

УДК 070: 654.1: 81'42  
DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-109-121

## **Контент сайтов телевизионных каналов культурно-просветительской тематики: опыт «России К» и ARTE**

**А. С. Артеc**

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

### *Аннотация*

Представлены результаты исследования, которое проводилось в 2019 г. и ставило своей задачей выявление технологических особенностей работы порталов телеканалов «Россия К» и ARTE. Были проанализированы количество и качество вышедших материалов, характер контента, тематическое и жанровое своеобразие. Автор приходит к выводу, что на сегодняшний день интернет-версии каналов имеют собственное лицо, но неразрывно связаны со своими телевизионными аналогами. В 2021 г. сайт телеканала «Россия К» вошел в общую экосистему холдинга ВГТРК и стал частью платформы «Смотрим». А сайт телеканала ARTE продолжил существование в старом варианте как независимое издание. В связи с этим важно проследить эволюцию платформ и увидеть, какой путь каждое из перечисленных медиа проделало за два года.

### *Ключевые слова*

контент, онлайн, медиапотребление, Интернет, телевидение, сайт, «Россия К», ARTE

### *Для цитирования*

*Артеc А. С. Контент сайтов телевизионных каналов культурно-просветительской тематики: опыт «России К» и ARTE // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 109–121. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-109-121*

## **Sites of Television Channels of Cultural and Educational Topics: Experience of “Russia K” and ARTE**

**A. S. Artes**

*Lomonosov Moscow State University  
Moscow, Russian Federation*

### *Abstract*

The article presents the outcomes of studying the transformation of audiovisual content in a new technological environment, which is one of the stages of the research project conducted by the Department of Television and Radio Broadcasting of the Journalism Department of Lomonosov Moscow State University. This stage held in July 2019 aims to identify the technological features of the work of the cultural and educational TV channel portals – “Russia K” (domestic channel) and ARTE (French-German channel). Both “Russia K” and ARTE are important media players that have been setting trends in their field for more than 10 years. The reason for comparing these channels was their thematic focus and a certain similarity of projects. The TV channel “Russia K” is the only non-for-profit channel dedicated to the cultural and educational topics in R SMAI, and ARTE TV channel is one of the most popular media specialized in this subject in Europe. During this stage the total amount of analyzed materials is 251 (145 publications on the “Russia K” and 106 on ARTE websites).

The analysis of materials published on the Internet is based on following criteria: the number of materials, the nature of the content (broadcast / special), thematic and genre. The analysis of the amount of materials enables tracing the

© A. С. Артеc, 2021

frequency of publication of new articles; data on the nature of the content helps to conclude which materials on the sites are more – on-air or special. Defining thematic and genre originality provides a complete picture of the content being posted.

The author concludes that nowadays the Internet versions of the channels have their own faces but are inseparably bound with their television counterparts. The website of the TV channel “Russia K” is a vibrant media with recognizable style and creative presentation. However, in order to strengthen its position, the editors of the site should increase the number of copyright off-air materials and use new interactive genres (tests, quizzes, etc.).

The site of the ARTE channel fits into the modern digital space while maintaining the classic presentation. Since most ARTE channel programs are timeless, they correlate very well with the consumer nature of the Internet and the need for educational content. Documentary films – the most common form of ARTE channel programs is in great demand by the audience in the digital environment that wants to quickly learn something important in a simple, vivid and understandable form.

The difference between the on-air and non-air versions is largely exaggerated, because sites and channels do not compete with each other but are adjacent and complement each other. Websites enable access to the channel’s content anytime, anywhere, by selecting the desired program. Sites act not only as electronic repositories but also as individual units in the media world providing unique information.

*Keywords*

content, online, media consumption, Internet, television, website, Russia K, ARTE

*For citation*

Artes A. S. Sites of Television Channels of Cultural and Educational Topics: Experience of “Russia K” and ARTE. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism, p. 109–121. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-109-121

### Актуальность исследования

По данным Mediascope, аудитория Рунета в 2019 г. достигла 75 % населения страны (93 млн человек), за последние три года она выросла на 7 % – в основном за счет потребления через мобильные устройства и прирост пользователей старшего возраста. По данным за сентябрь 2018 – февраль 2019 г., хотя бы раз в месяц пользовались Интернетом 76 % населения страны в возрасте от 12 лет<sup>1</sup>. В Германии пользователями Интернета являются 89,6 % населения страны (72 млн человек). Во Франции 86,8 % населения страны – пользователи Интернета (56 млн человек)<sup>2</sup>.

В 2019 г. Россия полностью перешла от аналогового к цифровому эфирному телевидению. Возможность бесплатно принимать 20 обязательных общедоступных телеканалов и 3 радиостанции получили 100 % жителей России, из них 98,4 % населения России – посредством цифрового эфирного телевидения, 1,6 % – через спутниковое вещание<sup>3</sup>.

Хотя телевизор пока остается самым распространенным домашним экраном, Интернет и компьютерные устройства также стали неотъемлемой частью домашней повседневности в России. Домашний доступ в Интернет, по данным Mediascope, в 2019 г. имели уже почти 85 % россиян<sup>4</sup>. Растет оснащенность населения разнообразными «новыми экранами». По данным НСК, 93 % горожан имеют дома хотя бы одно компьютерное устройство. За последние 3 года доля горожан, в домах которых имеются все типы компьютерных устройств (компьютер, ноутбук, смартфон, планшет), выросла с 8 до 20 %. В молодой возрастной группе (15–34 года) телевизор и «новые экраны» доступны примерно на одном уровне – 93 % опро-

<sup>1</sup> Аудитория Рунета выросла на 7 % за три года. URL: [https://mediascope.net/news/1035826/?sphrase\\_id=192498](https://mediascope.net/news/1035826/?sphrase_id=192498) (дата обращения 01.10.2019).

