

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ТЕОРЕТИКИ И ПРАКТИКИ О РАБОТЕ ТЕЛЕКАНАЛОВ В ИНТЕРНЕТЕ	11
1.1. Интернет и телеиндустрия: взгляды исследователей	11
1.2. Российские телеканалы и онлайн: позиция менеджеров	21
1.3. Методология и методика исследования	43
Глава 2. ПРОИЗВОДСТВО И «УПАКОВКА» ТЕЛЕКОНТЕНТА ДЛЯ ИНТЕРНЕТА	56
2.1. Адаптация эфирных программ и создание уникального контента	57
2.2. Особенности работы с разными жанрами	75
Глава 3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ И МОНЕТИЗАЦИЯ КОНТЕНТА ТЕЛЕВЕЩАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ	91
3.1. Основные инструменты дистрибуции	91
3.2. Возможности получения дохода	122
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	133
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	140