Анастасия Андреевна Максим

Санкт-Петербургский государственный университет

[a.maksim@spbu.ru](mailto:a.maksim@spbu.ru)

**Особенности авторских передач на телеканалах Ленинградской области**

На примере авторских передач локальных медиа Ленинградской области рассматриваются особенности творческого процесса, с которым сталкиваются сегодня небольшие редакции. Устанавливается, что на работу журналистов влияют, с одной стороны, запрос местной аудитории на локальные новости, с другой – выход на более широкого зрителя с помощью интернет-ресурсов.

Ключевые слова:телевидение, эстетика, образ, локальные медиа, социальные сети.

Ещё некоторое время назад локальные медиа в меньшей степени привлекали внимание исследователей из-за ограниченной территории распространения и, соответственно, узкой тематической палитры. Хотя местные СМИ могут иметь большое значение в формировании локальной идентичности, способствовать общественной и экономической активности аудитории. С выходом редакций в интернет и социальные сети понятие локальности стало размываться, и события отдалённых городов могут привлекать внимание широкой аудитории, формировать образ места и жителей. Наибольшее воздействие в такой ситуации оказывает аудиовизуальная форма подачи материала в силу максимального использования выразительных средств: текстовых, звуковых, визуальных. Поэтому локальные телеканалы с помощью интернет-ресурсов становятся визитной карточкой своего города.

В Ленинградской области в настоящее время функционирует около 20 редакций радио и ТВ. Некоторые из них за последние годы полностью переместились в сетевое пространство.

Представляется, что наибольшим интересом для сторонней аудитории на локальных каналах могут пользоваться авторские передачи. Их особенность – ярко выраженная персонификация, взгляд на место, тему, событие глазами конкретного журналиста, эмоциональная привязка к автору. У общества есть запрос на авторскую информацию, когда мы получаем не обезличенную сухую информацию, а видим, какой конкретно человек стоит за сообщением.

На основе проведённого анализа авторских программ на телеканалах Ленинградской области можно выделить несколько особенностей в подготовке материала. Прежде всего, это тематическое своеобразие проектов. Программы, вышедшие за последние 5 лет, можно разделить на три тематические группы, которые иногда могут комбинироваться внутри одной передачи:

1. историко-краеведческие (в них отдельно выделяются программы, посвящённые Великой Отечественной войне), которые работают на туристический потенциал района;

2. событийно-бытовые, отражающие актуальные социальные и бытовые вопросы;

3. портретные, которые знакомят с интересными жителями городов и районов.

На примере локальных СМИ можно выделить два уровня взаимодействия аудитории и журналиста. Во-первых, это отношения автора с местными зрителями, которые являются приоритетными. На этом уровне доверие и эмоциональная связь может быть сильнее, так как журналист – это «человек-сосед», которого можно встретить на улицах. Во-вторых, человек в кадре становится для нелокального зрителя проводником и может выступать как в сугубо экспертном качестве, так и формировать за счёт особенностей своего поведения образ местного жителя в целом.

Также необходимо отметить особенности визуальной составляющей передачи. В связи с ограниченным финансированием локальных редакций авторские проекты не могут рассчитывать на большие бюджеты, что накладывает отпечаток на способы и технику съёмок. При этом авторы заинтересованы в качественной картинке для того, чтобы выйти за рамки локального зрителя с помощью интернет-ресурсов. Кроме того, авторам проектов приходится балансировать между традиционной телевизионной эстетикой, которая более близка местной аудитории, и визуальной эстетикой новых медиа, с помощью которых редакции привлекают молодых зрителей.

Таким образом, можно отметить, что авторские программы на локальных телеканалах имеют хороший потенциал продвижения контента редакций в интернет-среде. Такие проекты служат также формированию имиджа региона и конкретных городов. Кроме того, многозадачность проектов с точки зрения выразительных средств и аудитории является хорошим творческим стимулом для журналистов в их профессиональном росте.