<sup>2</sup> TOP 20 countries with the highest number of internet users. URL: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата обращения 01.10.2019).

<sup>3</sup> Отраслевой доклад «Телевидение в России в 2019 году. Состояние, тенденции и перспективы развития». Москва, 2020. URL: <file:///Users/lucy/Downloads/file.pdf> (дата обращения 01.10.2019).

<sup>4</sup> TV Index, установочное исследование (УИ), Россия 0+, возраст 12 // Mediascope. 2019. Февр. – апр., сент. – нояб.

шенных имеет телевизор, 89 % имеет хотя бы один «новый экран», для старшего поколения – 99 и 72 % соответственно<sup>5</sup>.

Сокращение аудитории классического линейного телевидения – глобальный тренд, с которым мировая телеиндустрия живет уже более десяти лет, и в 2021 г. этот тренд сохраняется. О массовом отказе от просмотра телевизора, точнее телевизионных программ, речи нигде не идет. Сокращается частота и продолжительность телепросмотра, меняются зрительские привычки, формируются новые способы просмотра и аудиторные практики. Развитые цифровые медиарынки прошли период интенсивного снижения линейного телепотребления и перетекания зрителей на интернет-платформы примерно 5–7 лет назад и к настоящему моменту выработали адекватные изменившейся медиасреде и практикам телепотребления решения, перестроили свою деятельность и бизнес-процессы. Главным трендом трансформации телеиндустрии сегодня является многоплатформенность: контент телеведущих распространяется, потребляется и монетизируется во всех средах доставки, на всех экранах, во всех форматах просмотра – «линейно» (live), «вслед за эфиром» (catchup), «до эфира» (catchforward) и «по запросу» (on demand). По всему миру зрители осваивают новые возможности просмотра видеоконтента, а телеведущие и сейлзхаусы работают над тем, чтобы, с одной стороны, обеспечить контролируемую систему дистрибуции, позволяющую зрителям смотреть телевизионные программы «где угодно и когда угодно», с другой – измерить и монетизировать эти просмотры. Сегодня остро стоит вопрос о создании системы многоплатформенных (4 screens) измерений аудитории, которые позволят собрать воедино рассыпавшуюся по платформам и экранам телевизионную аудиторию и предложить «кроссплатформенную валюту» рекламному рынку.

Снижение телепотребления за последние несколько лет произошло во всех возрастных группах, но в разной степени. Телевизионная активность всех молодых категорий населения (до 55 лет) снизилась заметнее, чем телесмотрение старших возрастных групп (55+). Однако в последнее время (2016–2019 гг.) даже зрители старшего возраста стали смотреть телевизор в среднем меньше на 18 мин в день. В 2019 г. практически каждый второй телезритель (48 %) был старше 55 лет, а десять лет назад – только каждый третий (35 %). Средний возраст телезрителя в 2019 г. составил 50 лет<sup>6</sup>.

### **Зрительские предпочтения: телеканалы и жанры**

На отечественном телевизионном рынке сохраняется высокий уровень конкуренции и фрагментации аудитории. Лидирующее положение на рынке аудитории уже много лет принадлежит «большой тройке» федеральных каналов («Первый канал», «Россия 1» и НТВ), на которые суммарно приходится почти треть телепотребления россиян (32 %). Вместе с крупнейшими коммерческими телесетями («Пятый канал», РЕН ТВ, СТС, ТНТ), на которые приходится четвертая часть телепотребления, эти каналы-лидеры собирают чуть более половины всей российской телеаудитории. Вторую ее половину делят между собой многочисленные тематические эфирные (входящие в цифровые пакеты) и неэфирные телеканалы, доступные в сетях операторов платного телевидения (около 240), а также местные телеведущие (на которые в сумме приходится чуть более 3 % телеаудитории).

### **Телепотребление в Интернете**

Хотя для значительной части россиян телевидение все еще означает экран в их гостиной, оно уже давно вышло за рамки телеэкранов, и термин «смотреть телевизор» теперь описыва-

<sup>5</sup> Телевидение глазами телезрителей: общенациональный репрезентативный опрос населения, проживающего в городах РФ, возраст 15+ (телефонный опрос CATI, выборка № 2000) // ИСК. 2019. Апр.

<sup>6</sup> Телепотребление снижается во всех возрастных группах. URL: <https://spsbj.ru/isledovaniya/tieliepotrieblieniie-snizha> (дата обращения 01.10.2019).

ет лишь часть феномена телевизионного потребления. Интернет и телевидение сегодня формируют единую омниканальную среду, получившую среди экспертов медиаиндустрии название «тотал видео», где телевизионный контент, как и другой видеоконтент, доступен пользователям 24/7. В Интернете телезрители сталкиваются с еще большим выбором видеоконтента, чем на традиционном линейном телевидении. В цифровой среде контент телеканалов конкурирует за зрительское внимание с другим профессиональным и пользовательским видео, представленным на многочисленных веб-сайтах и OTT-платформах.

Несмотря на большой охват сегмента непрофессионального интернет-видео, самый большой объем просматриваемого в Интернете видео формирует контент телеканалов. В 2019 г. на просмотр фильмов, телесериалов и телепередач приходилось 60 % всех просмотров в Интернете (с учетом количества смотрящих и продолжительности их просмотра). Правильно атрибутировать и измерить сегодня можно лишь малую часть таких просмотров, поскольку они расплывены по множеству платформ и экранов.

