рабочих (поднять зарплаты)
4. Ходорковский. Эксперт по делу Улюкаева
5. Пленники в Сирии. Григорий Цуркану, Роман Заболотный
6. Московская Государственная Академия Хореографии. Ученица покончила с собой
7. В Нижегородской области сжигают химически опасные свалки. Расследование к году экологии
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналОпросРепортажИнтервьюЭлементы художественной публицистикиРасследование | 81202 |
| 24 декабря 2017 | 54:39 | 1. Путин. Политика, направленная на привлечение молодежи
2. Серебряный Бор. Навальный выдвигается в президенты
3. Илья Яшин. Акция протеста
4. Госбезопасность. 100 лет. Юбилей
5. Арест Юрия Дмитриева
6. Акция протеста шахтеров. Расследование о горняках
7. Эмигранты России
8. Перестала существовать совместная контрольная комиссия военных по развитию сторон (Украина)
9. Специальный репортаж из Донецка. Обзор подразделений
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурнал, life-to-tape (Серебряный Бор)Элементы сатирических жанровРепортажРасследование | 59079 |
| 20 января 2018 | 01:05:39 | 1. Разрешен мультик про медведя Падингтона. Опрос
2. Улан-Уде. Школьник напал на одноклассников. Случай в Перми. Интервью с мамой
3. Сюжет о честных выборах. Опрос
4. Фильм «Блокадная кровь»
5. Интервью с генетиком
6. Ульяновские студенты. Флешмоб
7. Вадим Остапов. Водитель маршрутки
8. В Казахстане сгорели люди в автобусе
9. В Москве водитель автобуса давит людей на остановке. Расследование
10. Контактная притравка для собак. Аналитический материал
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналТематический опрос с элементами театрализации (Мультик про медведя)РасследованиеИнтервьюОбозрение | 73466 |
| 28 января 2018 | 01:06:54 | 1. Митинги за Навального
2. Встреча Собчак с жителями Грозного
3. Фильм «Смерть Сталина». Опрос
4. Глава карельского отделения «Мемориал» осужден за распространение детского порно
5. Расследование. Недвижимость в Сестрорецке на Финском заливе главы ФСБ
6. В Новгороде Даниил Стукачев осужден за оскорбление в социальных сетях чувств верующих
7. Аналитический блог про убийство девочки психопатом
8. Допинг. Сергей Лисин в студии
9. Елизавета Пескова + «Южный Севастополь»
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналТематический опрос с элементами театрализации (Сталин)ИнтервьюРасследованиеРепортаж | 50396 |
| 3 февраля 2018  | 01:14:36 | 1. Опрос. Выборы
2. Охота на анархистов.
3. Никита Белых – срок в 8 лет
4. Нижний Тагил. В отделении полиции убили человека. Отсылка к Нижнекамску
5. Борьба за явку избирателей
6. Митинг пенсионеров «Терроризму нет!»
7. Пенсионеры питаются отбросами «Пятерочки»
8. Снос домов в деревне из-за нефти-газовых труб
9. Дело Елены Мисюриной. Врачебная ошибка
10. Пластическая хирургия на Кавказе. Специальный репортаж
11. Герман Стерлигов ищет секретаршу
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналТематический опрос с элементами театрализации (на тему выборов)РасследованиеРепортаж | 65010 |
| 10 февраля 2018 | 01:00:43 | 1. Интервью с Настей Рыбкой
2. Аресты в Дагестане. Митинг против приезжих
3. Олимпиада. Допинг
4. Пенсионер получил срок за распространение фото, где есть свастика
5. Сюжет про прессинг современных детских писателей
6. Конференция Путина в Новосибирске
7. Михаил и Юрий Ковальчук. Проекты с госбюджетом
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналИнтервьюРепортажРасследование | 65948 |
| 17 февраля 2018 | 01:01:42 | 1. Сюжет про семьи, которые потеряли родственников, погибших на войне в Сирии и на Украине
2. Список пропавших без вести на сайте МИД
3. Заблокировали сайт Навального из-за его фильмов
4. Олег Дерипаски, Сергей Приходько, Настя Рыбка. Сюжет про родину Насти, жизнь в Бобруйске
5. Публичные люди. Опрос о выборах
6. Репортаж. Семью лишили жилья из-за кредита в банке
7. Интернет-сообщества. Биткоин-бизнес. Криптовалюта. Расследование
8. Студент, который для диплома постил у себя в соцсети нацистские материалы
9. Отставка президента в Африке. Эксперт в студии. Владислав Кручинский
