

**Алексеева Тамара Валентиновна**

канд. пед. наук, декан, доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

институт кино и телевидения»

г. Санкт-Петербург

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В РОССИИ**

***Аннотация:** статья посвящена современной тенденции медиапотребления, которая зародилась на основе интеграции интернета и телевидения. Актуальность исследования данного вопроса подтверждается стремительной трансформацией современных медиа. Анализируя процессы медиапотребления, автор статьи исследует особенности и состояние процесса телесмотрения сегодня. Рассмотренные в статье вопросы могут быть интересны участникам образовательного процесса подготовки будущих специалистов медиаиндустрии.*

***Ключевые слова:** медиаиндустрия, медиапотребление, телесмотрение, расширенный просмотр, второй экран.*

Современному педагогу необходимо постоянно обновлять содержание, преподаваемых им дисциплин, или в связи с корректировкой учебных планов разрабатывать содержание новых дисциплин. Педагогическая деятельность предполагает проведение прикладных исследований и разработок, направленных на углубленное изучение некоторых вопросов, обобщение и обоснование практических знаний. Поскольку в медиаиндустрии происходят постоянные инновационные процессы, то педагогу, ведущему подготовку специалистов в этой профессиональной области, необходимо регулярно анализировать современные трансформации медиа.

Одной из таких инноваций является новый вид медиапотребления – «расширенный просмотр», который повлек за собой возникновение приложения Second screen или «второй экран». Основная задача данной технологии – это предоставление связанной дополнительной информации о передаче, транслиру-

емой по телевизору – первому экрану. Это может быть все что угодно: кадры со съемок телевизионного продукта, справка о том или ином актере, дополнительная сюжетная линия и т. д. Все что может быть интересно зрителю во время просмотра сценаристу необходимо учесть и добавить в приложение второго экрана [1]. Второй экран может синхронизироваться с происходящим на первом экране по звуку: устройство считывает аудио, определяет программу и подключается. Некоторые приложения придерживаются синхронизации по времени. Но как показывает практика, в пределах нашей большой страны с разными часовыми поясами и возможными техническими неполадками – это совершенно неудобно. Также на данный момент существуют Second screen приложения, которые работают и без синхронизации. В данном случае, канал предоставляет возможность изучить интересующую зрителя информацию и не включая телевизор [4].

Впервые патент на подобное изобретение был зафиксирован в 2003 году. Однако тогда компания Google подразумевала под вторым экраном настольный компьютер. Первым попавшим под веяние новой технологии стал американский сериал «Grey's Anatomy» в 2011 году. Зрителям стала доступна возможность получать расширенный контент о серии на своих iPad [2]. На отечественное телевидение второй экран пришел только в 2014 году во время Сочинских олимпийских игр. Такое массовое событие обязано было удивить телезрителей. Полная информация о спортсменах, правила, оперативные фотографии с разных ракурсов во время спортивных состязаний предоставляло приложение Первого канала в разделе Second screen. После грандиозного зимнего события функцию второго экрана в приложении упразднили [3].

Следующее появление на российском телевидении новой технологии состоялось также на главном федеральном телеканале в развлекательном шоу «Голос» и в приложении была расширена возможность интерактивности. Теперь телезритель, имеющий второй экран, мог в режиме реального времени повлиять на результат голосования и выбирать артиста, который достоин пройти в следующий тур телешоу. Кроме этого, в приложение была добавлена игровая

составляющая – пользователь получил возможность набирать баллы за активность. Поощрительная сторона в том, что лидеры по очкам получают билеты на финальную программу. Тенденция получения призов в приложениях Second screen сейчас стала достаточно популярной: зрителей привлекают призами и подарками, а также возможностью лично взять автограф у звезды. Все это, несомненно, вызывает зрительский интерес к приложениям Second screen.

Приложения Second screen можно разделить на два типа. Сквозной – базирующийся на контенте всего телеканала в целом, например СТС, ТНТ, ЕДА, Дом кино и др. Специфичный – основывающийся на определенной передаче, например шоу «Голос», «Артист», сериал «Молодежка» и др. Последний тип приложение также в основном является сезонным, так как рассчитан только на одну программу [2].

Далеко не каждый телеканал имеет второй экран, однако современные тенденции медиапотребления все стремительнее стараются эту ситуацию исправить. Второй экран – совершенно новая технология, которая только начинает свой путь становления на российском медиарынке, однако уже сейчас у многих телеканалов и даже отдельных программ существует приложение второго экрана. С каждым разом, телезрителю становится все привычнее использовать свой телефон во время просмотра телевизора. На данный момент, можно выделить уровень приложений таких каналов, как СТС, ТНТ, Дом кино и МатчТВ, у Первого канала также особо отличается продуманностью шоу «Голос».

