

Кроссмедийное взаимодействие видеоблогов и традиционных телеканалов (на примере пермского трэвел-проекта «Доступный Урал»)

Научный руководитель – Власова Елена Георгиевна

Пащенко Надежда Андреевна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Филологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: nady-pashhenko@yandex.ru

Одной из самых заметных тенденций современной журналистики является кроссмедийный характер размещения контента. Кроссмедийность подразумевает под собой работу СМИ на нескольких площадках одновременно. При этом важно, чтобы контент был увлекательным и релевантным каналу его трансляции.

Нередким сценарием появления такого кроссмедийного контента сегодня становится совместная работа онлайн и оффлайн-медиа. В России преимущества такого подхода стали ясны еще десять лет назад, когда газета «Комсомольская правда» объявила о сотрудничестве с видеохостингом Rutube [6]. Журналисты издания берут с собой видеокамеры, отправляясь на любое редакционное задание, будь то интервью со звездой шоу-бизнеса или репортаж на социальную тему. Подобная модель позволяет при минимальных затратах существенно увеличить объем редакционного контента, открыть новые каналы его распространения, расширить аудиторию издания.

Старейший российский журнал «Вокруг света», издающийся с 1860 года, чей средний тираж составляет 200 000 экземпляров, теперь активно развивается на собственном сайте, разрабатывая интерактивные карты и маршруты виртуальных путешествий [3].

Возможен и обратный вариант конвергенции: представители блогосферы начинают работать на ТВ. Так ведущей популярной русскоязычной программы о путешествиях «Орел и Решка» стала Настя Ивлеева, блогер из Instagram, которая начинала свою деятельность с юмористических видеороликов.

Предметом нашего изучения служит пермская трэвел-программа «Доступный Урал» [7], история которой началась в 2015 году, когда ее авторы снимали визитки для сайта на английском языке о местах, которые интересно посетить, и параллельно захотели снять пробное видео уже на русском. Итоговый материал загрузили на YouTube, где он получил много положительных отзывов. Летом 2015 года появилась вторая площадка проекта - группа ВКонтакте [8]. Через год поступило предложение о сотрудничестве с пермским телеканалом «Ветта», и канал выкупил часть видеороликов.

Поскольку проект возник в пространстве блогосферы и был сориентирован на видеоформаты интернет-коммуникации, особенности визуального ряда соответствовали запросам площадки. Программа выходит на YouTube с 2015 года примерно 1-2 раза в месяц. В первом сезоне снимались короткие двухминутные видео. Потом их продолжительность варьировалась от 2 до 17 минут.

В создании видеороликов участвуют двое - ведущий и оператор. Вместе они путешествуют по разным местам Уральского региона, продвигая их с точки зрения туристической привлекательности. Этот рассказ строится как живой диалог со зрителем, он не перегружен краеведческой информацией, которая чаще всего подается в формате аттрактивных историй (легенды, значимые события и знаменитые люди) и содержит рекомендации по

организации бюджетного путешествия. В основе обзора лежит задача показать туристические места региона с точки зрения обычного человека и доказать, что внутренние путешествия могут быть не только доступными, но и увлекательными.

В период сотрудничества с ТК «ВЕТТА» визуальный стиль программы развивался в соответствии с форматом телевизионной площадки. Следуя телевизионным требованиям, средний хронометраж стабилизировался на уровне 8 минут. Приемы съемки стали более разнообразными: появилась запись с воздуха, качество видеотехники заметно возросло, во многом благодаря увеличившемуся доходу проекта. В программе стали прослеживаться типично журналистские черты: так в выпуске «Экологический сплав» ведущий Василий Вавилов ведет репортаж с события и берет интервью у участников [9]. Структура видеороликов также сместилась в сторону телевизионного формата.

Представляется, что приглашение проекта «Доступный Урал» на ТВ соответствует основным тенденциям развития современного телевизионного контента: телеканалы пересматривают подходы в работе, учитывая общие изменения визуального восприятия, связанные с быстрым развитием визуальных технологий и особенностями интернет-коммуникации. Отметим также, что вариант кроссмедийного взаимодействия с социальными сетями оказывается экономически выгодным для региональных телеканалов, бюджеты которых не позволяют формировать множество площадок своего интернет-представительства и тем более оригинальный контент для них. Все это говорит о перспективности представленного опыта взаимодействия новых и традиционных медиа в процессе производства и распространения журналистского контента.

Источники и литература

- 1) Пашенко Н.А. Интервью с В.Вавиловым. 4 апреля 2018 // Кроссмедийность в трэвел-журналистике (на примере программы ТК Ветта «Доступный Урал». ПГНИУ, Пермь. 2018. С. 26-33.
- 2) Удовикова О. Современные глянцевые медиапроекты: новые требования и возможности // Молодой ученый. — 2017. — №6. — с. 497-498
- 3) ВВО «Русское географическое общество», Экологическая карта России, 2013-2014, URL: <http://map.vokrugsveta.ru/> Дата обращения: 20.01.2019
- 4) Запускалов А. Успех кроссмедийных проектов: пример Red Quest // Cossa, 11.01.2012, URL: <https://www.cossa.ru/216/9977/> (дата обращения: 20.01.2019)
- 5) Робинсон Н. Что такое Новые Медиа // Rocket Center, 22.11.2013, URL: <http://rocket-center.ru/blog/Media/51/CHto-takoe-Novye-Media.html> (дата обращения: 12.01.2019)
- 6) В «Комсомольской Правде» мультимедийная журналистика // <http://www.commcen.ru> URL: http://www.commcen.ru/press/articles/2009_06_27_02.html (дата обращения: 23.01.2019).
- 7) Канал на YouTube «Доступный Урал» // URL: https://www.youtube.com/channel/UCPe_Du641_D4YbkuVahocag/ (дата обращения: 23.01.2019)
- 8) Сообщество ВКонтакте «Доступный Урал» // URL: <https://vk.com/dostupnyiural/> (дата обращения: 23.01.2019)
- 9) Экологический сплав по реке Гайва // vetta.tv URL: <https://vetta.tv/telecasts/dostupnyu-ural/ekologicheskij-splav/> (дата обращения: 23.01.2019).