

Шурко И. И.
Телеканал БелКТВ

ДЕТСКИЙ КОНТЕНТ В ГИПЕРЛОКАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ФАКТОР БЛАГОПОЛУЧИЯ АУДИТОРИИ

Аннотация. В работе описывается роль детского контента гиперлокальных медиа в повышении уровня благополучия человека. Интенсивная цифровизация медиа и транзитивность социальных процессов обращает внимание людей разного возраста на репрезентацию ближайшего окружения в СМИ как на фактор психологической устойчивости. Автор анализирует опыт телеканала БелКТВ города Заречный Свердловской области, где с 2021 г. реализуется проект, ориентированный на младшую аудиторию. Его участники изучают технологию работы журналиста в рамках медиаобразования, готовят к публикации тематические телепрограммы. Данный опыт, получивший признание зрителей, предлагается распространить на другие аудиовизуальные медиа Урала.

Ключевые слова: гиперлокальные медиа, детское телевидение, медиаобразование, аудитория, благополучие человека

Shurko I. I.

CHILDREN'S CONTENT IN HYPERLOCAL MEDIA AS A FACTOR OF AUDIENCE WELFARE

Abstract. The paper describes the role of children's hyperlocal media content in increasing the level of human welfare. Intensive digitalization of media and transitivity of social processes draws the attention of people

of different ages to the representation of the immediate environment in the media as a factor of psychological stability. The author analyzes the experience of the BelKTV TV channel in the city of Zarechny, Sverdlovsk region, where a project aimed at a younger audience has been implemented since 2021. Its participants study the technology of a journalist's work within the framework of media education; prepare thematic TV programs for publication. This experience, which has been recognized by the audience, is proposed to be extended to other audiovisual media of the Urals.

Keywords: hyperlocal media, children's television, media education, audience, human welfare

Цифровая трансформация медиа, усилившаяся в третьем десятилетии XXI в., продолжает формировать круг научно-практических проблем, требующих внимания профессионального сообщества. Одна из них — благополучие человека в ситуации перманентных перемен. Транзитивность современного мира или, иными словами, его «изменчивость, вариативность и неопределенность» [3, с. 32] обуславливает потребность в создании психологически комфортных условий восприятия контента.

В последних работах, посвященных этой теме, исследователи указывают на необходимость «поиска инструментария, при посредстве которого можно реализовать функцию установления диалоговых отношений с представителями различных подгрупп массовой аудитории» [4, с. 396]. То есть на современном этапе для медиа сохраняется актуальность сегментации зрителей или читателей по различным основаниям: полу, возрасту, увлечениям и т. д.

Возрастной аспект, безусловно, учитывается при дроблении аудитории, но в то же время крупнейшие аудиовизуальные медиа России — федеральные телеканалы — в большинстве своем «не привлекают и не транслируют детский контент», что способно привести к потере маленьких зрителей, так как «для них эти телеканалы не будут

главным источником информации» [1, с. 139]. Сегодня практически все подобные программы эфирного телевидения для детей сосредоточены на телеканале «Карусель», но, впрочем, и они не учитывают региональной и локальной специфики аудитории, работают для детей в наиболее общем понимании этого слова.

Заполнить пустующую нишу могут гиперлокальные медиа, освещающие жизнь малых городов и поселков. Так, местные телеканалы географически близки для человека, в аудиовизуальном формате представляют наиболее стабильное для него окружение, при этом часто в контексте событий общегосударственного и мирового масштаба. Синтез «близкого» и «далекого», обеспечиваемый вовлеченностью гиперлокальных медиа в сетевые процессы, на наш взгляд, может быть привлекателен для детской аудитории. Примеры такого взаимодействия мы видим в гиперлокальных медиа городов-спутников атомных электростанций.

Редакция телеканала БелКТВ, расположенного в городе Заречный Свердловской области (город-спутник Белоярской АЭС), в 2021 г. запустила детский телевизионный проект «Бельчата ТВ». По словам организаторов, с которыми мы провели интервью, в рамках инициативы реализуются две задачи: повышение медиаграмотности участников и производство собственного телевизионного контента, ориентированного на зрителей младшего возраста. Дети, отобранные для участия в проекте через кастинг, осваивают теорию и практику работы журналиста на мастер-классах, параллельно готовя к выходу в свет тематические программы (про государственные праздники, общение со сверстниками, эксперименты, отдых и досуг), репортажи и интервью под руководством наставников. Следовательно, перед нами полноценное медиаобразование в масштабах гиперлокального медиа.

Анализ основного для БелКТВ информационного ресурса, общества в социальной сети «ВКонтакте» (Белка ТВ/FM. URL: <https://vk.com/belkatvzar> (дата обращения: 27.02.2023)), показал, что за два года

существования проекта наибольший отклик зрителей получили три выпуска: репортаж «Поездка по Белоярскому водохранилищу на речном трамвайчике» (2022. 21 июля. 196 лайков, 11156 просмотров), интервью с певцом Олегом Газмановым (2022. 04 мая. 180 лайков, 6962 просмотра), интервью с актерами театра и кино Владиславом Котлярским и Анной Здор (2023. 20 янв. 139 лайков, 9350 просмотров). В среднем по данным за 2022 – 2023 г. выпуски проекта «Бельчата ТВ» собирали 66 лайков и 4679 просмотров. Для сравнения: по аналогичным показателям для программы «Новости» это 2962 просмотра и 13 лайков, а для разговорной программы «Диалоги в городе» — 4117 просмотров и 32 лайка. То есть мы имеем право говорить о том, что аудитория БелКТВ активно просматривает выпуски проекта, который благодаря этому выделяется на фоне других медиапродуктов.

Таким образом, можно сделать вывод, что материалы, производимые детьми для детей, в условиях данного гиперлокального медиа демонстрируют состоятельность, пользуются спросом среди зрителей. Но что еще более важно — местный телеканал становится площадкой для развития социальных навыков, в том числе и медиаграмотности, через проект «Бельчата ТВ» он реализует просветительскую функцию детского телевизионного контента, стремится «заинтересовать зрителя, пробудить стремление узнать что-то новое» [2, с. 151]. Данная практика, по нашему вниманию, заслуживает внимания телередакций, поскольку опыт журналистов Заречного может быть успешно перенесен на другие местные аудиовизуальные медиа Урала, что будет способствовать повышению уровня психологического благополучия населения.

Литература

1. Акопян А. Р. Исследование влияния факторов на контент российских федеральных каналов в условиях цифровизации / А. Р. Акопян, А. М. Аракелян, Ю. В. Воронцова, В. В. Крысов // Вестник университета. — 2021. — № 1. — С. 134–141.

2. Губарь Д.В. Функциональный аспект создания телевизионного контента для детской аудитории / Д.В. Губарь // Журналистика в 2022 г.: творчество, профессия, индустрия. — Москва: Факультет журналистики МГУ, 2023. — С. 150–151.

3. Марцинковская Т.Д. Переживание кризиса транзитивности в реальном и виртуальном пространствах: личностный и социальный контекст / Т.Д. Марцинковская // Вестник РГГУ. Сер.: Психология. Педагогика. Образование. — 2022. — №4. — С. 30–40.

4. Олешко, /В.Ф. Психологическое благополучие аудитории массмедиа как научно-практическая проблема / В.Ф. Олешко // Журналистика в 2022 г.: творчество, профессия, индустрия. — Москва: Факультет журналистики МГУ, 2023. — С. 396–397.