Но измерения телепотребления в Интернете пока фрагментарны – они охватывают не все платформы, не все ресурсы, не весь контент. Значительная часть просмотров телевизионного контента в цифровой среде не учитывается измерителем и, следовательно, остается неучтенной для телеканалов. Большие данные интернет-площадок плохо стыкуются с данными телевизионных измерений, поскольку используются другие методы, технологии и метрики. Кроме того, интернет-игроки склонны закрывать свои данные (walledgardens – мировой тренд, которому следуют и российские интернет-гиганты).

Сейчас телевидение и Интернет – две различные рекламные экосистемы (Ad-Ecosystem): разные методы измерений, метрики и показатели эффективности рекламы. Это ограничивает кроссмедийные рекламные компании и, следовательно, ограничивает телеканалы в получении рекламных бюджетов.

Сегодня практически каждое традиционное СМИ имеет свое представительство в Интернете – телевизионные каналы публикуют видео на платформе YouTube, радиостанции предлагают аудиоподкасты, а газеты выпускают онлайн-версии или приложения, но, в первую очередь, на своих интернет-порталах.

### Обзор литературы

Если сначала Интернет был воспринят как враждебная среда, например, в работах J. Dimmick [2003], то в дальнейшем большая часть исследователей сошлась во мнении, что Интернет, скорее, дополняет медиапространство, чем вступает с ним в конфронтацию. Подобную точку зрения можно встретить в работах Е. Л. Вартановой [2010], А. А. Амзина [2011], С. Л. Уразовой [2011], в коллективной монографии «Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016» [Амзин и др., 2016].

Значительная часть ученых изучает и вопросы медиапотребления. Так, Д. Ю. Кульчицкая, С. А. Вартанов, Д. В. Дунас, Е. А. Салихова [2019] отмечают, что сегодня процесс потребления медиа становится все более персонализированным, а В. П. Коломиец [2010] утверждает, что потребление в России имеет свои индивидуальные особенности.

Сближение разных видов медиа рождает и такое явление, как «трансмедийная среда». Термин, введенный Г. Дженкинсом [Jenkins, 2003], означает повествование, которое осуществляется на разных платформах с использованием современных цифровых средств. Исследователи обращают внимание на то, что новостное потребление теперь происходит в трансмедийной среде, в которой мы можем наблюдать «циркуляцию медийного контента между разными платформами, где социальные агенты все более глубоко задействованы в производстве информационных потоков» [Jansson, Lindell, 2015].

Однако не менее важны следующие вопросы. Имеют ли цифровые версии собственное лицо? Можно ли рассматривать сайт отдельно от телевизионного продукта? Ответам на эти и другие вопросы посвящено данное исследование.

Для анализа были выбраны сайты телевизионных каналов культурно-просветительской тематики. В научном сообществе вопросы журналистики культурно-просветительской тематики поднимались в самых разных контекстах. Так, С. В. Магданов [2010] изучал формирование информационной политики в области культуры в региональном контексте, О. В. Роженцова [2006] писала о традициях культурно-просветительских каналов, Н. С. Гегелова [2010] – о культурно-просветительской миссии телевидения, а А. Э. Литвинцев [2006] рассматривал тенденции развития культурно-просветительского российского телевидения. Исследования, которое бы включало в себя сравнение освещения событий культурно-просветительской тематики в традиционных медиа и на их порталах, пока сделано не было. Кафедра телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова находится в процессе постоянного изучения специфики взаимоотношений старых и новых видов медиа. Поэтому данная тема является логичным продолжением общего вектора, направленного в сторону изучения изменений моделей медиапотребления, а также анализа новых цифровых стратегий.

### Методология

Для анализа были выбраны сайты телеканалов «Россия К» (отечественный канал) и ARTE (франко-германский канал). Канал «Россия К» начал вещание в 1997 г. и с тех пор уверенно держал планку главного канала культурно-просветительской тематики в России. Сайт телеканала «Россия К» появился в 2003 г. и за время своего существования не раз изменялся и с точки зрения дизайна, и с точки зрения содержательной составляющей.

Телеканал ARTE, в свою очередь, появился в 1992 г., а сайт [www.arte-tv.com](http://www.arte-tv.com) – в октябре 1996 г., с 2006 г. – <https://www.arte.tv>. В 2005 г. ARTE становится цифровым телевидением с вещанием 24/7 и передачей в HD. Все программы в HD начинают передаваться с 2008 г. С 2007 г. видеопрограммы ARTE и ARTE + 7 становятся доступны по запросу. ARTE выпускает свой первый веб-документальный фильм «Сектор Газа – жизнь вопреки всему» в 2008 г. В 2009 г. была запущена первая веб-платформа, посвященная исполнительскому искусству, – ARTE LiveWeb (позже переименован в ARTE Concert). С 2010 г. программы канала становятся доступными в любое время на всех устройствах. Прямая трансляция на сайте портала началась с 2012 г. В 2016 г. были применены инновационные опытные форматы: 24-часовой документальный фильм «24 часа Иерусалим», 360° – документальный фильм «Полярное море» и отчет «Беженцы» о 20 художниках в лагерях. Появилось тематическое предложение с акцентом на кино, экологические проблемы, информационное и цифровое искусство.