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналРасследованиеОпросИнтервьюРепортаж | 95475 |
| 25 февраля 2018 | 01:08:04 | 1. Праздник 23 февраля
2. Погибшие на войне и в армии. Репортаж
3. Расследование про детей на Урале в интернате, которых заставляли заниматься проституцией и насиловали
4. Предвыборная пропаганда
5. Сюжет про девочку, которую травили из-за того, что она нарисовала Грудинина, а не Путина
6. Расследование. Верховные тролли. Список 13.
7. Патрушев. Кокаин-мука
8. Постная еда для богачей
9. Билл Грэм скончался
10. Интервью с Константином Харчевым
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурнал, life-to-tape (постная еда для богачей)ОбозрениеРепортажРасследованиеИнтервью | 60168 |
| 3 марта 2018 | 01:04:43 | 1. Холостяк с Егором Кридом
2. Массовка за деньги на выступлении Путина – не заплатили
3. Ракетная система РФ с ядерной энергоустановкой
4. Село «Идолга». Нет чистой воды
5. Дело Булаевой. Коррупция
6. Спортивный хиджаб. Саудовская Аравия
7. Репортаж про Павла Грудинина и его запрещенную недвижимость
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналРасследованиеРепортажИнтервью | 86424 |
| 24 марта 2018 | 01:01:04 | 1. Митинги по всей России. Обзор
2. Сюжет про взрывающиеся свалки
3. Советские ученые-химики, которые уехали из России. Сюжет
4. Сенцов. Российский шпион и террорист
5. Организация, которая выдает людям гражданство СССР
6. Кира Квин. Порно-звезда из Дагестана просит политического убежища
7. Итоги выборов
8. Репортаж про концерт, организованный Путиным. Голос = билет
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналПоявляется еще один новый формат – ведущий дает аналитическую информацию, вместе с тем, рисует схематично на доске рисунки для лучшего восприятияОбозрениеРепортажРасследование | 85481 |
| 31 марта 2018 | 01:05:22 | 1. Арестованы братья Магамедовы
2. Кемерово. Митинг об отставке местных властей
3. Репортаж о погибших детях
4. Сюжет о проверке в России всех ТЦ
5. В студии эксперт Никита Асадов
6. Сюжет про немца, который приехал жить в Россию
7. Владимирские деревни живут в изоляции. Требуют починить единственный мост через реку
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналРепортажИнтервью | 76942 |
| 14 апреля 2018 | 01:00:04 | 1. Опрос. Ядерная война
2. Дмитрий Глуховский о токсичных временах
3. Митинг против свалок в Ядрово. Репортаж
4. Расследование. В Геленджике незаконное строительство недвижимости
5. Студент ВШЭ сражается против конкурса красоты в университетах
6. Севастополе негде жить многодетной матери. Репортаж
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналОпрос тематический с элементами театрализации (ядерная война)ИнтервьюРепортажРасследование | 66769 |
| 21 апреля 2018  | 01:11:30 | 1. Протесты в Армении, в Ереване
2. Интервью с Александром Искандрян
3. Блокировка Телеграм
4. Эксперт в студии – Олег Хохлов
5. Ученик, устроивший резню в школе Стерлитамака
6. Отбор в спецназовцы. Максим Ядыков умер в процессе боя
7. Валерий Пшеничный умер от пыток в СИЗО
8. Митинг за отставку премьера Армении Саргсяна
9. Женщина подала заявление на администрацию из-за плохих дорог, в итоге ее обвинили в экстремизме
10. Власти России пытали жителя Грузи до смерти. В России умолчали
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурналИнтервьюРасследование | 20964 |
| 28 апреля 2018 | 01:14:30 | 1. Ереванская революция
2. Расследование. Пытки в СИЗО
3. Запреты Яровой. Миссионерская деятельность
4. Сюжет про африканку из Нижнего Новгорода, которая разместила у себя на стене приглашение в протестантскую церковь
5. Подготовка к 9 мая
6. Татьяна Щедрина. Огородник-блоггер
7. Сюжет про заработки в социальных сетях без лицензий и ИП
8. Арестованная девочка по делу об экстремизме. Разбор. Мама в студии. Обращение к Путину
 | Базовый – сюжет, разговорКомбинированный – тележурнал, ток-шоу (в студии присутствует героиня, адвокат, ведущие, есть проблема, эмоции и выводы по теме)РепортажРасследование | 10363 |

