

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ МЕДИАПОЛЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ Г. ВОРОНЕЖА)

А.М. Шестерина

Воронежский государственный университет

Вектор развития современного российского телевидения обусловлен, с одной стороны, глобальными трансграничными процессами, далеко выходящими за пределы медиасферы, а с другой стороны – неповторимыми реалиями российского медиарынка, имеющими глубокие исторические корни в области экономики, политики, культуры. В связи с этим российское телевидение не только отражает общие тенденции развития этого сектора СМИ, но и преломляет их в призме конкретных социокультурных реалий. Особенно ощутимо это в регионах – каждый из которых имеет свою специфику, свои оригинальные экономические, политические, культурные условия бытования Медиа, заставляющие последние, с одной стороны, стремиться успеть за мировыми трендами, а с другой – не быть «неправильно понятыми» теми, от кого зависят реалии их стабильности.

Уровень развития российского телевидения на современном этапе вызывает противоречивые оценки. На фоне появления новых, потенциально значимых технологий, многие исследователи и практики фиксируют кризис форматов. Ряд ученых высказывает опасение в связи с низким уровнем содержания подавляющей части телепроизведений, а другие размышляют о риске отставания телевидения от сетевых Медиа. Региональная среда только актуализирует эти проблемы, заостряет их, делает чрезвычайно наглядными.

В этом исследовании мы отметим лишь несколько значимых с нашей точки зрения тенденций развития современного телевидения, вызывающих споры и дискуссии как среди исследователей массовой коммуникации, так и среди практиков, работающих на современных телеканалах. Мы посмотрим, каким образом они преломляются в призме региональных СМИ, и в чем конкретно ощущается своеобразие последних на современном этапе развития Медиа.

В числе наиболее очевидных тенденций важно назвать:

1. Все более заметное отторжение процесса производства телевизионного контента от трансляции. Значительная доля транслируемого контента производится сегодня не телеканалами, а продакшн-студиями. И этот процесс становится ощутимым в сфере общероссийского телевидения. Однако региональное телевидение в этом смысле ведет себя оригинально. Оно, как правило, сохраняет (или стремится к сохранению) процентного соотношения своего и чужого продукта. Во-многом это обусловлено исторически: отторжение процесса производства от трансляции было свойственно региональному телевидению давно. Редкий региональный телеканал создавал более 4-х часов ежедневного контента. Сегодня стремление выхода на сетевые платформы, высвобождение частот в связи с цифровизацией заставляют региональные телеканалы вести активный поиск контента. Однако они не спешат заказывать его продакшн-студиям, стремясь укрепить свою самостоятельность. Так, количество продакшн-студий в Воронеже, резко увеличившееся в 2010-е годы, в последнее время остается практически неизменным. Телеканалы стремятся производить контент самостоятельно. В результате возрастает количество передач наиболее «дешевого» в производстве телевизионного формата – формата студийной беседы;

2. Увеличение значения проектного подхода к созданию аудиовизуальных произведений. Эта тенденция наблюдается и на уровне всероссийских телеканалов, и на уровне каналов региональных. К примеру, воронежский телеканал ГНТ-Губерния использует проектный подход активно. В числе наиболее интересных и значимых проектов можно назвать: «Арт-проспект», «Мастер-класс», «Такие разные», «Да! Еда!», «Страна чудес», «Просто жизнь», «Адрес истории», «Открытая наука», «Народный ликбез», «Клуб дилетантов», «Территория успеха», «Соль земли», «Заметные люди», «Собрание сочинений», «Центральный PARK», «Викторина «Реальные пацаны», «Универ.

Новый сосед», Горячий обед с Интернами», «Стань звездой танцпола», «Танцы на ТНТ» и многие другие. В меньшей степени о преобладании проектного подхода можно говорить в случае с информационно-новостными каналами – такими, как ГТРК Воронеж. Однако и там авторские проекты все же присутствуют;

3. Усиление процесса конвергенции Медиа и все более активное включение в этот процесс так называемых «традиционных» телевизионных каналов. Инвестирование в бизнес, построенный на использовании сетевых технологий. В этом смысле региональные телеканалы можно разделить условно на две группы – те, которые активно используют сетевые платформы для трансляции собственных материалов и делают их едва ли не ключевыми (в Воронеже это СВИК-ТВ, РСТ), и те, которые используют сеть лишь в имиджевом ключе. Интересен относительно этого вопроса опыт телеканала «ТНТ-Губерния», который использовал сеть как своего рода «взлетную площадку» для формирования 24-часовой сетки вещания;

4. Изменение принципов программирования телеканалов, доминирование рейтингового подхода в структурировании сетки вещания и «разрушение» сетки вещания на кабельных (преимущественно узкоспециализированных) и сетевых телеканалах. На региональном медиарынке эта тенденция также претерпевает изменение. С одной стороны наблюдается определенный здоровый консерватизм в сохранении традиций форматирования и подчинение законам бытования региона в целом, а с другой именно на региональном рынке кабельные телеканалы могут позволить себе совершенно не задумываться о хронометраже и логике построения эфира: так ряд программ может быть построен с учетом стандарта, а какая-то часть эфира может копировать модель «медленного телевидения» - например транслировать ситуацию на улицах города с высоты птичьего полета на протяжении нескольких часов;

5. Снижение остроты программных столкновений на эфирных телеканалах. Это, пожалуй, та тенденция, которая и на региональном уровне заметна. Впрочем, региональное телевидение всегда отставало от своих центральных «коллег» в этом вопросе и теперь просто следует традиции. Информационное пространство региона поделено и, несмотря на конкурентность отношений между каналами, каждый из них имеет свою аудиторную, тематическую и жанровую нишу;

6. Изменение вектора взаимодействия со зрителем (архетип пользователя сменяется на архетип творца, увеличивается число программ-акций). Эта тенденция, пусть и не столь ярко, как во всероссийском эфире, проявляется в регионе. Так, канал СТС довольно часто проводит акции, направленные на подключение зрителя к транслируемому медиаконтенту;

7. Появление новейших технологий съемки и монтажа и усиление их влияния на изменение форматов телевизионных продуктов. В отличие от всероссийских телеканалов, региональные СМИ не спешат использовать инновации. Хотя эпизодически телеканал ГТРК Воронеж, например, использует в практике съемок GoPro, съемки с квадрокоптера, слоу-моушн и т.п. Но в большей степени фрагментарно, нерегулярно;

8. Диффузию жанров, предполагающую уместность использования контекстного подхода к определению типа видеопроизведения. Относительно этой тенденции региональные СМИ действуют довольно консервативно. Фундаментом эфира по-прежнему остаются новости и студийные беседы. Однако можно отметить в последнее время появление большого количества монологических программ в жанре выступления и прямых трансляций (преимущественно на онлайн-ТВ);

9. Изменение штатного расписания редакций (повышение коммерческой эффективности за счет сокращения персонала, сокращения расходов на производство программ) и т.д. Эта тенденция, безусловно, поддерживается региональными СМИ. По мере оснащения редакций современным оборудованием штат сотрудников сокращается.

Безусловно, обозначенные нами тенденции не исчерпывают всего спектра перемен, отмечаемых исследователями современного телевидения. Как видим, какие-то из них

поддерживаются региональным ТВ, в каких-то отмечается отставание. Тем не менее, можно констатировать тот факт, что ТВ региона движется в общем для Медиа направлении и в инновационных процессах выполняет роль своего рода «позднего большинства», принимающего нововведения лишь после тщательной проверки.