



**Ефанов Александр Александрович**  
кандидат социологических наук, доцент, кафедра связей с общественностью и журналистики, Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Оренбургский государственный университет», г. Оренбург  
yefanoff\_91@mail.ru.

УДК 316.776

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРАКТИК МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ДИГИТАЛИЗАЦИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

*В настоящее время явление дигитализации стало проникать во все сферы жизнедеятельности общества. Если цифровизация межличностных коммуникаций возникла еще двадцать лет назад и продолжает эволюционировать до сих пор, то на уровне массовых коммуникационных потоков данный процесс отчетливо проявился лишь в последние годы. В этой связи форма и содержание медиапродуктов даже таких «традиционных» СМИ, как телевидение, подверглись значительным изменениям, что прямо отразилось на особенностях медиапотребления. Предметом рассмотрения настоящей статьи является трансформация практик медиапотребления в условиях дигитализации телевидения.*

*Ключевые слова: СМИ, телевидение, практики, медиапотребление, дигитализация.*

В настоящее время явление дигитализации стало проникать во все сферы жизнедеятельности общества. Термин «цифровой» сегодня активно употребляется применительно к экономике, сфере услуг, политике, педагогике и др., превратившись в своеобразный тренд 2010-х годов. На этом фоне коммуникационные процессы начали также протекать в условиях дигитализации. При этом если цифровизация межличностных коммуникаций возникла еще 20 лет назад и продолжает эволюционировать до сих пор (электронная почта, форумы, sms-сообщения, социальные сети, мессенджеры и проч.), то на уровне массовых коммуникационных потоков данный процесс отчетливо проявился лишь в последние годы.

В этой связи форма и содержание медиапродуктов даже таких «традиционных» СМИ, как телевидение, подверглись значительным



изменениям, что прямо отразилось на особенностях медиапотребления. Предметом рассмотрения настоящего исследования является трансформация практик медиапотребления в условиях дигитализации телевидения.

Впервые о переходе на цифровое телевидение десять лет назад – в 2007 году – заявил тогда еще первый заместитель председателя Правительства России Д. А. Медведев. Программа модернизации была прописана в «Концепции развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008-2015 годы» [1]. А уже будучи Президентом, в 2009 году Д. А. Медведев называл переход на «цифру» – «прорывной задачей»: «Это, в конечном счете, сможет создать для граждан максимум удобств. А именно, сделать их телеэкраны разнообразнее и, естественно, качественнее, не создав при этом других проблем» [2].

Программа перехода на цифровое телевидение неоднократно корректировалась. Изначально все россияне (как в больших городах-миллионниках, так и в отдаленных селах) должны были начать получать цифровой телесигнал уже в 2015 году. За пять лет до «часа икс» Д. А. Медведев подчеркивал, что «эта цель будет реализована: мы не должны плестись в хвосте научно-технического прогресса» [3].

Однако на деле оказалось, что за «пятилетку» подготовить не успели не только техническую инфраструктуру, но и нормативно-правовую базу. Нужно было законодательно определить критерии отбора телеканалов в мультиплексы, их соответствие техническим и контентным требованиям. В итоге Постановлением Правительства Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» была продлена до 2018 года [4].

К 2016 году стал окончательно сформирован пакет первого и второго мультиплекса (Таблицы 1.1–1.2). Как заявил руководитель Российской телевизионной и радиовещательной сети (РТРС) А. Ю. Романченко, полный переход на цифровое телевидение во всех регионах страны завершится в октябре 2018 года [5].

Таблица 1.1 Список телевизионных каналов первого мультиплекса

Позиция	Название	Собственник
1	Первый канал	Государство; Национальная Медиа Группа (НМГ); ОРТ-КБ
2	Россия 1	Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК)
3	Матч ТВ	Газпром-Медиа Холдинг
4	НТВ	Газпром-Медиа Холдинг; АО «Телекомпания НТВ»



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел I. Научные исследования. 2018. №1. ID 88

5	Пятый канал	Национальная Медиа Группа (НМГ); Правительство Санкт-Петербурга
6	Россия К	Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК)
7	Россия 24	Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК)
8	Карусель	ЗАО «Карусель» (Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК); ЗАО «Первый канал. Всемирная сеть»)
9	ОТР	АНО «Общественное телевидение России»
10	ТВ Центр	Правительство Москвы; ЗАО «Промторгцентр»

Таблица 1.2 Список телевизионных каналов второго мультиплекса

<i>Позиция</i>	<i>Название</i>	<i>Собственник</i>
11	РЕН ТВ	Национальная Медиа Группа (НМГ)
12	Спас	Финансовое хозяйственное управление Русской Православной Церкви (РПЦ); Спас-Медиа
13	СТС	ЮТВ Холдинг, СТС Медиа
14	Домашний	ЮТВ Холдинг, СТС Медиа
15	ТВ-3	Газпром-Медиа Холдинг
16	Пятница!	Газпром-Медиа Холдинг
17	Звезда	ОАО «ТРК «ВС РФ «Звезда»
18	Мир	ЗАО «Межгосударственная телевизионная и радиовещательная компания «Мир»
19	ТНТ	Газпром-Медиа Холдинг
20	Муз-ТВ	ЮТВ Холдинг, СТС Медиа
21	<i>Региональный телеканал</i>	<i>нет единого собственника</i>

Если в первый мультиплекс вошли телеканалы, прямо или аффилированно принадлежащие государству (список регламентирован Указом Президента РФ «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах»), то половину пакета второго мультиплекса заняли уже коммерческие телеканалы. Акторам регионального телевизионного рынка (которых в разных субъектах РФ насчитывается от 3 до 7) отводится только одна – 21-ая кнопка.

