

УДК 070+316.77

КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА ГОРОДА И РЕГИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Алла Михайловна ШЕСТЕРИНА

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
394018, Российская Федерация, г. Воронеж, Университетская пл., 1
E-mail: shesterina@mail.ru

Аннотация. Исследован вопрос участия телевидения в формировании культурной среды города на современном этапе. В ходе социологического исследования определена значимая роль телевидения в культурной жизни региона. Отмечено изменение информационного поведения аудитории, связанное, в первую очередь, с влиянием сетевых технологий. Современное поколение зрителей характеризуется как многозадачное, интерактивное, играющее, проектное, создающее. В связи с этим констатируется необходимость изменения стратегии информационной политики в контексте распространения культурных ценностей, выявлены проблемы в этой сфере и предложены пути их решения. В числе наиболее значимых для региона проблем определены проблемы эффективного анонсирования культурных мероприятий, сокращение в сетке вещания спектра программ культурно-просветительской тематики, снижение качества телевизионного контента в целом и обеднение жанровой палитры. Отмечена необходимость в усилении взаимодействия информационной и культурной политики, в формировании системы мероприятий, направленных на развитие культурно-просветительского сектора медиа, в расширении политики налогового протекционизма и целевого финансирования телевизионных проектов, связанных с культурной сферой, в необходимости включения сетевых аудиовизуальных средств массовой информации в систему мероприятий по развитию социокультурной жизни города.

Ключевые слова: телевидение; медиа; культура

О влиянии телевидения на различные стороны жизни человека сказано немало. Однако динамика развития социокультурной среды последних лет настойчиво требует возвращения к исследованию этого вопроса. Медиатизация нашей жизни в целом и визуализация процессов обмена информацией становятся настолько очевидными, что игнорировать их влияние на различные сферы человеческой жизни уже не представляется возможным. Появление новых типов электронных медиа – сначала сетевых, а потом конвергентных, – породило и новые формы информационного поведения – трансмедийные, мультиканальные, потоковые [1; 2]. Усилился и технологически укрепился интерактивный компонент, оформились новые варианты участия граждан в формировании медиапространства, расширилась сфера вещания, улучшилось качество сигнала [3].

Изменились и характеристики самой аудитории [4; 5]. Так называемое «поколение милениалов», являющееся сегодня едва ли не основным потребителем медиа и потенциальным строителем будущего, характеризуется новыми поведенческими качествами в сфере медиапотребления. По мнению авто-

ров книги «Мультимедийная журналистика», это поколение можно назвать:

- многозадачным (привычка к одновременному использованию 3–4 коммуникативных устройств и включенность сразу в несколько медиасред);
- «смотрящим» (мир все больше воспринимается через визуализацию информации с помощью «картинок»);
- вуайеристским (современная коммуникация узаконила «подсматривание», трансляцию жизни онлайн и массовую саморепрезентацию; не случайно «селфи» – главное слово английского словаря 2013 г.);
- интерактивным (включенным в жизнь людей и сообществ с помощью мобильных устройств и социальных сетей);
- играющим (от геймерства и тестов/игр в медиа до гиф-анимации в репортажах о предвыборных политических дебатах);
- проектным (коммуникация – частая, доступная, на удаленном доступе, виртуальная – становится основой креативного проектного бизнеса, для которого не обязательно ходить на службу, а можно иметь идею, единомышленников, ноутбук и подключение к Сети);

- создающим (архетип пользователя сменился на архетип творца);
- обесценивающим (многим кажется, что создать медиаконтент просто) [4].

Наряду с этим современного читателя, зрителя, слушателя характеризуют такие качества, как мгновенная гиперэмоциональность, снижение способности к концентрации, снижение способности к запоминанию и воображению.

Современные медиа, безусловно, реагируют на эти перемены. Сообщения становятся короче, ярче, форма подачи – эмоциональнее, а интерактивное взаимодействие с аудиторией воспринимается как обязательный компонент медиапроизведения [6]. Все это поддерживается технико-технологическими новшествами, которые появляются едва ли не каждый день [7].

К сожалению, все это не решает проблем, существовавших в медиасфере до упомянутых нами трансформаций. Эти проблемы не только не исчезли, но стали в какой-то степени более выпуклыми и очевидными для исследователя, для журналиста-практика и, что самое важное, – для аудитории. Казалось бы, технологический рывок или, выражаясь скромнее, эволюция должны были дать и качественное изменение контента, трансформировать его в сторону решения кризисных задач. Этого не произошло. И если на уровне глобального медиаконтента еще может существовать иллюзия эволюции, то на уровне региональном не существует даже иллюзорной возможности охарактеризовать сегодняшний этап развития электронных медиа как эволюционный. Особенно остро обозначенная проблема ощущается на пересечении медиасферы и культурного поля региона. И ярче всего – в сфере тележурналистики. Это закономерно, ведь телевидение до сих пор остается ключевым каналом информирования населения о текущих событиях, а визуальное медиапотребление намного опережает чтение медиатекстов или прослушивание радиопрограмм как в традиционных, так и в сетевых средствах массовой информации. Популярность видеохостингов сегодня уже не нуждается в доказательствах. В нашем исследовании мы рассмотрим проблему взаимодействия телевидения и сферы культуры на примере воронежских медиа.