# ПРИЛОЖЕНИЕ В

**Интервью с главным редактором «Piter TV» Станиславом Бутенко**

 — С чего начиналась деятельность телеканала? История создания ресурса.

 — Это были 2008-2009 годы. Создавался наш ресурс как первый в России региональный интернет-канал. Тогда как раз-таки стало понятно, что можно в Интернете уже «делать» телевидение. То есть не обязательно покупать эфирную волну или кабели, тратить на канал огромные миллионы, когда можно, по сути, тот же самый контент делать без особых лишних дополнительных затрат и выкладывать в Интернет, потому что там есть обширная аудитория. Он задумывался как двойная составляющая: с одной стороны, как такой петербуржский «YouTube», куда люди или организации сами могут заливать видео, а с другой стороны, уже как средство массовой информации. Сейчас работает как частный интернет-телеканал при совместном сотрудничестве с ООО «Интерактивные медиа и решения».

 — В каком формате выходили материалы в начале пути телеканала?

 — На заре пробовались в Интернете классические телевизионные форматы, вплоть до ток-шоу, какие-то новостные программы, которые мы видим на традиционном телевидении.

 — Адаптированы ли телевизионные форматы в Интернете?

 — Со временем мы стали понимать, что интернет-журналистика, в частности сетевое телевидение, требует своих форматов. В связи с этим хронометраж стал короче. В интернет-телевидении необязательно делать такие затратные и масштабные проекты в дорогой студии с огромным штатом сотрудников. К нам пришло понимание того, что аудитория требует материалов более простых, потому что людям важен сам контент, а не форма подачи. И уже тогда стали понятны основные преимущества интернет-ТВ. В отличии от классического телевидения тебе не надо ждать 21:00, чтобы посмотреть программу и потом ее потерять в памяти. В интернет-телевидении эти видеоматериалы, которые заливают в сеть, остаются там навсегда. То есть любую программу или интересующий вас выпуск вы можете посмотреть в любой момент и с любого мобильного устройства, если нет под рукой ноутбука. Ну а руководство уже тогда поняло, что интернет-телевидение недорогое в производстве, что тоже немаловажно, особенно для таких частных организаций, как мы.

 — Как менялись форматы материалов телеканала и что имеется сейчас?

 — Одним словом, все шло к упрощению и к экономии, потому что наш канал частный, мы не существуем на какие-нибудь деньги государства, мы сами зарабатываем и живем на то, что смогли заработать. Поэтому первая тенденция трансформации – экономия без потери качества. Мы не так сильно придираемся к качеству картинки, к качеству монтажа, не так много техники закупаем для производства, стараемся быть конвергентными. Конвергентность - это основная тенденция для нас, она стала приоритетной, когда мы пришли к тому, что не обязательно иметь одного оператора, одного монтажера, одного корреспондента, одного редактора для того, чтобы снять один сюжет. Его по сути может снять один-два человек, они будут и монтажёром, и оператором, и постановщиком, и редактором, и корреспондентом. Это одна из тенденций, которую мы определили для себя. Потом мы поняли, что зрителя интересует содержание, то есть не надо делать подводку ведущего на пять минут, чтобы потом дать одну минуту интервью со знаменитостью, когда людей интересует только эта одна минута. Соответственно, мы даем только то, что людям интересно. Кроме того, интернет-телевидение более оперативное, мы стараемся опередить конкурентов традиционного ТВ, потому что мы можем делать это во много раз быстрее. И поэтому мы пришли к самым простым форматам, которые при этом могут окупить себя экономически. Мы снимаем то, что точно посмотрят, что принесет просмотры и соответственно окупится на рекламе. Да, мы одно из немногих СМИ, которое работает именно на рынок, чтобы на нем выжить, чтобы зарабатывать на рекламе. И у нас это получается.

 — Какой штат сотрудников на сегодняшний день? На сайте опубликована информация, что в штате «Piter TV» 10 человек.

 — Сейчас в штате около 15 человек, плюс если брать внештатников, то еще порядка 15, которые сотрудничают с нами как на бесплатной основе в качестве стажеров, так и за небольшую зарплату – делают какие-то задания. Основой штат – 15 человек: семь из которых пишущие редакторы, два продюсера, пара выпускающих редакторов, главный редактор, корреспонденты - на данный момент их двое – они же, как я уже говорил, конвергентные журналисты, то есть и операторы, и монтажеры. Также есть юрист и рекламный отдел, но все это варьируется около цифры в 15 человек.

 — На какую аудиторию работаете?

 — Ну у нас есть конкретные данные. Вся аудитория - это люди от 20 до 45 лет. 55% - женщины, 45% - мужчины. 40% сайта - это Петербург, Ленобласть, около 50% - другие города и регионы России. Такой процент высокий других городов, потому что мы периодически освещаем федеральные темы. Стараемся над этим работать. Это хорошая аудитория в том плане, что на них хорошо продавать рекламу. Так как мы живем на окупаемости, мы можем сказать спонсорам: «Вот, нас смотрят много женщин молодых, которые к тому же платежеспособны, так же много платежеспособных мужчин». Вот на эту аудиторию и работаем.

 — Вы позиционируете себя как телеканал. Почему большинство опубликованных материалов в формате «текст + фото»?

