

Секция «Журналистика»

Исследование российского и зарубежного опыта делового телевидения и создание на его основе проекта делового телеканала

Полищук Екатерина Андреевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: ng255@mail.ru

Цель - исследовать опыт российского и зарубежного делового телевидения и на его (опыта) основе создать оптимальную модель делового телеканала.

Современное деловое телевидение в России практически полностью копирует западную модель. Продукт делового ТВ в нашей стране остается большей частью не востребованным.

Следовательно, существует необходимость менять наполнение эфира.

Кроме того, стоит расширять целевую аудиторию. Для непрофессионалов деловое ТВ должно стать источником интересной и полезной информации на уровне бытового экономического образования и просто удовлетворения любопытства.

Важно совершенствовать подачу материала. Она чрезвычайно тяжелая, монотонная, однообразная. Но экономическая, бизнес-информация - не значит скучная.

Первый метод исследования – анализ телевизионного эфира. Изучен контент делового телевидения России (Россия24, РБК), части стран СНГ, государств Европы, крупнейших стран Азии, Северной и Южной Америки. Анализ предлагаемого зрителю материала, тем, набора телепередач, выбора экспертов и гостей студии, подачи (подбор и поведение ведущих, оформление кадра, сопровождающая музыка и т.д.).

Второй метод исследования - опрос представителей населения России, людей разного пола, возраста, образования, сферы интересов. Анкетирование должно дать представление о том, что люди хотят видеть в эфире делового ТВ. Некоторые вопросы из анкеты: "Как часто Вы смотрите деловое, экономическое телевидение? Назовите деловые каналы, которые Вы смотрите, независимо от того, как часто (РБК, Россия24, Bloomberg, Эксперт-ТВ, другое)". В опросе уже участвовали финансовые и бизнес-аналитики, журналисты, преподаватели, рабочие, студенты и т.д.

На основе исследования можно будет создать проект делового канала. Некоторые особенности оптимального делового телеканала, как мы его видим:

- Из-за явного разделения аудитории на два типа нужно также четко разделить эфир на три части: для «профессионалов» (банкиров, экономистов, предпринимателей, работников финансовой сферы, биржевых игроков), для «непрофессионалов» (людей других профессий, которые смотрят деловое телевидение для самообразования или планируют заняться финансовой или биржевой деятельностью) и общий, для обоих сегментов аудитории.
- Возможны рубрики на такие темы как история, география, культура, благотворительность и так далее - всё через призму экономики;
- Необходима передача с целью экономического образования среднестатистического телезрителя - домашний бюджет, валюта, словарик с объяснением терминов и т.д.

В заключение хотелось бы отметить, что исследование опыта делового телевидения и проведение опроса поможет выявить достоинства и недостатки делового ТВ в мире и России, а также найти средства его улучшения, что и является главной целью работы.

Литература

1. Баранов А., интервью с Оксаной Куваевой «Хорошие вести встают с солнцем...», Журналист, М., март 2009, с.51.
2. Вахабова Н.А, Информационный канал «Вести»: роль и место в структуре российского телевидения, М., 2009.
3. Гончаревская О.А. Представление экономической информации на телевидении: методы и проблемы (на примере мирового финансового кризиса), М., 2009.
4. Калянина Л., Телевидение для дела, Эксперт, М., 02.09.2003.
5. Кухарева А., интервью с Юрием Ровенским Между CNBC и «Блумбергом», Бизнес-журнал, М., №1 от 05 Июня 2002 года.
6. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я, Телевизионная журналистика. 4-е издание, М., 2002.
7. Красавина и др.авторы, Международные валютно-кредитные и финансовые отношения, М., 2005.
8. Лычков И., Есть первый бизнес-канал!, Вслух.ru, М., 04.09.2003.
9. Михайлов А., У РБК появилось телевидение, Вслух.ru, М., 03.10.2003.
10. Солнцев М. Информационное вещание ГТРК: скучно и непрофессионально, Среда, М.,2000, № 4, С. 14 – 17.
11. Федоров А.В., Анализ финансовых рынков и торговля финансовыми активами, М., 2007.
12. Шевчук Д.А. Экономическая журналистика: учебно-практическое пособие, М., 2008.

Слова благодарности

Большое спасибо преподавателям Факультета журналистики МГУ Юлии Игоревне Долговой (кафедра телевидения и радиовещания) как научному руководителю, Алексею Викторовичу Полухину (кафедра теории и экономики СМИ) как консультанту, а также заведующей кафедрой телевидения и радиовещания Анне Григорьевне Качкаевой за помощь и советы перед началом исследования.