

**Новейшие тенденции развития телевидения Воронежской области (2010-2015  
годы)**

**Перцев Сергей Сергеевич**

*Аспирант*

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

*E-mail: ssssp1@rambler.ru*

Мы с вами находимся на пороге нового этапа развития телевидения, когда наблюдаются активные процессы трансформации экономической (конвергенция), организационно-технической (цифровое ТВ) и творческой (новые жанры и форматы) составляющей телепроизводства. В таком контексте научное исследование данного вопроса приобретает особенную актуальность. Региональное телевидение меняется буквально на наших с вами глазах. О динамизме событий ярко свидетельствует следующий факт. Первый воронежский интернет-канал «VIC» стал открытием в 2012 году, а уже в 2013 он канул в небытие, вместе с тем оставив последователей. Так, ныне действующий СВИК-ТВ является неэфирным интернет-каналом.

В нашем исследовании мы постараемся систематизировать и охарактеризовать основные изменения, которые произошли с региональным телевидением за последние несколько лет.

Во-первых, происходит повсеместная медиаконвергенция региональных СМИ. Она имеет различные формы. У ГТРК «Воронеж» есть сайт, на котором можно посмотреть выходящие в эфир передачи. «Студия «Губерния» запустила круглосуточный интернет-канал. Агентство бизнес-информации «Абирег» стало производить аудиовизуальный контент. На сайте газеты «Время культуры» появилась одноименная телепередача.

Во-вторых, бурно развивается «неклассическое» неэфирное вещания. Причем отметим, что речь идет не о тех кто, транслирует готовый контент, а о тех, кто его производит. Действовали и действуют кабельные телеканалы («Форум 36», «КТВ»), сетевые телеканалы («Свик ТВ», «VIC ТВ»). Направление кажется весьма перспективным: абсолютное большинство жителей областного центра имеет выход в интернет и подключено к кабельному телевидению.

Из второго плавно вытекает третье. Количество регионального телевизионного контента резко увеличилось. Перечисление новых, нетипичных для воронежского телевидения форматов и программ может занять не одну страницу.

Складывающаяся конъюнктура привела к тому, что демассификация становится все более и более обозначенной. Стоит признать, зритель сегодня имеет самый широкий выбор за все время существования воронежского телевидения.

Оцените сами. В программном заявлении «КТВ» говорится, что целевой аудиторией канала являются люди от 30-ти до 55-ти лет с активной жизненной позицией. В то время как телеканал «VIC» ориентировался на молодежную аудиторию. Показателен и пример воронежских спортивных передач. «Спорт 36» («КТВ») - более взрослая программа для людей среднего и старшего возраста, «Марафон» («Губерния») - молодежная программа. Отсюда стилистические различия. Ведущая «Спорт 36» ведет передачу в студии и носит строгий костюм, а ведущий «Марафона» одет в свободном стиле, ведет передачу на улицах города, действие сопровождается музыкой.

Сегодня на воронежском телевидении можно найти программу для садоводов и огородников «Сезон забот» (ВГТРК), передачу «Гороскоп» («КТВ»), «мужские» программы

- ток-шоу «Твердый шаг», спортивные трансляции («КТВ») и многое другое.

Вместе с тем остается простор для новых идей. К примеру, на воронежском телевидении до сих пор нет детской телепередачи.