Сегодня канал ARTE выходит на 6 языках – французском, немецком, английском, итальянском, испанском и польском. В 2018 г. было зафиксировано 9,2 млн просмотров видео через цифровые приложения ARTE за пределами Франции и Германии<sup>7</sup>. До 70 % европейцев (потенциальная аудитория 360 млн) могут смотреть канал на родном языке. В течение 400 часов в год ARTE транслирует журналы, документальные фильмы и шоу с субтитрами на английском, испанском, польском и итальянском языках. Это уникальный опыт, финансируемый Европейским Союзом с 2015 г. «для содействия интеграции ЕС через культуру путем предоставления новых версий избранных телевизионных программ с субтитрами по всей Европе»<sup>8</sup>.

Многоязычность канала стала результатом редакционной политики компании и принятия хартии доступности – первоочередная доступность программ, что осуществляется и с помощью веб-сайта. «Использовать технологии, чтобы каждый мог наслаждаться ARTE на любом экране. Зрителям больше не нужно выбирать между ARTE + 7 и цифровым контентом: они

<sup>7</sup> [https://www.arte.tv/sites/en/corporate/files/dp\\_6langues\\_2019-04\\_en\\_web.pdf](https://www.arte.tv/sites/en/corporate/files/dp_6langues_2019-04_en_web.pdf) (дата обращения 01.10.2019).

<sup>8</sup> Портал телеканала ARTE. URL: <https://www.arte.tv/sites/en/corporate/what-we-do/> (дата обращения 01.10.2019).

находятся всего в нескольких кликах от контента, который они ищут, где бы они ни находились», – такова позиция канала<sup>9</sup>.

И «Россия К», и ARTE – важные медиаигроки, которые задают тренды в своей области вот уже более 10 лет. Поводом для сравнения данных каналов стала их тематическая направленность и определенная схожесть проектов. Телеканал «Россия К» является единственным каналом культурно-просветительской тематики в России, а телеканал ARTE – одно из наиболее известных СМИ в данной тематике в Европе.

Инициаторами создания телеканала «Россия К» стали деятели науки и искусства. В состав Попечительского совета вошли представители научной и творческой интеллигенции, несколько лет его возглавлял президент России. С момента создания и по сей день «Россия К» остается единственным общенациональным каналом, существующим без рекламы. Доля рынка около 1,3 %. За годы работы телеканалом был сформирован и постоянно пополняется уникальный фонд видеоматериалов, посвященных самым ярким событиям в российской и мировой культуре. Телеканал «Россия К» считает одним из приоритетных направлений своей деятельности сотрудничество с крупнейшими телевизионными компаниями мира, такими как BBC, RAI, Discovery, европейскими каналами ARTE, ZDF, PBS, ORF<sup>10</sup>.

ARTE (Association Relative à la Télévision Européenne) – немецко-французская группа общественных телекомпаний (groupement européen d'intérêt économique), контент которых создается телекомпаниями ARTE France (ранее – La Sept) и ARTE Deutschland GmbH. Финансируются телеканалы за счет аудиовизуального налога (Redevance audiovisuelle). ARTE более популярен во Франции (доля рынка около 3,8–5 %), чем в Германии (около 1 %). В состав Попечительского совета входят представители интеллигенции. ARTE стремится предоставлять качественную программу с упором на культуру и искусство, темы, связанные с Европой и Евросоюзом, высококачественные документальные фильмы и информативные передачи<sup>11</sup>.

Для анализа выбран рандомный временной промежуток с 1 по 8 июля 2019 г. – для итоговых выводов было важно проследить, как сайты каналов реагируют на события культурно-просветительской тематики в среднем. Решено было избегать праздничных недель, а также недель, окрашенных яркими культурными событиями, так как в эти периоды сайты начинали работать по другим законам.

Материалы, выпущенные в Интернете, были проанализированы по следующим критериям: количество материалов, характер контента (эфирный / специальный), тематическое и жанровое своеобразие. Анализ количества материалов позволил проследить частоту публикации новых статей, данные о характере контента помогли сделать вывод о том, каких материалов на сайтах больше – эфирных или специальных. Материал по тематическому и жанровому своеобразию, в свою очередь, помог получить более полное представление о размещаемом контенте.

Всего было проанализировано более 251 материала (145 публикаций на «России К» и 106 на ARTE). Их полный анализ предлагается далее.

### Наполнение сайтов «Россия К» и ARTE

В период с 1 по 8 июля на сайте телеканала «Россия К» было выпущено 128 новостных материалов, 3 пресс-релиза, 7 статей в разделе «Календарь» и 7 статей в разделе «Афиша». Всего – 145 материалов. Основное обновление контента происходило за счет новостей.

В анализируемый период на портале ARTE транслировалось в эфир 106 программ разной направленности, в том числе документальные и художественные фильмы, репортажи, шоу, интервью, выпуски новостей. На все выпускаемые программы у ARTE есть права трансля-

<sup>9</sup> ARTE EDITORIAL GUIDELINES 2019. URL: <https://www.arte.tv/sites/en/corporate/professionals-individuals/?lang=en> (дата обращения 01.10.2019).

<sup>10</sup> [https://tvkultura.ru/article/show/article\\_id/64441/](https://tvkultura.ru/article/show/article_id/64441/) (дата обращения 03.08.2019).

<sup>11</sup> <https://www.arte.tv/sites/en/corporate/what-we-do/> (дата обращения 03.08.2019).

ции. Сделано это для того, чтобы предложить пользователям широкий спектр контента за пределами Франции и Германии. Если ARTE не обладает международными правами на видео, у пользователя появляется сообщение: «Это видео недоступно в вашей стране». ARTE – это 430 художественных фильмов в год, в том числе сериалы, короткометражные фильмы, немое кино и т. д., 75 % из которых производятся самим каналом. Также в год канал проводит 1000 часов прямых трансляций концертов, исполнительских искусств, ток-шоу на темы культуры; 40 % всех программ ARTE – документальные. Нельзя не упомянуть и программы для детей и подростков (ARTE JOURNAL JUNIOR), выходящих на канале два раза в день – утром и днем – в течение недели каждый будний день.