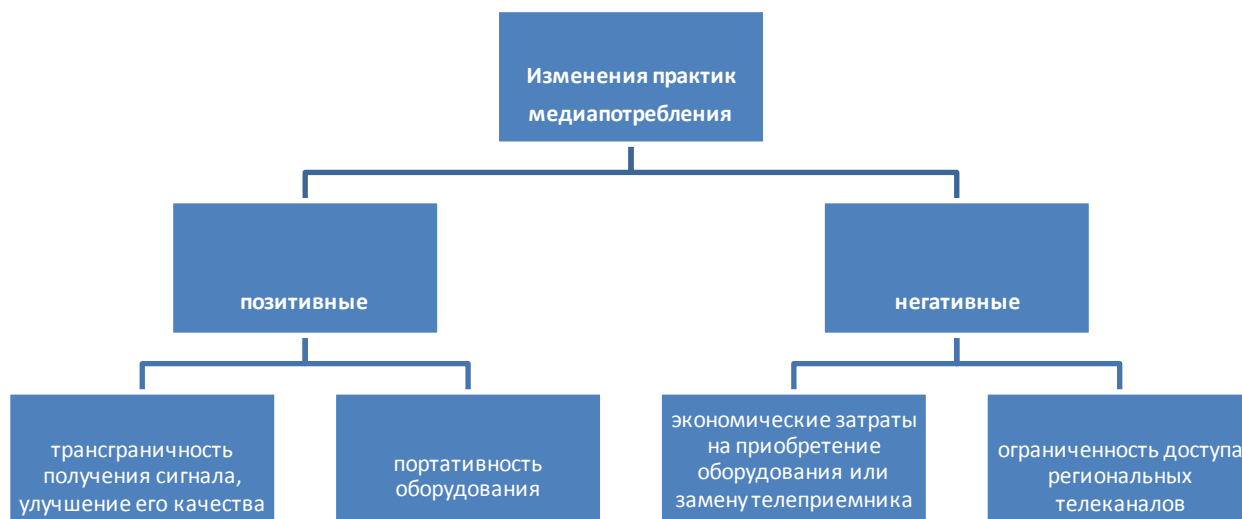


Рис 1. Изменения практик медиапотребления в условиях дигитализации телевидения

Что касается практик медиапотребления, в условиях дигитализации их изменения стали носить дуалистичный характер (Рис. 1).

Основной акцент авторы программы перехода на цифровое телевидение делали на трансграничность получения сигнала, улучшение его качества, а также портативность необходимого оборудования. Согласно их позиции, жители самых отдаленных сел смогут получать телевизионный продукт в высоком качестве, при этом любые погодные катаклизмы не повлияют на трансляцию.

Однако для этого потребуются технические вмешательства: либо замена телеприемника на более усовершенствованную «цифровую» модель, либо приобретение специальной приставки к старым телевизорам. Те и другие манипуляции требуют дополнительных финансовых вложений для потребителей, а потому вызывают неодобрение со стороны некоторых телезрителей.

Кроме того, как было сказано выше, цифровой пакет предполагает включение в него только одного регионального канала. Как показали результаты авторского исследования «"Обратная" сторона цифровизации ТВ» (методом полуструктурированного интервью экспертов (n=10) – менеджеров телеканалов, практикующих журналистов (редакторов, корреспондентов и ведущих), а также теоретиков медиа (преподавателей профильных факультетов и отделений) из Оренбурга, Екатеринбурга, Санкт-Петербурга и Москвы), при



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

Научное обозрение. Раздел I. Научные исследования. 2018. №1. ID 88

проведении торгов не учитывались объективные данные рейтинговых агентств. Как следствие, в Оренбургской области конкурс выиграл лояльный к действующей власти телеканал «ОРТ Планета» (согласно результатам авторского опроса «Доверие к телевидению» (n=400), меньше всего оренбуржцы предпочитают смотреть новости на телеканале «ОРТ Планета» – 7 % (для сравнения: ГТРК «Оренбург» – 34 %; «ОренТВ» – 30 %; ТРК «ТК-Регион» – 26 %)).

В условиях цифровизации востребованные у аудитории коммерческие телеканалы (которых в разных субъектах РФ насчитывается от 3 до 7), предлагавшие плюрализм мнений, но не попавшие в мультиплекс, будут вынуждены прекратить свое фактическое функционирование. Можно предположить, что в результате отсутствия альтернативных точек зрения на медиа-повестку низкорейтинговые провластные телеканалы превратят свои новости в пропаганду. Все это приведет к окончательной деструкции института регионального телевидения – «разрушению его целостности и упорядоченности, утрате главной информационной функции (ввиду несоответствия потребностям и интересам аудитории), <...> исполнению им исключительно посреднической роли – волеизъявителя политической элиты» [6].