Телеканал СТС обладатель одного из самых удобных и постоянно обновляющихся приложений, выполненного в основных цветах телеканала – желтом и черном. У приложения 4 основных раздела: главная страница, персональная лента, видео и трансляция телевизионного эфира. В дополнительных вкладках зритель может ознакомиться с телепрограммой, использовать промокод на получение баллов в приложении, изучить свою историю просмотров, а также вспомнить про отложенные видео. В главном разделе у приложения телеканала СТС представлены дополнительные материалы, например смешные моменты из сериалов или анонсирующие фотографии предстоящих передач. Помимо

этого, часто встречаются мини голосования: зрителя могут проверить на внимательность и спросить, например кем работал тот или иной герой в одном из сериалов. Также предусмотрены лайки и закладки, по которым формируется персональная лента новостей. Контент второго экрана у СТС достаточно разнообразный – от миниинтервью с актерами до рецептов интересных блюд. Телеканал СТС один из первых в России, кто создал Second screen с синхронизацией по звуку.

Акцент именно на втором экране как на технологии представлен в приложении телеканала Дом кино, которое синхронизируется с эфиром по времени, а не по звуку. Основные цвета, в которых выполнено приложение – белый, чёрный и серый. Структура телеканала Дом кино кардинально отличается от оформления СТС и предлагает пользователям только один раздел. Возможно менее функционально, но вполне удобно. Основа приложения – его эфирная сетка. Кадры из фильмов, на которых справа написано время, а слева название и жанр. Нажав на любой представленный телепродукт в сетке, пользователь может сразу оценить интересен ли ему этот контент или нет. Приложение Дом кино предлагает ознакомиться с кратким сюжетом фильма, узнать его режиссера и увидеть актеров, так же для более полной информации второй экран предоставляет ссылки на сайты Кинопоиск и Википедия. Сам же второй экран у приложения Дом кино представлен в виде ленты с фотографиями и интересными фактами о картине. Контентное наполнение самое разное: от фотографий локаций – до цитат актеров. Однако стоит заметить, что медиаресурсы задействованы крайне скудные, однако даже это объяснимо. Дом кино не использует во втором экране видео или аудиосоставляющую для того, чтобы полностью не отвлечь зрителя от просмотра фильма, а лишь разумно дополнить картину. Попутно с происходящим в фильме лента сама вставляет новый элемент и смещает пользователя, создавая эффект полного единения. Все вторые экраны у Дома кино строятся по одному и тому же хорошо продуманному шаблону. Зрителям представлена фотография, поверх нее короткий легкий для восприятия текст. Таких картинок в одном сегменте Second screen может быть несколько, но все

они будут объединены общей темой. Если телезритель имеет свой профиль в приложении Дом кино, он может поучаствовать в играх и добавлять фильмы в избранное. Также пользователь имеет возможность написать письмо телеканалу, воспользоваться функцией обратной связи.

Телеканалы СТС и Дом кино имеют разные форматы; первый – универсальный телеканал, второй – нишевый. При этом оба телеканала имеют приложения Second screen, цель у которых одна и та же – максимизировать зрительскую аудиторию, однако при сравнении видны отличия. В использовании оба приложения достаточно удобны для телезрителя. Телеканалы в своих приложениях стараются привлечь и удержать зрителя каждый своими методами работы с аудиторией, систематизацией материала и принципами работы со вторым экраном. Приложение СТС даёт много информации, но больше отдельной, не синхронной, у Дома кино развита систематизация. Приложение СТС предоставляет персональную ленту, Дом кино делает акцент на работу уведомлений. У приложения СТС хорошо развита интерактивная составляющая, в отличие от Дома кино, более понятна система баллов и поощрений. Помимо этого, пользователь имеет прекрасную возможность сделать из дополнительного экрана основной, выбрать и посмотреть что-то, либо присоединиться к эфиру, приложение Дом кино не предоставляет такой функции зрителю и остается все-таки исключительно вторым экраном. Специфика телеканала непосредственным образом влияет на наполняемость и структуру второго экрана.

Таким образом, исследуя и анализируя процессы, происходящие сегодня в медиаиндустрии, устанавливая взаимосвязь между процессами системы и определяя предпосылки их возникновения, педагог сможет грамотно формировать профессиональную компетенцию будущих специалистов.

### ***Список литературы***

1. Боголюбов Л. Второй экран покоряет телевидение: GlobalWebIndex опубликовал результаты исследования использования «второго экрана» во время просмотра телевидения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://>

[apptractor.ru/info/analytics/vtoroy-ekran-pokoryaet-televidenie.html](http://apptractor.ru/info/analytics/vtoroy-ekran-pokoryaet-televidenie.html) (дата обращения: 07.08.2019).

2. Телевидение в погоне за вторым экраном: что такое «второй экран»? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tricolortvmag.ru/article/tech/chto-takoe-vtoroy-ekran-/> (дата обращения: 30.07.2019).

3. Толмачева А. Использование «второго экрана» российскими телеканалами: технология и монетизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/9393-second-screen> (дата обращения: 05.08.2019).

4. Фролов Д. Второй экран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.r-trends.ru/investigations/investigations\\_1002.html](https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_1002.html) (дата обращения: 05.08. 2019).