 — Хороший вопрос. Да, нужно вообще начать с того, что такое интернет-телевидение в современном мире? Есть два формата –кастовое и подкастовое ТВ. Кастовое - это когда идет трансляция в Интернете, то есть по сути такое ТВ ничем не отличается от классического телевещания, просто кто-то ведет трансляцию, как «Первый канал», например, или как сайты многих других телеканалов. А есть подкастовое – когда ты выгружаешь какие-то кусочки видео и они остаются там навсегда как в «YouTube». Также подкастовое интерне-ТВ – обычно с очень мощной новостной лентой. Это общая тенденция для рынка. То есть если ты зайдешь на сайт телеканала «Дождь», то у них будет очень большая лента новостей без видео. Они публикуют просто актуальные новости, а какие-то главные эксклюзивы редакции выкладывают видеофайлами.

 — Вы относите себя к какому типу?

 — Мы наполняем свой контент по второму типу – подкастового ТВ. То есть у нас основной контент - это новости и текстовые материалы. При этом, каждый день мы выпускаем от трех до десяти авторских видео - будь то репортаж «Piter TV», будь то видео, снятое очевидцем на улицах города – то есть наш формат - это лента новостей – классическое интернет-СМИ, но с функционалом добавления видео, которое мы производим сами, продюсируем сами.

 — Я смотрела статистику на «Медиалогии», вы выросли в индексе цитируемости за несколько месяцев. За счет чего произошел такой скачок?

 — Да, там был хороший скачок – мы были самым растущим СМИ в том году. Это моно объяснить. Мы стали делать больше эксклюзивных материалов. Стали больше производить новостей, которые есть только у нас. Наша редакция поставила себе цель - работать лучше с источниками. Другие средства массовой информации это видят. Они берут у нас эти эксклюзивные новости, ссылаясь на наш телеканал. Примерно так и растет этот индекс цитируемости.

 — Была ли какая-то перемена в тематической составляющей за этот период? Если да, то какая?

 — Была перемена. Два года назад сменилось полностью руководство редакции. Мы начали все с нуля. Буквально один сотрудник остался из старого состава штата. Потом каждый год добавлялось по три-четыре человека. Так собственно мы и выросли как редакция. Могу сказать, что мы абсолютно изменились. Причем, изменилась как команда, так и политика телеканала. То есть до этого «Piter TV» делал новости про городской криминал, городские происшествия, наш ресурс привлекал внимание желтыми заголовками про звезд в стиле «Филипп Киркоров признался в связи с Данилой Козловским». Это привлекало действительно людей, именно криминал и желтые заголовки. Но с другой стороны это отталкивало партнеров, в том числе и другие средства массовой информации. Немногим хотелось ссылаться на такие вещи, возможно. Сейчас мы сделали ставку на городские новости, плюс видео о культуре, о каких-то городских проектах, добрых и позитивных. Парадокс в том, что да, несколько понизилась у нас активность, но зато аудитория, которая осталась – это более качественная аудитория. Ну и в связи с этим к нам перестали относиться как к желтому СМИ, а стали относиться как к ресурсу о нашем городе, о культуре. По крайней мере, я на это надеюсь.

 — Что ты подразумеваешь под качественной аудиторией?

 — Понимаешь, если раньше, условно говоря, когда поднималась «чернуха», человек, допустим, прочитал заголовок «педофил два года тискал девочку в подвале», потом этот человек, возможно, придет к нам, а возможно, он уйдет на сайт другого СМИ, где есть такие же новости, то есть он у нас не задерживается. А если и придет, то только ради этой черной новости. Он не будет рассматривать сайт и его контент, ему нужно только это ядро материала. А аудитория, которая читает какие-то культурные новости, аналитические тексты про город, смотрит социальные и проблемные материалы, люди проникаются лояльностью к этому СМИ. Это вдумчивые люди, которые в следующий раз зайдут опять на этот сайт, поймут, что здесь есть эксклюзив, потому что криминал он есть везде, а вот какие-то городские истории, интервью с умными людьми – есть не везде. Это взрослая, думающая, читающая аудитория, которая более интересна рекламодателям и, самое главное, более интересна нам.

 — На что ориентируетесь в дальнейшем? Каким вы видите телеканал?

 - Телеканал мы видим, как смесь трех направлений: Первое -это оперативные городские видеоматериалы, у нас есть доступ к каким-то ДТП, городским происшествиям (где-то прорвало трубу или затопило подвал) – здесь горожане смогут увидеть быстрее всех все, что их интересует, в оперативном смысле. Во-вторых, это культурные и проблемные сюжеты, то есть у нас они смогут узнать, например, о том, что каких-то дольщиков выселяют, где-то кого-то обманули, где-то не строят детскую площадку, хотя положено, где-то волонтеры делают крутой проект, то есть помимо оперативных видео, это такие созидательные материалы, городские проблемы и социальные, которые добавят нам уважения и лояльности со стороны аудитории. Ну и третье направление – это культура и шоу-бизнес, с которым мы не планируем расставаться. В будущем планируем подключить блоггерский формат. Сейчас уже над этим работаем, чтобы у нас были узнаваемые блоггеры. В течение года я думаю мы этот проект уже запустим.

