

**Культурно-просветительские телеканалы: опыт взаимодействия с новыми технологическими платформами на примере "Россия-К"**

**Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна**

*Артес Алина Сергеевна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

*E-mail: alina-artes@mail.ru*

Культурно-просветительская тематика всегда занимала особое место в общей структуре масс-медиа. Сама тяга к просвещению имеет глубокие исторические корни. Еще в до-телевизионную эру, люди стремились делиться прекрасным, наполняя жизнь искусством и красотой. И с точки зрения аудитории, и с точки зрения контента, и с точки зрения значения, культурно-просветительские медиа сильно отличаются от остального пространства.

XXI век диктует новые вызовы. Помимо традиционного вещания, телевидение использует новые электронные платформы, которые позволяют рассказать о культурных событиях иначе. Целью данного исследования является анализ особенностей освещения культурных событий на новых конвергентных площадях, а также анализ эффектов, возникающих на основе мультимедийных материалов культурно-просветительской тематики.

В актуальности данного исследования сомневаться не приходится. Все чаще новые платформы помогают составить полную картинку миру, а также служат полем для дискуссии. Взаимодействие с технологическими платформами - не прихоть, а необходимость, позволяющая сформировать качественно новую повестку дня и дать возможность для обратной связи. Учитывая всеобъемлющую популярность Интернета, этот вопрос стоит изучить особенно тщательно.

Чтобы доказать научную состоятельность своей гипотезы, было решено провести небольшое исследование. В течение недели (с 20 по 26 ноября) были проанализированы мультимедийные материалы, вышедшие на базе телеканала "Россия-К". Учитывалась и работа с социальными сетями, и наполнение сайта.

Особый акцент был сделан на обсуждениях, которые родились в ходе обсуждения той или иной новости. Благодаря хэштегам, лайкам и репостам удалось отследить не только, как новости публиковались, но и то, какие эффекты они рождали у аудитории Интернета.

Освещение культурных событий на новых платформах было оценено по следующим параметрам: разнообразие мультимедийных форм, выбор тем, интерактивные возможности, реакция аудитории.

Выводы, полученные в результате исследования, таковы: российские СМИ культурно-просветительской направленности используют диджитал-возможности не полностью. Сайт практически лишен интерактивной составляющей и носит скорее презентационный характер.

Что касается социальных сетей, здесь также необходимо было провести серьезную работу. Зачастую администраторы страниц не отвечали на вопросы аудитории, кроме того, сам процесс публикации постов в анализируемый период времени носил скорее стихийный, нежели систематический характер.

Кроме того, в рамках исследования было записано два экспертных интервью с представителями канала. Одно из них с начальником интернет-управления Натальей Валерьевной Полежаевой, второе - с ее заместителем Игорем Дмитриевичем Шагиным. Эти интервью

во многом объясняли политику канала, относительно продвижения своего контента на просторах сети.

Было отмечено, что серьезная работа в интернет-пространстве велась лишь с марта 2017 года (тогда был организован полный ребрендинг телеканала), а значит, телеканал "Россия-К" присутствует в Интернет-плоскости относительно небольшой временной промежуток.

Несмотря на это, публикации в Интернете рождали немалый зрительский отклик. В социальных сетях шло активное обсуждение материалов, опубликованных на платформах "России-К", а значит, рождалось новое информационное поле, которое функционировало уже отдельно от непосредственной работы телеканала с диджитал-платформами.

Так, одной из самых обсуждаемых тем стала кончина Дмитрия Хворостовского. Это событие нашло свое отражение и на сайте канала, и во всех социальных сетях.

Также зрители обсуждали выход фильма "Легенда о Коловрате" и сериала "Анна Каренина". Эти события в значительной мере всколыхнули информационное поле российских медиа.

Таким образом, исследование помогло очертить контуры взаимодействия культурно-просветительских телеканалов с новыми платформами, наметить проблемы и поставить новые задачи.

### Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. О современных медиа и журналистике. – М., 2015.
- 2) Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. Вып. 5-6. С. 37-39.
- 3) Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010.
- 4) Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие. // М.М. Макаров, Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000.
- 5) Лассуэл Г. Коммуникативный процесс и его структуры // Современные проблемы социальной коммуникации. СПб., 1996.
- 6) Лукина М.М. Интернет СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2010.
- 7) Manovich L. The Language of New Media. – Cambridge, 2001.