

Секция «Журналистика»

Департамент по взаимодействию с новыми медиа как структурная единица телеканала

Кеменов Алексей Игоревич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,
Москва, Россия

E-mail: alexey.kemenov@gmail.com

Конвергентные процессы на телевидении - это глобальный **тренд**, очевидный как для профессионалов отрасли, так и для рядовых потребителей контента. Катализированный взрывным ростом таких показателей, как сетевая активность целевой аудитории телевидения, он буквально демонстрирует менеджменту телеканалов, что без пересмотра стратегии коммуникации с аудиторией (даже потенциальной) в трансформирующемся информационном пространстве падение рейтинговых и долевых показателей телесмотрения **неизбежно**.

При этом эффективная стратегия наряду с профессиональным использованием инструментария, предлагаемого новыми медиа, могут дать обратный эффект, обеспечив заметный рост аудитории, что, в свою очередь, благоприятно скажется на финансовых показателях медиа.

Создание департамента новых медиа, отвечающего за активность канала в глобальном пространстве, есть очевидный **начальный этап** на пути к обеспечению комплексного присутствия телеканала на новых цифровых коммуникационных платформах.

Будучи **структурным элементом** телеканала, департамент новых медиа часто состоит из специалистов, ранее не взаимодействовавших с ТВ профессионально. Наряду с управленческим ядром внутри департамента, отвечающим за общий контроль активности и формирование/соблюдение стратегии, департамент состоит из SMM-менеджмента, специалистов по рекламе и форматированию аудиовизуального контента, а также профессиональных модераторов комьюнити.

Департаменты новых медиа - сравнительно **новое** для российского телевидения **явление**, но очевидно, что уже в ближайшем будущем у медиаисследователей появится множество материала, на основании обработки которого станет ясно, какая локальная стратегия по взаимодействию с аудиторией посредством новых цифровых платформ оказалась **наиболее эффективной** в России.

Литература

1. Варганова Е. Л. К чему ведет конвергенция в СМИ. Аспект-Пресс, М., 1999. С 12;
2. Gillian J. Television and New Media: Must-Click TV. Penguin. 2012.
3. Kellison B. Producing for TV and New Media: A Real-World Approach for Producers. Paperback. 2005
4. Manovich L. The Language of New Media. MIT Press. 2011.

Конференция «Ломоносов 2013»

Слова благодарности

Автор благодарит Малькову Л.Ю., Раскина А.В. и Перипечину Г.В. за помощь и всестороннюю поддержку.