В данных условиях региональное телевидение безвозвратно потеряет свою аудиторию. Потребители, не нашедшие релевантной для себя информации в телевизионном эфире, усилят миграцию в Интернет, «упрочивая позиции представителей гражданской журналистики – блогеров и обычных пользователей социальных сетей, – репрезентирующих «картину дня», лишённую ангажированности, вследствие чего потенциально способных выработать высокий «кредит доверия» у аудитории» [7].

Таким образом, в условиях дигитализации телевидения произойдет трансформация социальных практик аудитории как на уровне формы (качество «картинки», вездесущность сигнала), так и содержания (ангажированность новостей в результате сокращения акторов на телевизионном рынке с учетом сохранения на нем исключительно провластных телекомпаний). Изменения практик медиапотребления будут носить дуалистичный характер: не только позитивный (трансграничность получения сигнала, улучшение его качества; портативность оборудования), но и негативный (экономические затраты на приобретение оборудования или замену телеприемника; ограниченность доступа региональных телеканалов). Данное явление нуждается в дальнейшем изучении и осмыслении по мере реализации во всех регионах страны федеральной программы.



*Список использованных источников*

1. О Концепции развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008–2015 годы : распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2007 г. № 1700-р (в ред. Постановления Правительства РФ от 10.03.2009 № 219). URL: [http://minsvyaz.ru/common/upload/raspor\\_10-03-2009\\_219.pdf](http://minsvyaz.ru/common/upload/raspor_10-03-2009_219.pdf) (дата обращения: 25.05.2017).
2. Цифровое телевидение взято под контроль [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/162073/> (дата обращения: 25.05.2017).
3. Цифровое телевидение разворачивается без отставаний [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=408498> (дата обращения: 25.05.2017).
4. О продлении федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» до 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/19513/> (дата обращения: 25.05.2017).
5. Завтра на завтрак : На «Деловом завтраке» «РГ» в Останкинской телебашне говорили о переходе на цифровое телевидение [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2017/06/29/andrej-romanchenko-cifrovoj-efir-ohvatit-svyshe-98-procentov-naseleniia.html> (дата обращения: 5.07.2017).
6. Ефанов А. А. Влияние цифровизации на деструкцию института регионального телевидения // Власть. 2017. № 8. С. 52–53.
7. Ефанов А. А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 2. С. 67.



**Yefanov Alexander**

*Doctor of Sociology, associate Professor, Department of public relations and journalism, Federal state budget institution of higher education "Orenburg state University", Orenburg*

## **TRANSFORMATION OF MEDIA CONSUMPTION PRACTICES IN THE CONDITIONS OF TV DIGITALIZATION**

*At present, the phenomenon of digitalization began to penetrate all spheres of society's life. If the digitalization of interpersonal communications arose 20 years ago and continues to evolve to this day, then at the level of mass communication flows this process has clearly manifested itself only in recent years. In this regard, the form and content of media products even of such "traditional" media as television, underwent significant changes, which directly affected the features of media consumption. The subject of this article is the transformation of practices of media consumption in conditions of TV digitalization.*

*Keywords: media, television, practices, media consumption, digitalization.*

© АНО СНОЛД «Партнёр», 2018

© Ефанов А. А., 2018

### **Учредитель и издатель журнала:**

Автономная некоммерческая организация содействие научно-образовательной и литературной деятельности «Партнёр»

ОГРН 1161300050130 ИНН/КПП 1328012707/132801001

### **Адрес редакции:**

430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Ульянова, д.22 Д, пом.1  
тел./факс: (8342) 32-47-56; тел. общ.: +79271931888;  
E-mail: [redactor@anopartner.ru](mailto:redactor@anopartner.ru)



### **О журнале**

- ✓ Журнал имеет государственную регистрацию СМИ и ему присвоен международный стандартный серийный номер ISSN.
- ✓ Материалы журнала включаются в библиографическую базу данных научных публикаций российских учёных Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).



ISSN: 2500-4212. Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 67083 от 15.09.2016

**Научное обозрение. Раздел I. Научные исследования. 2018. №1. ID 88**

- ✓ Журнал является официальным изданием. Ссылки на него учитываются так же, как и на печатный труд.
- ✓ Редакция осуществляет рецензирование всех поступающих материалов, соответствующих тематике издания, с целью их экспертной оценки.
- ✓ Журнал выходит на компакт-дисках. Обязательный экземпляр каждого выпуска проходит регистрацию в Научно-техническом центре «Информрегистр».
- ✓ Журнал находится в свободном доступе в сети Интернет по адресу: [www.srjournal.ru](http://www.srjournal.ru). Пользователи могут бесплатно читать, загружать, копировать, распространять, использовать в образовательном процессе все статьи.

**Прием заявок на публикацию статей и текстов статей, оплата статей осуществляется через функционал Личного кабинета сайта издательства "Партнёр" ([www.anopartner.ru](http://www.anopartner.ru)) и не требует посещения офиса.**