Таблица 1

График обновления новостей и программ на сайтах телеканала «Россия К» и ARTE  
Период исследования: 01.07.2019 – 08.07.2019

Table 1

Schedule of updates of news and programmes on the websites of the “Russia K” and ARTE channels. The period of research: 01.07.2019 – 08.07.2019

День недели	Количество новостей на сайте телеканала «Россия К»	Количество программ на сайте телеканала ARTE
Понедельник	18	15
Вторник	26	16
Среда	32	15
Четверг	25	14
Пятница	20	17
Суббота	14	15
Воскресенье	10	14

Как видно из табл. 1, большая часть новостных материалов на сайте телеканала «Россия К» была выпущена в среду, а наименьшая активность наблюдалась в субботу и воскресенье. Это объясняется тем, что в будние дни на телеканале «Россия К» выходит 4 выпуска новостей, в то время как по выходным зрители могут ознакомиться лишь с одним выпуском. Так как количество эфирного контента в значительной степени превалирует над внеэфирным (80 % – эфирный материал), количество новостных выпусков в значительной степени влияет на количество материалов на сайте «Россия К».

Количество вышедших программ на телеканале ARTE в течение недели примерно одинаково. Появление программ на сайте тесно связано с временными слотами выхода программ на телеканале ARTE. Около 55 % программ ARTE – это документальные фильмы, 25 % – художественные фильмы, 15 % – новостные программы, а 5 % – музыка и другие исполнительские виды искусства. Около двух третей программ, которые транслируются на ARTE, ранее не выпускались.

Нельзя говорить о том, что сайт телеканала «Россия К» полностью дублирует эфирное вещание. Так, внеэфирные новостные материалы – неоднородны и многообразны по своей сути. Это и интервью, и короткие информационные сообщения. Таким образом, те 20 %, которые заполняют новостную нишу в неэфирном контексте, во многом и определяют лицо сайта.

Важное место в структуре сайта телеканала «Россия К» занимают материалы, которые находятся под вкладкой «пресс-релизы». В анализируемую неделю на сайте было опубликовано 3 релиза, которые анонсировали яркие события из мира культуры и искусства, а также эфирные премьеры. Материал «К 70-летию Павла Лунгина» анонсировал подборку передач,

документальных и художественных фильмов, посвященных мэтру. Материал «Лучшие спектакли крупнейших театров России» рассказывал о новой эфирной рубрике «Театр на экране», а релиз «Музыкальные проекты на телеканале “Россия К”» помогал зрителям сориентироваться в многообразии музыкальных передач канала. Вне всякого сомнения, релизы выполняют соединительную функцию между сайтом и каналом. С одной стороны, это уникальные материалы, которые в концентрированном виде собирают информацию о наиболее важных датах и премьерах, с другой – они всегда отсылают зрителя к эфирному контенту.

Не менее важным для анализа оказались вкладки «Календарь» и «Афиша». Они заполнялись редакторами ежедневно. Таким образом, посетитель сайта всегда мог овладеть свежей и актуальной информацией о премьерах и исторических событиях. Материалы «Календаря» и «Афиши» можно увидеть как в эфирной, так и во внеэфирной версии.

Сайт телеканала ARTE, как и сайт телеканала «Россия К», не раз менялся и с точки зрения дизайна, и структурно. На сегодняшний день, накопив солидный опыт в производстве программ, канал пришел к модели организации сайта из восьми простых категорий: *News* (Новости), *Cinema* (Кино), *Series & Fiction* (Сериалы & Фикшн), *Culture & Pop* (Культура&Поп), *ARTE Concert* (Концерт ARTE), *Science* (Наука), *Discovery* (Открытия) и *History* (История). Эти восемь категорий, по мнению канала, показывают весь спектр контента канала и обеспечивают быструю навигацию к нужным программам. Так как канал следит за digital-трендами, сайт сделан с учетом разноэкранного и мобильного потребления. ARTE называет две причины для этого: добавить каналу узнаваемости в Европе и расширить распространения досягаемости контента канала<sup>12</sup>.

Отдельного внимания требует такой показатель, как тематическое своеобразие. Все публикуемые новости на сайте телеканала «Россия К» сопровождаются тематическими хэштегами: театр, кино, музыка, история, изо, наука, литература, общество, афиша. Если кликнуть на название хэштега, можно найти все новости по данному тематическому запросу. В общем виде тематическое своеобразие на сайте в интересующую неделю выглядело следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

Тематическое своеобразие новостей на сайте телеканала «Россия К»  
Период исследования: 01.07.2019 – 08.07.2019

Table 2

Thematic originality of news on the website of “Russia K” channel  
The period of research: 01.07.2019 – 08.07.2019

Категория	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вск	Итого
Театр	3	3	2	6	3	2	3	22
Кино	2	3	9	3	1	1	3	22
Музыка	3	1	2	2	7	2	2	19
История	1	3	5	4	2	0	0	15
ИЗО	2	7	4	2	2	2	1	20
Наука	1	3	3	1	1	1	0	10
Литература	3	3	2	2	1	1	1	13
Афиша	2	1	3	3	0	0	0	9
Общество	1	2	2	2	3	5	0	15
Итого	18	26	32	25	20	14	10	145

Источник: авторский мониторинг активности канала в социальных сетях. 2020 г.