1. Источники информации: мониторинг // Корпоративный сайт ГК «Фонд общественное мнение». - 2017. - Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>. - Дата обращения: 05.04.2018. [↑](#footnote-ref-1)
2. Онлайн-ТВ: рейтинг телезрителей // Официальный сайт On-TV. – Режим доступа: <https://on-tv.ru/all_tv_channels/>. – Дата обращения: 05.04.2018. [↑](#footnote-ref-2)
3. Kemp Simon. DIGITAL IN 2018: WORLD’S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK / Simon Kemp // We are. Social. - 2018. - Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Дата обращения: 02. 02. 2018. [↑](#footnote-ref-3)
4. Распопина И.А. Российская интернет-журналистика: история становления и характеристика современного состояния. // Вопросы теории и практики журналистики. - 2013. - №1. - С. 208 [↑](#footnote-ref-4)
5. Трифонова Ю.В. Особенности интернет-СМИ. // Язык. Культура. Коммуникации. - 2014. - № 2 (2) - С. 1. [↑](#footnote-ref-5)
6. Аксенова О. Н. Региональная интернет-журналистика: современное состояние и перспективы развития. // Научный Вестник Воронежского Государственного архитектурно-строительного Университета. Серия: социально-гуманитарные науки. - 2013. - №2. - С. 102. [↑](#footnote-ref-6)
7. Калмыков А. А. Интернет-журналистика. - М.: ЮНИТИ-ДНА, 2005. – С. 433. [↑](#footnote-ref-7)
8. Жиндеева Е. А. Сетература как новый род литературы: формальные признаки. // Успехи современной науки и образования. - 2017. - Том 1. - №6. - С. 244. [↑](#footnote-ref-8)
9. Калмыков А. А. Интернет-журналистика. - М.: ЮНИТИ-ДНА, 2005. – С. 441. [↑](#footnote-ref-9)
10. Горный Е.А. Летопись русского Интернета. // Лаборатория сетевой литературы «Словесность». - 2002. - Режим доступа: <http://www.netslova.ru>. - Дата обращения: 28.03.2018. [↑](#footnote-ref-10)
11. Горный Е.А. Летопись русского Интернета. // Лаборатория сетевой литературы «Словесность». - 2002. - Режим доступа: <http://www.netslova.ru>. - Дата обращения: 28.03.2018. [↑](#footnote-ref-11)
12. Калмыков А. А. Интернет-журналистика. - М.: ЮНИТИ-ДНА, 2005. – С. 445. [↑](#footnote-ref-12)
13. Горный Е.А. Летопись русского Интернета. // Лаборатория сетевой литературы «Словесность». - 2002. - Режим доступа: <http://www.netslova.ru>. - Дата обращения: 28.03.2018. [↑](#footnote-ref-13)
14. Торопов И. П. Переход печатных СМИ в сетевое пространство. // Сборник статей Нижневартовского Государственного Университета. - 2017. - №1. - С. 377. [↑](#footnote-ref-14)
15. Торопов И. П. Переход печатных СМИ в сетевое пространство. // Сборник статей Нижневартовского Государственного Университета. - 2017. - №1. - С. 377 [↑](#footnote-ref-15)
16. Давыдов И. Масс-медиа российского Интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации. // Русский Журнал, 2000. Режим доступа: http:/ /www.russ.ru/politics/20000928\_davydov.html. Дата обращения: 08.03.2018. [↑](#footnote-ref-16)
17. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие - М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – С. 54. [↑](#footnote-ref-17)
18. Жебит М.Э. Типология интернет-СМИ: подходы и перспективы. // Вестник Московского Государственного Университета печати имени Ивана Федорова. - 2011. - №8. - С. 71. [↑](#footnote-ref-18)
19. ТАСС: ВЦИОМ: печатные СМИ теряют популярность, но к полному отказу от них россияне не готовы // ТАСС информационное агентство - 2018. - 10 янв. - Режим доступа: https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=8883. - Дата обращения: 03.05.2018. [↑](#footnote-ref-19)
20. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие. - М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – С. 61. [↑](#footnote-ref-20)
21. Абрамов В. Г. Телевидение в российском медиапространстве: история, особенности и перспективы развития. // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. - 2014. - Том 7. - №3 (35). - С. 130. [↑](#footnote-ref-21)
22. Роскомнадзор подсчитал, сколько россияне смотрят телевизор // МТРК «Мир» - 2017. - 20 дек. - Режим доступа: <https://mir24.tv/news/16283374/roskomnadzor-podschital-skolko-rossiyane-smotryat-televizor>. - Дата обращения: 03. 05. 2018. [↑](#footnote-ref-22)
23. Костоусов В. П. История телевидения: телевидение в лицах, цифрах и событиях: учеб. пособие / В. П. Костоусов. - Екатеринбург: Издательство Российского гос. профессионально-педагогического ун-та, 2014. – С. 17-18. [↑](#footnote-ref-23)
