

Литература

1. Барашкина, Е. А. Язык современных массмедиа: учеб. пособие. Текст: электронный / Е. А. Барашкина, В. В. Лабутина; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Самар. нац. исслед. ун-т им. С. П. Королева (Самар. ун-т). Самара: Изд-во Самар. ун-та, 2021. URL: <http://repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-izdaniya/Yazyk-sovremennyh-massmedia-ucheb-posobie-Tekst-elektronnyi-90697>
2. Добросклонская Т. Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2005. №2. С. 28–35.
3. Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста. [Электронный ресурс]. М.: Современный дискурс-анализ. 2014. http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/8687/1/Kazak_Spetsifika.pdf (дата обращения: 30.06.2022).
4. Лободенко, Л.К. Специфика медиатекста региональных Интернет-СМИ / Л. К. Лободенко, О. Н. Зайкова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2015. Т. 12. № 4. С. 38–44.
5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. С. 49–50.
6. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2005. №2. С. 7-16.
7. Стойков Л. Гедонистическая функция медиа: инфотейнмент и реалити-шоу // RELGA. №4 [149]. 15.03.2007. <http://www.relga.ru> (дата обращения: 30.06.2022).
8. Шилина М. Г. Медиатекст в Интернете: теоретико-методологические подходы к исследованию [Электронный ресурс] // СКФУ. URL: http://www.ncfu.ru/uploads/doc/shilina_konfmt.pdf (дата обращения: 30.06.2022).

А.А. Цыплакова
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Н.А. Захарченко

ПРОБЛЕМА ИНТЕГРИРОВАНИЯ ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В СИСТЕМУ МЕДИАПЛАТФОРМ

Аннотация. Технологический прогресс оказал сильное влияние на состояние СМИ в информационно-коммуникационной сфере, существенно изменяя ее, переводя в новые форматы. Стремительное развитие Интернета, перевод информации в цифровую форму выводят массмедиа на новый уровень. Медиапотребление становится неотъемлемой частью повседневной жизни. Интернет медленно замещает телевидение, так как сочетает в одной среде текст, видео и аудио, автономные, вещательные и сетевые медиа. Кроме того, он предоставляет место для поиска и хранения различного контента. В связи с этим производителям телевизионного контента необходимо развитие. Так, появились процессы дигитализации и конвергенции, которые позволяют создать мультимедийный формат. Переход современного телевидения к производству мультимедийного контента происходит под влиянием внешних и

внутренних факторов, которые обусловлены интегрированием телевидения в систему современных медиаплатформ.

Ключевые слова: медиапотребление, мультимедийность, телевидение, Интернет, интегрирование, социальные сети.

Исследователи отмечают, что медиапотребление как обязательный элемент повседневной жизни каждого человека изменилось одним из первых. Интернет, объединив в одной среде текст, видео и аудио, автономные, вещательные и сетевые медиа, а также создав безграничное пространство для хранения самого разнообразного контента, предоставил индивиду небывалые до этого возможности – потреблять информацию и взаимодействовать с ней.

Оценивая существенный масштаб изменений и растущую приверженность аудитории к интернет-практикам, можно сделать вывод, что традиционные медиа становятся менее используемыми. По данным TNS на конец 2012 года, интернет занимает – второе после телевидения место по охвату, а в молодых возрастных группах – даже первое.

Именно аудитория телевидения по сравнению с другими СМИ является наиболее разделённой: если люди старшего возраста выбирают телевизор, чтобы получать новости, смотреть передачи, то молодёжь предпочитает Интернет. Это общемировая тенденция, поэтому перед производителями телевизионного контента остро стоит вопрос поиска оптимальных форм развития телевидения, отвечающих запросам молодёжной аудитории, чтобы обеспечить всеохватность потребителей независимо от их возраста, предпочтений, технологических возможностей. А протекающие в настоящее время процессы – дигитализация и конвергенция – делают это реальным, так как они позволяют создать новый контент – мультимедийный, то есть одновременно представленный на разных технологических платформах (это вербальные и невербальные элементы, основными разновидностями которых являются текст, фото – и видеоизображение, звук, графика, инфографика, анимация).