<sup>12</sup> ARTE EDITORIAL GUIDELINES 2019. <https://www.arte.tv/sites/en/corporate/professionals-individuals/?lang=en> (дата обращения 01.10.2019).



Как можно понять из табл. 2, большая часть материалов касалась театральной тематики и кино, а среди тех тем, которые возникали менее часто, можно было выделить науку и афишу.

В анализируемую неделю материалы, связанные с театром, в большинстве своем были посвящены Чеховскому фестивалю. Данный смотр является одним из наиболее престижных не только в нашей стране, но и в мире, поэтому столь пристальное внимание телеканала «Россия К» к фестивалю легко объяснимо. Чеховскому фестивалю были посвящены репортажи Валерии Кудрявцевой, а также интервью, записанные в студии программы «Новости культуры».

Кроме того, в анализируемую неделю произошли кадровые изменения в Ярославском театре. Эти события породили волну как эфирных, так и внеэфирных публикаций на сайте телеканала «Россия К».

Около 15 % публикаций были посвящены теме кино. В анализируемую неделю в прокат вышел фильм победитель Каннского кинофестиваля – лента «Паразиты» режиссера По Чжун Хо. Этому событию были посвящены несколько тематических репортажей на сайте канала.

А вот тема науки была представлена на сайте канала в минимальном объеме. За анализируемую неделю на сайте было опубликовано лишь 10 материалов, причем большая часть из них касалась археологических открытий и освоения космоса.

Тематическое своеобразие сайта телеканала представлено довольно широко. Пользователь может найти любой материал из интересующей области: театра, кино, музыки, литературы и т. д. При этом для нахождения материала зритель может воспользоваться как календарем, так и поиском по сайту или по хэштегам. Это обеспечивает наиболее комфортную навигацию по сайту.

Что касается тематического разнообразия телеканала ARTE, то оно привязано к восьми категориям портала (табл. 3).

Таблица 3

Тематическое своеобразие новостей на сайте телеканала ARTE

Период исследования: 01.07.2019 – 08.07.2019

Table 3

Thematic originality of news on the website of ARTE channel

The period of research: 01.07.2019 – 08.07.2019

Категория	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вск	Итого
Новости	5	5	5	5	6	2	2	30
Кино	1	2	2	1	2	3	3	14
Сериалы и фикшн	1	1	1	2	1	2	2	10
Культура и поп	2	2	2	1	3	2	2	14
Концерт	2	3	1	2	2	1	2	13
Наука	1	1	2	1	1	2	1	9
Открытия	1	1	1	1	1	2	1	8
История	2	1	1	1	1	1	1	8
Итого	15	16	15	14	17	15	14	106

Следует отметить, что на канале ARTE большинство контента – это так называемые документальные фильмы. Эта форма используется практически для всех категорий – Наука, Открытия, История, Культура & Поп и ARTE Concert. По сути, это аналитический репортаж, но сам канал называет такую форму подачи документальным фильмом. Наиболее популярные – культурно-просветительские документальные фильмы, выходящие в слотах Art et culture / kunst und kultur (Искусство и культура), Sciences / Wissenschaft (Наука), L’Aventure

humaine / Abenteuer ARTE (Приключения человека), Le Dessousdes Cartes (If Maps Could Talk) (Над картой), InvitationauVoyage (City Country Culture) (Приглашение к путешествию), Xenius (программа о науке), ARTE Découverte / ARTE Entdeckung (Открытие), Histoire / Geschichte (История), Géopolitique / Geopolitik (Геополитика), Société / Gesellschaft (Общество), Culture pop / Popkultur (Поп-культура), Trash (документалки о культурных явлениях), 360° – GEO (репортаж, снятый в популярном формате 360 градусов, доступный в специальном приложении ARTE) и др.

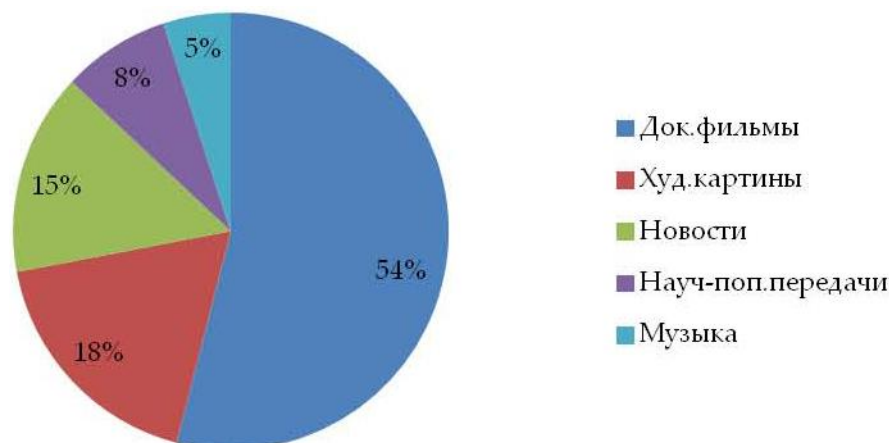
Программы, доступные в анализируемую неделю на сайте ARTE на английском языке, были следующими: Brecht and the Berliner Ensemble – Creating a New Theatre (Брехт и берлинцы вместе – создание нового театра) – документальный фильм о том, как из разрушенного послевоенного Берлина Бертольд Брехт построил новый театр и новую театральную традицию, чье влияние будет огромно. The American Dream – Europeans in the New World (Американская мечта – европейцы в новом мире) – история колонизации Восточного побережья и пути миллионов европейцев, которые из-за бедности и преследований уехали искать новую жизнь в новом мире. Martin Middlebrook's Brexit Travelogue (Путешествие Брексита Мартина Миддлбрука) – фотограф Мартин Миддлбрук возвращается домой в Англию, прожив за границей девять лет, субъективный отчет о его путешествии через Альбион. В Movies – Season 2 (фильмы Б – 2 сезон) – веб-серия, воплощающая в жизнь самое лучшее из худшего кино – например, турецкого супермена, летящего с помощью фена. Классика научной фантастики 1980-х гг. с привлечением спецэффектов 1950-х гг. и эпическая полицейская драма, которую снимали 20 лет.