24. Орлова М. Ю. Интерактивность интернет-журналистики: читатель как источник информации и критик. / М. Ю. Орлова // Человек в информационном пространстве. - 2014. - С. 192. [↑](#footnote-ref-24)
25. Игнатенко В. В. К вопросу о дигитализации СМИ. // Гуманитарное образование в экономическом вузе. Материалы 5-ой Международной научно-практической заочной интернет-конференции. В 2-х томах. – М.: Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. - 2017. - С. 123. [↑](#footnote-ref-25)
26. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности. - Екатеринбург: Федеральное гос. автономное образовательное уч. высшего профессионального образования УФУ им. первого Президента Росси Б. Н. Ельцина, 2015. – С. 3. [↑](#footnote-ref-26)
27. Там же. [↑](#footnote-ref-27)
28. Бельская Я. Сколько в России телеканалов? // Радиостанция «Эхо Москвы» - официальный сайт. - 2017. - 23 июля. - Режим доступа: <https://echo.msk.ru/programs/tv/2023390-echo>. - Дата обращения: 07.04.2018. [↑](#footnote-ref-28)
29. Онлайн-ТВ: рейтинг телезрителей // Официальный сайт On-TV. – Режим доступа: <https://on-tv.ru/all_tv_channels/>. – Дата обращения: 05.04.2018. [↑](#footnote-ref-29)
30. Лученко К.В. Интернет – СМИ будущего? // Наука телевидения. - 2009. - №6. - С. 181-182. [↑](#footnote-ref-30)
31. Лученко К.В. Интернет – СМИ будущего? // Наука телевидения. - 2009. - №6. - С. 182. [↑](#footnote-ref-31)
32. Сергеев Е. Ю. Интернет-телевидение – современные информационные потребности общества. // Научные труды северо-западного института управления. - 2014. - Том 5. - №1 (13). - С. 381. [↑](#footnote-ref-32)
33. Там же. [↑](#footnote-ref-33)
34. Захаров В. В. Жанры радио- и тележурналистики. –. Тамбов: ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. - С. 5. [↑](#footnote-ref-34)
35. Захаров В. В. Жанры радио- и тележурналистики. –. Тамбов: ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. С. 6-7 [↑](#footnote-ref-35)
36. Захаров В. В. Жанры радио- и тележурналистики. –. Тамбов: ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. - С. 7-8 [↑](#footnote-ref-36)
37. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие под ред. Л. П. Шестеркиной - М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 178. [↑](#footnote-ref-37)
38. Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения // дис. д-ра филол. наук/ С. Н. Ильченко, М., 2012. С. 183. [↑](#footnote-ref-38)
39. Хлызова А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях. / А. А. Хлызова // Журналистский ежегодник. - 2015. - №4. - С. 76. [↑](#footnote-ref-39)
40. Там же [↑](#footnote-ref-40)
41. Хлызова А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях. // Журналистский ежегодник. - 2015. - №4. - С. 76. [↑](#footnote-ref-41)
42. Летуновский В. П. Телевизионный формат на перекрестке мнений. // Современные тенденции развития науки и технологий. - 2016. - №7-5. - С. 100. [↑](#footnote-ref-42)
43. Леонова А. Т. Принцип серийности как основа телевизионного формата // Культурология, филология, искусствоведение: актуальные проблемы современной науки. - 2018. - С.31-32. [↑](#footnote-ref-43)
44. Дедов А. Н. О форматах телевизионных программ // Медиапространство региона: история и перспективы развития. - 2016. - С. 14. [↑](#footnote-ref-44)
45. Дедов А. Н. О форматах телевизионных программ // Медиапространство региона: история и перспективы развития. - 2016. - С. 16. [↑](#footnote-ref-45)
46. Там же. [↑](#footnote-ref-46)
47. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/tvrain. - Дата обращения: 05.05.2018. [↑](#footnote-ref-47)
48. Walker Shaun. TV Rain: inside Russia's only independent television channel [Электронный ресурс] // The Guardian. - 2015. - 9 июня - Режим доступа: https://www.theguardian.com/cities/2015/jun/09/tvrain-russian-language-moscow-independent-television. Дата обращения: 12. 03. 2018. [↑](#footnote-ref-48)
49. История русских медиа 1989-2011. Версия «Афиши» [Электронный ресурс] // «Компания Афиша» - официальный сайт - 2011. - Режим доступа: https://www.afisha.ru/article/mediahistory/page46. - Дата обращения: 08.03.2018. [↑](#footnote-ref-49)
50. Там же [↑](#footnote-ref-50)