Переход современного телевидения к производству мультимедийного контента происходит под влиянием внешних и внутренних факторов, которые обусловлены интегрированием телевидения в систему современных медиаплатформ.

Интернет в сегодняшнем состоянии представляет собой глобальное объединение компьютерных сетей, образующих виртуальное пространство хранения, передачи и взаимодействия с информацией. В качестве примечания хочется отметить, что в сравнении с другими медиа скорость распространения и освоения интернета действительно поражает: если господство печатных медиа продолжалось около четырех столетий, а господство вещательных медиа во главе с телевидением – около одного столетия, то интернет, не просуществовав и полвека, уже занял главенствующую позицию в медиасистеме общества.

Онлайн-медиа предложили человеку множество новых способов и возможностей потребления медийных продуктов. Смотреть, слушать и читать теперь стало возможно в одном пространстве – в интернете, причем в полной свободе того, что и когда ты хочешь потреблять. В пространстве Сети можно найти любой фильм и пропущенную передачу, прочитать статью годовой давности либо обсудить с другими читателями свежий номер журнала, скачать музыку любимого исполнителя онлайн. Новые возможности совершенно не вписались в рамки традиционного медиапотребления, в котором индустрия определяла выбор пользователя: именно она в рамках программной сетки каналов и радиостанций, а также выходящих с заданной периодичностью печатных изданий решала, что, когда и где ему смотреть, слушать и читать. На фоне очевидных различий между традиционными и «новыми» практиками в медиаотрасли начинают говорить о трансформации медиапотребления в контексте развития онлайн-медиа.

В наше время все более заметно, что телевидение активно интегрируется в систему медиаплатформ. В социальных сетях, таких как Telegram, «ВКонтакте», TikTok появляются официальные каналы разных телевизионных программ и передач. Например, официальный аккаунт «Первого канала» в TikTok имеет более 150000 подписчиков и выпускает видео в формате данной социальной сети. Контент освещает актуальные события, дублируя основную телевизионную программу. Даже детский мультфильм «Смешарики» активно ведет страницу в TikTok, подгоняя формат выпусков под современные реалии.

Популярен среди медиаплатформ видеохостинг YouTube. Телевещание уже давно имеет там целые каналы, где дублирует телевизионные выпуски (телеканалы «ПЯТНИЦА!», «МУЗ-ТВ»).

Более того, не только передачи, программы стараются влиться в современные медиа. Многие телеведущие, актеры также следуют трендам и стараются набрать популярность в социальных сетях, развивая личные блоги.

Таким образом, современное телевидение интегрируется в систему современных медиаплатформ. Меняются модели взаимодействия с аудиторией, обновляются способы доставки контента до аудитории, которая, в свою очередь, теперь требует от телевидения гораздо больше, чем было в доцифровую эпоху. Телевизионный контент становится более мультимедийным, а аудитория прекращает быть пассивной, переходя в статус пусть не создателя информации, но её активного потребителя. Возрастающие интерактивные возможности расширяют функциональный спектр телевидения, которое сейчас превращается в универсальную технологию, позволяющую не только информировать аудиторию, но и быть практически ценным устройством для использования во всех сферах жизнедеятельности современного человека.

Литература

1. Щелкунова Е. М. Трансформация медиапотребления в России в контексте развития онлайн-медиа. Москва: НИУ ВШЭ, 2013. 110 с.
2. Хлызова А. А. Телевидение в условиях конвергенции СМИ на современном этапе [Электронный ресурс] // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2016. №158 (4). С. 1108 –1122. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-v-usloviyah-konvergensii-smi-na-sovremennom-etape/viewer> (дата обращения: 05.07.2022).
3. Уразова С. Л. Современное телевидение в пределах экранной культуры. [Электронный ресурс] // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. Т. 11, № 6, 2012. С. 24 –30.// <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-televidenie-v-predelah-ekrannoy-kultury/viewer> (дата обращения: 05.07.2022).