

## Особенности адаптации детского ТВ-канала к распространению в сети Интернет

Научный руководитель – Артамонова Инесса Михайловна

*Левкович Валерия Александровна*

*Выпускник (магистр)*

Донецкий национальный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Украина  
*E-mail: levkovi4\_valeria13@mail.ru*

Цифровизация населения приводит к снижению возрастного порога пользователей, медиасфера начинает своё влияние на человека с рождения. Детство — время становления личности, а массовая коммуникация одно из средств этого становления. Особенно воздействует контентная наполненность программ.

**Актуальность исследования.** В современных резко изменяющихся политических и социально-экономических условиях детские телеканалы расширяют границы вещания и переходят в интернет, что может как положительно, так и отрицательно воздействовать на ребёнка. Следует разобраться в характере интерактивного взаимодействия редакции детского ТВ-проекта со своей аудиторией.

**Цель** нашей работы: выявить правила адаптации телеконтента к распространению в интернете, определить эффективные методики продвижения.

**Объект** исследования — на примере сайта телеканала «Карусель».

**Предмет** — условия продвижения и распространения информации в интернете ведущим детским российским каналом.

Традиционная система СМИ наряду со всеми разновидностями интернет-изданий (интернет-газета, интернет-журнал, интернет-портал и другие производные) дополняется интернет-радио и интернет-телевидением.

Интернет-вещание делится на три группы:

- сайты телеканалов, дублирующие вещание канала в пространство интернет;
- сайты, производящие оригинальный контент для сети;
- смешанное вещание, совмещающее версионное и оригинальное.

Опираясь на работу Ю. Денисовой [3], проанализируем как продвигает свой сайт в сети интернет канал «Карусель».

Исходя из опроса, представленного автором [2], пользователи ждут:

- обратной связи 49%
- новости от компании или программы 41%
- участия в конкурсах 35%

В свою очередь не хотят видеть в группах и сообществах:

- чрезмерное количество новостей 47%
- агрессивную рекламу 36%
- использование личной информации 27%.

Можно выделить 6 основных целей, которые ставит перед собой канал, создавая страницу в соц. сети: трафик на сайт, рост подписной базы, донесение новостей до целевой аудитории (PR); площадка для общения с целевой аудиторией; улучшение узнаваемости, доверия; привлечение волонтеров.

Для привлечения внимания медиа прибегают к загрузке уникального контента в тематике и стилистике общения на площадке, использованию тайминга и с регулярностью обновляют публикации. Частота постов должна быть ежедневно нормированной, чтобы

не перегружать аудиторию. Помимо оригинального наполнения следует отвести место для контент-стратегии. Сюда относятся вовлекающие опросы и конкурсы, развлекательные мемы и цитаты, познавательные факты и статьи.

Телеканал «Карусель» — платформа, основанная на базе слияния каналов «Бибигон» и «ТелеНяня». Канал позиционирует себя как «яркий калейдоскоп из лучших образовательных и развлекательных шоу, любимых анимационных сериалов и мультфильмов, веселых игровых проектов»[1]. Проекты призваны расширить кругозор, с помощью игры развить творческие способности.

Каждый детский возрастной этап обуславливается своими особенностями. Чтобы достичь успеха у той или иной аудитории, нужно знать основные тенденции её развития.

Основу эфира (около 60 %) составляют познавательные и развлекательные программы собственного производства, остальное — российские и зарубежные художественные и анимационные фильмы.

Первое, что видит пользователь, заходя на сайт канала «Карусель» в интернете, рекламу рейтинговых передач («Король караоке»), («Бум!Шоу»), («Детский КВН»).

Затем на главной странице появляется «Рекомендуемое». Сюда относятся проекты, которые являются лучшими, по мнению администраторов сайта. Далее пользователь переходит к доступу в архив видео, можно выбрать интересующий выпуск, поделиться им в социальной сети (представлены «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир» и «Facebook»). Рядом находится кнопка «Плейлист», то есть это позволяет создать свою собственную программу передач в комфортной последовательности.

Затем открываем пункт «Игры». В этом разделе ребёнок выбирает игру (они выделены по специфике: головоломки, развлекательные, развивающие, пазлы, соедини точки, игры по брендам; по популярности, по новизне). В каталоге игры классифицируются по алфавиту, популярности, новизне, возрасту, по типу игры, а также есть фильтр по названию для удобного поиска. Пока что здесь помещено 130 вариаций игр, но модераторы развивают и улучшают его, каждый день придумывая что-то новое, не давая публике уйти или потерять интерес к производимому продукту.

После игр пользователь видит новости канала и сайта. Здесь размещается информация о начале кастинга на передачу, о приёме заявок на «Детское Евровидение», успехи вещательного аппарата (например, канал начинает вещание в формате 16:9) или достижения проекта (шоу «Лабораториум» стало финалистом премии «За верность науке»).

На сайте можно создать свой аккаунт, что даёт преимущество в играх (незарегистрированные пользователи не могут сохранить свой прогресс в результатах). Функция уведомления об эфире определённого контента позволяет играть в игры и не бояться пропустить передачу из-за азарта. Однако этот элемент тоже является привилегией людей, зарегистрированных на сайте телеканала «Карусель». Для спешащих людей есть поиск (кнопка в виде лупы) в начале главной страницы.

Интернет и телевидение находятся сегодня в ожесточенной борьбе за реципиента. Однако телеканал «Карусель» видит в пространстве интернет возможность для интерактива со зрителем. Анализ сайта доказывает, что рубрикатор и расширенные опции способствуют дополнительному общению с аудиторией, при этом контент телеканала не выходит на интернет-платформу.

## Источники и литература

- 1) Канал "Карусель": <https://www.karusel-tv.ru/>
- 2) Ю. Денисова «Контентная стратегия в социальных сетях. Базовый уровень»: материалы встречи: [https://issuu.com/teplitsa\\_st/docs/\\_\\_\\_\\_\\_c14ff2cd222de9](https://issuu.com/teplitsa_st/docs/_____c14ff2cd222de9)

- 3) Презентация Юлии Денисовой «Ошибки при работе с социальными сетями»: [https://issuu.com/teplitsa\\_st/docs/0b7gxqgcviimenulpmk1twi12uek/15](https://issuu.com/teplitsa_st/docs/0b7gxqgcviimenulpmk1twi12uek/15)