51. Сонькин В. У Натальи Синдеевой пошел «Дождь» [Электронный ресурс] / В. Сонькин // Сноб Медиа - 2011. - Режим доступа: https://snob.ru/chronicle/entry/17614. - Дата обращения: 08.03.2018. [↑](#footnote-ref-51)
52. История русских медиа 1989-2011. Версия «Афиши» [Электронный ресурс] // «Компания Афиша» - официальный сайт - 2011. - Режим доступа: https://www.afisha.ru/article/mediahistory/page46. - Дата обращения: 08.03.2018. [↑](#footnote-ref-52)
53. Сонькин В. У Натальи Синдеевой пошел «Дождь» [Электронный ресурс] / В. Сонькин // Сноб Медиа - 2011. - Режим доступа: https://snob.ru/chronicle/entry/17614. - Дата обращения: 08.03.2018. [↑](#footnote-ref-53)
54. Премия Рунета [Электронный ресурс] //Режим доступа: http://nom.premiaruneta.ru/#nom-14. – Дата обращения: 10.03.2018. [↑](#footnote-ref-54)
55. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: http://tvrain.ru/media/upload/files/TVRAIN\_2013.pdf. - Дата обращения: 16.03.2018. [↑](#footnote-ref-55)
56. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: http://tvrain.ru/media/upload/files/TVRAIN\_2013.pdf. - Дата обращения: 16.03.2018. [↑](#footnote-ref-56)
57. Там же [↑](#footnote-ref-57)
58. Дождь извинился за опрос о сдаче блокадного Ленинграда [Электронный ресурс] // Лента.ру - 2014. - 27 янв. - Режим доступа: https://lenta.ru/news/2014/01/27/raingate. - Дата обращения: 05.04.2018 [↑](#footnote-ref-58)
59. История телеканала Дождь. Первая серия [Электронный ресурс] // Youtube - официальная канал телеканала «Дождь» на Youtube - 2015. - 15 мая - Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=amz3tnfIrjk. - Дата обращения: 06.04.2018. [↑](#footnote-ref-59)
60. НЕ СЛЫШАЛИ ПРО «ДОЖДЬ» [Электронный ресурс] // ЛЕВАДА - ЦЕНТР - 2014. - 28 фев. - Режим доступа: https://www.levada.ru/2014/02/28/ne-slyshali-pro-dozhd. - Дата обращения: 06.04.2018. [↑](#footnote-ref-60)
61. СМИ: ВНИМАНИЕ И ЦЕНЗУРА [Электронный ресурс] // ЛЕВАДА – ЦЕНТР - 2016. - 6 июня - Режим доступа: https://www.levada.ru/2016/06/06/smi-vnimanie-i-tsenzura. - Дата обращения: 07.04.2018. [↑](#footnote-ref-61)
62. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/6may/. - Дата обращения: 21.03.2018. [↑](#footnote-ref-62)
63. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/tag/152/. - Дата обращения: 21.03.2018. [↑](#footnote-ref-63)
64. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/tag/557/. - Дата обращения: 21.03.2018 [↑](#footnote-ref-64)
65. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/story/vybory\_mera\_moskvy/ - Дата обращения: 21.03.2018 [↑](#footnote-ref-65)
66. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/story/prigovor\_po\_delu\_kirovlesa/ - Дата обращения: 21.03.2018 [↑](#footnote-ref-66)
67. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/tag/18- Дата обращения: 21.03.2018 [↑](#footnote-ref-67)
68. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/story/situatsija\_v\_ukraine/ Дата обращения: 21.03.2018 [↑](#footnote-ref-68)
69. Санаева П. Наталья Синдеева: «Я никогда не допущу закрытия «Дождя» [Электронный ресурс] / П. Санаева // Forbes - официальный сайт - 2014. - 25 мая - Режим доступа: http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/252809-natalya-sindeeva-ya-nikogda-ne-dopushchu-zakrytiya-dozhdya. - Дата обращения: 08.04.2018. [↑](#footnote-ref-69)
70. Зотова Н. «Дождь» не прекращается даже в квартире [Электронный ресурс] / Н. Зотова // Новая Газета - 2014. - 12 дек. - Режим доступа: https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/12/10/62313-171-dozhd-187-ne-prekraschaetsya-dazhe-v-kvartire. - Дата обращения: 08.04.2018. [↑](#footnote-ref-70)
71. Рустамова Ф. Проекты Зимина закрываются из-за семи московских лекций о политике [Электронный ресурс] // РБК - 2015. - 27 мая. - Режим доступа: https://www.rbc.ru/politics/27/05/2015/5565b6299a7947389c8e5df2. - Дата обращения: 12.04.2018. [↑](#footnote-ref-71)
72. Санаева П. Наталья Синдеева: «Я никогда не допущу закрытия «Дождя» [Электронный ресурс] // Forbes - официальный сайт - 2014. - 25 мая - Режим доступа: http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/252809-natalya-sindeeva-ya-nikogda-ne-dopushchu-zakrytiya-dozhdya. - Дата обращения: 20.04.2018. [↑](#footnote-ref-72)
