

Телевидение и Интернет: особенности функционирования в условиях конкуренции

А.А. Тишкина

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

Обоснование. Телевидение и Интернет — два доминирующих медиаканала, которые формируют современное информационное пространство. С развитием цифровых технологий возрастает конкуренция между ними за внимание пользователей, особенно в контексте изменений в способах потребления контента. Современный медиапотребитель требует не только высококачественного контента, но и гибкости в его получении, интерактивности, возможности участия и обратной связи. Это способствует изменению традиционных медиаструктур и возникновению новых форматов взаимодействия между платформами. Телевидение все чаще становится не единственным источником информации, а лишь частью медиамикса, в который входит Интернет с его мультимодальными возможностями. Одновременно с конкуренцией происходит и интеграция: платформы заимствуют друг у друга успешные модели, что делает границы между ними все более размытыми и подталкивает к созданию единого медийного пространства.

Цель — анализ ключевых особенностей конкуренции между телевидением и Интернетом, а также определение тенденций их сближения в рамках медиасреды. Особое внимание уделяется технологическим и социальным аспектам взаимодействия, а также изменению потребительских предпочтений, что влияет на развитие как традиционного телевидения, так и цифровых платформ. Важной задачей также является выявление форматов, которые наиболее эффективно сочетают характеристики обеих медиасред.

Методы. Методологическая база исследования включает в себя сравнительный анализ особенностей телевизионного и интернет-вещания, контент-анализ актуальных медиапроектов, а также изучение тенденций цифровизации телевидения. В качестве эмпирического материала используются кейсы таких платформ, как YouTube, Netflix, Wink, START и Premier, а также социальных сетей, включая Telegram и «ВКонтакте». Применялись также методы системного подхода и наблюдения, позволяющие комплексно оценить процессы медиатрансформации и степень вовлеченности аудитории в новый формат взаимодействия с контентом.

Результаты. Выявлено, что интернет-платформы обеспечивают пользователям высокий уровень персонализации и интерактивности, что делает их особенно привлекательными для молодежной аудитории, ориентированной на мобильное потребление. В отличие от них, телевидение сохраняет стабильность, структурированность, доверие со стороны более консервативной части общества и способность к трансляции массовых культурных кодов. В условиях цифровизации телевидение активно адаптируется: создаются собственные онлайн-сервисы, интегрируются элементы интерактивности, реализуется мультимедийный подход. Примеры таких трансформаций — платформы START, Premier, а также участие в социальных сетях с функциями голосования, обсуждения и обратной связи. Таким образом, наблюдается взаимное заимствование успешных практик и расширение каналов коммуникации.

Выводы. Медиапространство развивается по пути коэволюции телевидения и Интернета. Эти платформы не только конкурируют, но и сотрудничают, создавая новые гибридные формы контента. Будущее принадлежит тем форматам, которые объединяют оперативность и интерактивность Интернета с качеством, профессионализмом и структурированностью телевидения. Развитие технологий искусственного интеллекта, дополненной и виртуальной реальности расширяет спектр возможностей взаимодействия с аудиторией, делая медиапотребление более иммерсивным и персонализированным. Важным направлением остается вопрос медиаграмотности, этики и ответственности платформ за достоверность и качество распространяемого контента. Только сбалансированное развитие этих аспектов позволит создать устойчивую и социально значимую медиасистему.

Ключевые слова: телевидение; Интернет; цифровизация; медиаплатформы; конкуренция; интеграция; интерактивность.

Сведения об авторе:

Алена Александровна Тишкина — студентка, группа PCO-32, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: pirrostok@yandex.ru

Сведения о научном руководителе:

Галина Александровна Доброзракова — доктор филологических наук, доцент; профессор кафедры связей с общественностью; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: g.dobrozrakova@psuti.ru