

КОНВЕРГЕНЦИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ МАССМЕДИА НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

Хабарова С.Г.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

ut-tmb@mail.ru

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент О.Е. Видная

В век современных технологий, высокоскоростного Интернета и мобильности получения данных любой желающий может найти необходимые сведения или узнать свежие новости, не покидая места пребывания.

Нынешний мир перегружен разного рода информацией, которая поступает буквально отовсюду. Сегодня сложно представить место, в которое было бы невозможно доставить медиасообщение. Но и население адаптировалось к загрязнению окружающего информационного пространства: оно стало более разборчиво в потреблении получаемых данных. Люди научились фильтровать и сознательно пропускать через себя потоки не интересующих их сообщений, новостей и рекламы. А это значит, что СМИ приходится все время искать более яркие и выразительные способы завоевания своей аудитории. В этой борьбе выигрывают те, кто подпадает под требования нынешних потребителей информации: универсальность, мобильность, интерактивность и мультимедийность.

Поддаваясь всеобщим тенденциям дигитализации и конвергенции, массмедиа постепенно видоизменяются. При этом их традиционные формы, такие как печатные издания, радио, телевидение, не исчезают, а совершенствуются, дополняясь мультимедийной платформой.

Организация массмедиа в рамках традиционной и сетевой модели СМИ, позволяет с одной стороны, адаптироваться под современные реалии и удовлетворить запросы новой аудитории, а с другой – сохранить старую аудиторию, которая из-за отсутствия Интернета в силу возраста и других причин не может использовать онлайн-версию массмедиа.

В статье Е.Л. Варгановой «К чему ведет конвергенция СМИ?» отмечено, что «традиционно восприимчивые к технологическому прогрессу и политическим изменениям, современные медиа-системы отличаются особым динамизмом. Скорость, с которой Интернет завоевывает массовую аудиторию, для истории средств коммуникации и информации беспрецедентна. Прошло 38 лет, прежде чем американское радио завоевало аудиторию в 50 млн. человек. Телевидение прошло этот же путь за 14 лет. Интернету понадобилось только 4 года, чтобы число его пользователей в США достигло этого же количества в 50 млн. человек» [1].

Подобные процессы можно проследить и в региональных СМИ.

К примеру, государственная телевизионная и радиовещательная компания «Тамбов» — одна из крупнейших в нашем регионе телерадиокомпаний с охватом аудитории около 86% жителей Тамбовского региона.

Итак, стоит сразу отметить, что компания активно развивалась и подвергалась дигитализации на всех этапах своего существования. Изначально телерадиокомпания транслировала только радиопередачи. Первый радиоэфир состоялся в 1937 года. Но прогресс не стоит на месте, и спустя 55 лет на голубые экраны жителей Тамбова был выпущен первый телевизионный эфир. Телерадиокомпания стала более мультимедийная: видеоряд новостных сюжетов привлекал все больше зрителей, увеличивая при этом популярность массмедиа [2].

С развитием Интернет-технологий телерадиокомпания, последовавшая всеобщим тенденциям, в 2009 году открыла доступ к официальному сайту www.VestiTambov.ru, куда стала дублировать мультимедийные репортажи. Теперь жители, не успевшие посмотреть свежий выпуск новостей по телевизору, с легкостью могут зайти на сайт компании и ознакомиться с интересующими их сюжетами. Этот шаг значительно увеличил аудиторию ГТРК «Тамбов».

На сегодняшний день помимо официального сайта компания дублирует свои новости в социальных сетях. Причем для охвата большего количества пользователей всех возрастов ГТРК «Тамбов» использует профили в различных соцсетях с отличающейся аудиторией.

Сравнительный анализ количества подписчиков у групп ГТРК «Тамбов» на разного рода Интернет-ресурсах:

Название ресурса	Электронный адрес	Численность
Группа в ВКонтакте	https://vk.com/vestitambov	1503 чел
Официальный сайт (посетителей в день. данные Яндекс.Метрика на 02.11.2017)	http://www.vestitambov.ru	6720 чел
Страница в Одноклассники.ру	https://ok.ru/gtrktambov	6319 чел
Страница в Твиттере	https://twitter.com/@vestitambov	922 чел
Страница на Фейсбуке	https://www.facebook.com/vestitambov.ru	561 чел

По результатам этого исследования можно отметить, что телерадиовещательная компания имеет высокую популярность среди пользователей всемирной паутины, особенно в социальных сетях. Но это еще не значит, что телеканалу можно отказаться от традиционного вещания и полностью перейти в Интернет-пространство. Не стоит забывать, что аудитория телевидения очень требовательная: если люди средних лет и молодёжь предпочитают новости в Интернете, то население старшего возраста остается консервативным и выбирает просмотр телевизора.

Но вместе с этим не будем забывать, что на сегодняшний день популярность регионального телеканала в сети Интернет очень важна. Дело в том, что большая часть прямых потребителей информации потеряли возможность смотреть региональные телеканалы в виду отсутствия аналоговых антенн. Современный городской житель имеет спутниковое или кабельное телевидение, которое не транслирует местные телеканалы.

Подводя итог нашего исследования, можно сделать вывод, что ГТРК «Тамбов» следует современным тенденциям, что позволяет ей сохранять свои лидерские позиции в рейтинге СМИ региона, грамотно балансируя среди предпочтений своей аудитории.

И это правильно, ведь сегодня телевидению необходимо развиваться, чтобы не потерять доминирующие позиции, которые оно заняло в середине 20-го века. Перед производителем ТВ-контента остро стоит вопрос поиска оптимальных форм эволюционирования телевидения, отвечающих запросам потребителей вне зависимости от их возраста, предпочтений и технологических возможностей. А протекающие в настоящее время процессы – дигитализации и конвергенции – делают это развитие реальным, так как позволяют создавать новый мультимедийный контент одновременно на разных технологических платформах.

Список литературы

1. *Вартанова Е.Л.* К чему ведет конвергенция СМИ? [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32>. – Дата обращения: 13.11.2017. – Загл. с экрана.

2. *Хлызова А.А.* Телевидение в условиях конвергенции СМИ на современном этапе [Электронный ресурс] Режим доступа: URL:<https://cyberleninka.ru/article/v/televidenie-v-usloviyah-konvergensii-smi-na-sovremennom-etape>