73. Санкт-Петербург: рейтинг СМИ за 2 квартал 2018 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2018. - март. - Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5946/#internet /. - Дата обращения: 22.04.2018. [↑](#footnote-ref-73)
74. Дмитриев А. О. Альтернативность медиа как инструмент изменения принципов традиционной журналистики. // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2017. - Т. 23, №3 (165). - С. 73. [↑](#footnote-ref-74)
75. Хорошилова Л. Г. Профессиональные стандарты в эпоху альтернативных медиа: задачи журналистского образования. // Сборник материалов научной конференции кафедры журналистики. Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского. - 2017. - С. 82. [↑](#footnote-ref-75)
76. Atton C. An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity. / C. Atton / - Edinburgh: Edinburg University Press, 2006. - Р. 101. [↑](#footnote-ref-76)
77. Литой А. Акции против «царя»: избитые, задержанные, несовершеннолетние [Электронный ресурс] // ОВД. ИНФО - 2018. - 8 мая. - Режим доступа: https://ovdinfo.org/articles/2018/05/08/akcii-protiv-carya-izbitye-zaderzhannye-nesovershennoletnie. - Дата обращения: 09.05.2018. [↑](#footnote-ref-77)
78. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный аккаунт в «Twitter» - Режим доступа: https://twitter.com/tvrain. - Дата обращения: 05.04.2018. [↑](#footnote-ref-78)
79. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальная страница в «Facebook» - Режим доступа: https://www.facebook.com/tvrain/. - Дата обращения: 02.04.2018. [↑](#footnote-ref-79)
80. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/tvrain. - Дата обращения: 05.05.2018 [↑](#footnote-ref-80)
81. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный аккаунт в «YouTube» - Режим доступа: https://vk.com/tvrain. - Дата обращения: 05.05.2018 [↑](#footnote-ref-81)
82. Телеканал «Дождь» [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь» - официальный сайт - Режим доступа: https://tvrain.ru/teleshow/reportazh/krym\_glazami\_majdana\_kievskij\_aktivist\_edet\_na\_mjatezhnyj\_poluostrov\_chtoby\_spasti\_revoljutsiju-364542/#comments. - Дата обращения: 08.04.2018. [↑](#footnote-ref-82)
83. Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью // автореф. дисс.канд. филол.наук/ Н. Ю. Янчева, Воронеж, 2011. С. 3. [↑](#footnote-ref-83)
84. Интернет-телеканал «PiterTV» [Электронный ресурс] // Интернет-телеканал «PiterTV» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/PiterTV. - Дата обращения: 01.05.2018 [↑](#footnote-ref-84)
85. См. Приложение 2. [↑](#footnote-ref-85)
86. Интернет-телеканал «PiterTV» [Электронный ресурс] // Интернет-телеканал «PiterTV» - официальная группа «Вконтакте» - Режим доступа: https://vk.com/PiterTV/about\_us/. - Дата обращения: 01.05.2018 [↑](#footnote-ref-86)
87. См. Приложение 2. [↑](#footnote-ref-87)
88. См. Приложение 2. [↑](#footnote-ref-88)
89. Санкт-Петербург: рейтинг СМИ за 3 квартал 2017 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2017. - 22 ноября. - Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5616/index.php. - Дата обращения: 11.03.2018. [↑](#footnote-ref-89)
90. Санкт-Петербург: рейтинг СМИ за 2 квартал 2017 [Электронный ресурс] // Медиалогия – официальный сайт - 2017. - 26 июля. - Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5349/. - Дата обращения: 11.03.2018. [↑](#footnote-ref-90)
91. См. Приложение 2 [↑](#footnote-ref-91)
92. См. Приложение 2 [↑](#footnote-ref-92)
93. Интернет-телеканал «PiterTV» [Электронный ресурс] // Интернет-телеканал «PiterTV» - официальный сайт - Режим доступа: https://piter.tv/video\_catalog/2224/. - Дата обращения: 01.05.2018. [↑](#footnote-ref-93)
94. См. Приложение 2 [↑](#footnote-ref-94)
95. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа [Электронный ресурс] / А. Князев // КРСУ. - 2001. - Режим доступа: http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm. - Дата обращения: 19.03.2018. [↑](#footnote-ref-95)
96. Бычкова М. Б. Трансформация основных функций журналистики в современной отечественной вещательной модели (на примере телеканала «Первый»). // Вестник тверского государственного университета. Серия: филология. - 2016. - №3. - С. 184. [↑](#footnote-ref-96)
97. Рыбка К. В. Рекреативный контент СМИ / Волжский вестник науки // - 2017. - №1-2 (5-6). - С. 19. [↑](#footnote-ref-97)