В жанре репортажа сделаны программы Thema dumardi / Thema am Dienstag (Тема вторника), ARTE JOURNAL (EVENING) (Вечерний дневник – ежедневные новости), RE: ARTE REGARDS (Взгляд – программа выходного дня, состоящая из репортажей о важных событиях за неделю), 28 MINUTEN/28 MINUTES (28 минут – аналитическая новостная программа с Elisabeth Quin), ARTE Journal Junior (дневник, знакомящий детей и подростков с культурными событиями и событиями, которые произошли в мире), Vox Pop (Глас народа – программа о проблемах в Европе, европейские корреспонденты рассказывают о событиях в своих странах), ARTE Reportage (новостная программа о текущих событиях в Европе), Metropolis (новостная программа о культурных событиях в Европе) и т. д. Также популярен и выделен в отдельную кнопку в шапке сайта ARTE Concert – прямые трансляции и записные музыкальные программы. С сентября 2018 г. ARTE запустила свое новое цифровое предложение, ARTE Opera Season – первый сезон оперной трансляции на ARTE Concert. В партнерстве с мировыми европейскими оперными домами ARTE предлагает свободный доступ к оперным произведениям, к прямым трансляциям и записям по запросу с субтитрами на шести языках. В выбранную неделю шли «Уроки любви и насилия» Джорджа Бенджамина в Королевском оперном театре с либретто Джорджа Бенджамина, дирижер Мартин Кримп, в постановке Кэти Митчелл.

Канал добавляет на сайт около 10 часов нового контента в неделю, которые остаются доступны обычно в течение 60 дней. Все программы, которые доступны на шести языках, можно также посмотреть на Smart TV и в мобильных приложениях ARTE. Канал также экспериментирует с дополненной реальностью и создает познавательные видеоигры. Канал очень активно ведет свои социальные сети, где общается со своими зрителями.

Что касается жанрового разнообразия на сайте канала ARTE, то порядка 54 % программ – это документальные фильмы, 18 % – художественные фильмы, 15 % – новостные программы, а 5 % – музыка и другое исполнительское искусство.

Однако вернемся к сайту телеканала «Россия К». Вышедшие на этом электронном ресурсе материалы можно поделить на эфирные (104 материала) и неэфирные (41 материал). Среди эфирных материалов большая часть была создана в жанре репортажа (72 материала). Также на сайте можно было встретить интервью (8 наименований) и короткие новостные материалы,



Тематическое поле сайта телеканала ARTE  
Thematic originality on the website of ARTE

иначе именуемые как «бзшки» (24 наименования). А среди неэфирных материалов можно выделить новостные заметки (23 материала), текстовое интервью (1 наименование), пресс-релизы (3 наименования), тематические подборки для разделов «Календарь» и «Афиша» (14 наименований). Таким образом, можно сказать, что большая часть материалов – это эфирные репортажи, а меньшая часть – это внеэфирные интервью. Однако значение последних не стоит недооценивать. Безусловно, новостные репортажи составили основное ядро сайта, однако именно внеэфирные материалы сделали ресурс уникальным.

На сайте канала ARTE, в свою очередь, выходят только эфирные материалы. Их жанровое своеобразие было подробно рассмотрено выше.

### Основные выводы

Противостояние между эфирными и неэфирными версиями во многом преувеличено, поскольку сайты и каналы не конкурируют друг с другом, а соседствуют и дополняют друг друга. Порталы позволяют обратиться к контенту канала в любое время и в любом месте, выбрав нужную программу.

В XXI в. сайты культурно-просветительской тематики имеют свое лицо и уникальное место в медиaprостранстве. Сайты выступают не только в качестве электронных хранилищ, но и в качестве отдельных единиц в мире медиа, которые предоставляют уникальную информацию раньше своих эфирных аналогов.

Сайт телеканала «Россия К» – яркое медиа с собственным лицом, узнаваемой стилистикой и индивидуальной подачей. Благодаря сайту можно не только просматривать отдельные эфирные новости или программы, но и читать интервью, знакомиться с новостными заметками, изучать пресс-релизы и узнавать новое через вкладки «Календарь» и «Афиша».

Однако для того, чтобы укрепить свои позиции, редакции сайта стоит увеличить количество авторских внеэфирных материалов и использовать новые интерактивные жанры (тесты, викторины и т. д.). Отчасти некоторых из этих задач решены на новой платформе «Смотрим».

Сайт телеканала ARTE вполне вписывается в современное цифровое пространство, сохраняя классическую подачу. Так как большинство программ канала ARTE являются вневременными, они очень хорошо соотносятся с потребительской природой Интернета и потребностью в просветительском и образовательном контенте. Документальные фильмы – наиболее распространенная форма программ канала ARTE, прекрасно востребована аудито-

рией в цифровой среде, которая хочет быстро узнать что-то важное в простой, яркой и понятной форме.

Учитывая актуальность заданной темы, мы видим необходимость продолжить ее и подробно осмыслить выявленные здесь проблемы в дальнейших исследовательских проектах.

### Список литературы

- Амзин А. А.** Новостная интернет-журналистика. М.: Аспект Пресс, 2011. 142 с.
- Амзин А. и др.** Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
- Варганова Е. Л.** О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения 01.10.2019).
- Гегелова Н. С.** Культурно-просветительская миссия телевидения: Дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 389 с.
- Коломиец В. П.** Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социология коммуникаций. 2010. № 1. С. 58–66.
- Кульчицкая Д. Ю., Варганов С. А., Дунас Д. В., Салихова Е. А. и др.** Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп. 2019. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529> (дата обращения 01.10.2019).
- Литвинцев А. Э.** Тенденции развития российского телевидения в условиях противостояния и взаимодействия мировых моделей вещания: на примере канала «Культура»: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 24 с.
- Магданов С. В.** Формирование информационной политики в области культуры // Учен. зап. Казан. ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 5. URL: [https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/26001/152\\_5\\_gum\\_16.pdf](https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/26001/152_5_gum_16.pdf) (дата обращения 11.10.2019).
- Роженцова О. В.** Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство: на примере телеканала «Культура»: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 25 с.
- Уразова С. Л.** Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект // Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2011. № 5 (1). С. 287–293.
- Dimmick J. W.** Media competition and coexistence. The theory of niche. London, Lawrence Erlbaum Associates Publ., 2003, 145 p.
- Jenkins H.** Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling. MIT Technology Review, 2003.
- Jansson A., Lindell J.** News Media Consumption in the Transmedia Age. *Journalism Studies*, 2015, no. 16 (1), p. 79–96.

### References

- Amzin A. A.** Novostnaya internet-zhurnalistsika [News Journalism on the Internet]. Moscow, Aspekt Press, 2011, 142 p. (in Russ.)
- Amzin A. et al.** Kak novye media izmenili zhurnalistsiku. 2012–2016 [How New Media Has Changed the Journalism 2012–2016]. Ed. by S. Balmaeva, M. Lukina. Ekaterinburg, 2016, 304 p. (in Russ.)
- Dimmick J. W.** Media competition and coexistence. The theory of niche. London, Lawrence Erlbaum Associates Publ., 2003, 145 p.
- Gegelova N. S.** Kul'turno-prosvetitel'skaya missiya televideniya [Cultural and Educational Mission of TV]. Doctor of Philol. Sci. Diss. Moscow, 2010, 389 p. (in Russ.)
- Jansson A., Lindell J.** News Media Consumption in the Transmedia Age. *Journalism Studies*, 2015, no. 16 (1), p. 79–96.

- Jenkins H.** Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling. MIT Technology Review, 2003.
- Kolomiets V. P.** Mediasreda i mediapotreblenie v sovremennom rossijskom obshchestve [Media Environment and Media Consumption in the Modern Russian Society]. *Sociologiya kommunikatsii* [Sociology of Communication], 2010, no. 1, p. 58–66. (in Russ.)
- Kulchitskaya D. Yu., Vartanov S. A., Dunas D. V., Salikhova E. A. et al.** Mediapotreblenie molodezhi: spetsifika metodologii issledovaniya [Media Consumption of Young People: Specificity of Research Methodology]. *Mediascope*, 2019, no. 1. (in Russ.) URL: <http://www.mediascope.ru/2529> (accessed 01.10.2019).
- Litvintsev A. E.** Tendentsii razvitiya rossijskogo televideniya v usloviyakh protivostoyaniya i vzaimodejstviya mirovykh modelej veshchaniya: na primere kanala “Kul'tura” [Trends of Development of Russian TV in Terms of Competition of Varied World TV Models]. Cand. of Philol. Sci. Diss. Moscow, 2006, 24 p. (in Russ.)
- Magdanov S. V.** Formirovanie informacionnoj politiki v oblasti kul'tury [Shaping of the Information Policy in the Cultural Sphere]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: gumanitarnye nauki* [Proceedings of Kazan University. Humanities Series], 2010, no. 5. (in Russ.) URL: [https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/26001/152\\_5\\_gum\\_16.pdf](https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/26001/152_5_gum_16.pdf) (accessed 11.10.2019).
- Rozhentsova O. V.** Kul'turno-prosvetitel'skie programmy otechestvennogo televideniya: traditsii i novatorstvo: na primere telekanala “Kul'tura” [Cultural and Educational Programs: Traditions and Innovations Based on the Example of “Russia – Culture”]. Cand. of Philol. Sci. Diss. Moscow, 2006, 25 p. (in Russ.)
- Urazova S. L.** Konvergentsiya kak faktor zhiznesposobnosti mass-media v tsifrovoj srede. Teoreticheskii aspekt [Convergence as a Factor of Survivability in the Digital Environment: Theoretical Aspect]. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhny Novgorod*, 2011, no. 5 (1), p. 287–293. (in Russ.)
- Vartanova E. L.** O sovremennom ponimanii SMI i zhurnalistiki [Current Understanding of Media and Journalism]. *Mediaskop*, 2010, no. 1. (in Russ.) URL: <http://www.mediascope.ru> (accessed 01.10.2019).

Материал поступил в редколлегию  
Received  
22.03.2021

### Сведения об авторе

**Артес Алина Сергеевна**, аспирант кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)  
[alina-artes@mail.ru](mailto:alina-artes@mail.ru)

### Information about the Author

**Alina S. Artes**, post graduate student at the Department of Television and Radio Broadcasting of the Faculty of Journalism, Moscow State University (Moscow, Russian Federation)  
[alina-artes@mail.ru](mailto:alina-artes@mail.ru)