Телевидение традиционно считают зеркалом процессов, происходящих в обществе, – зеркалом, хотя и кривым, но отражающим тенденции развития социума. Региональное телевидение традиционно считалось приближенным по своей тематике к жизни города и региона, в котором оно создается. Однако в последнее время оно все больше тяготеет к отражению процессов глобальных – не только на уровне содержания, но и на уровне формальных изменений. С точки зрения выбираемых жанров, типов телепередач и форматов оно все больше стремится к подражанию крупным общероссийским каналам. В результате оно утрачивает особенный, камерный характер передач и не приобретает (в силу технико-технологических, экономических и кадровых ограничений) федерального масштаба. Наряду с этим ощутимы и процессы определенной стагнации, отставания телевидения в целом. Региональное ТВ сегодня можно охарактеризовать как более консервативное по отношению к общероссийскому, бедное в жанровом аспекте. Застойные явления связаны во многом с отсутствием динамики в освещении региональным телевидением серьезных социокультурных проблем и на фоне развития конвергенции с его почти тотальной зависимостью от региональных властей и глобальных медиа.

Если говорить о тенденциях, то на современных региональных телеканалах на протяжении многих лет информационные программы имеют наибольший удельный вес в сетке вещания. Вторую по частотности позицию занимают студийные передачи монологического формата или студийные беседы. Причины очевидны: такие передачи просты и дешевы в производстве. Так, на телеканале «ТВ Губерния» (г. Воронеж) передачи «Открытая наука» и «Собрание сочинений» представляют тип монологических программ. Они снимаются в одной и той же студии на хромакее. Герои – эксперты, деятели науки и культуры. В этой же студии снимаются студийные беседы формата «утренний коктейль» и целый ряд других программ. Сложных, постановочных, требующих детальной авторской проработки передач немного, как немного и развлекательных передач. Такую особенность регионального телевидения объяснить несложно: создание передач такого типа зачастую опирается на мощную фи-

нансовую, кадровую и технико-технологическую базу, как правило, отсутствующую в распоряжении региональных медиа.

Подобное состояние аудиовизуального сектора региональных СМИ не может не вызывать тревогу, поскольку, несмотря на развитие сетевых медиа, на региональном уровне для значительной части населения (особенно старшего возраста) именно телевидение до сих пор остается ключевым ценностноформирующим каналом. Сетевые медиа пока отстают от традиционных в этом аспекте, и особенно заметно это отставание в небольших населенных пунктах.

Важную роль телевидения в распространении культурных ценностей фиксирует Аналитический отчет по итогам социологического исследования по анализу и изучению культурной среды и культурной политики Воронежской области [8], который стал результатом комплексного исследования уровня культурного развития Воронежа в рамках проекта «Воронежский пульс», осуществленного по заказу администрации Воронежской области под руководством Э.В. Боякова. Исследование показывает, что наиболее популярным источником информации в сфере культуры и искусства для воронежцев стали телевизионные передачи: их выбрали 66,3 % респондентов. Вторыми по популярности стали газеты и журналы: их назвали 46,5 % респондентов. Заметно присутствие интернет-изданий (37,7 %), превзошедших по популярности радиопередачи (32,7 %) и социальные сети в Интернете (26,9 %). Существенной разницы в информационном поведении жителей Воронежа в зависимости от пола не наблюдается. Мужчины в большей степени предпочитают обращаться к сетевым ресурсам, чем женщины. Однако разница эта незначительна. В сельской местности, где Интернет еще не получил широкого распространения, зависимость от телевидения порой тотальна. Вот почему именно данный канал трансляции культурных норм и ценностей должен вызывать устойчивый интерес у всех сторон, заинтересованных в положительной социокультурной динамике региона.

Между тем результаты социологического исследования отношения воронежцев к уровню развития культурной среды города показало, что они явно не удовлетворены характером ценностей, транслируемых СМИ.

Оценка качества материалов культурно-просветительской направленности оказалась отрицательной, как и оценка эффективности медиа по отношению к сфере культуры в целом ($-0,23$ для СМИ в целом и $-0,33$ для телевидения).

Сопоставление этой ситуации с усилением роли СМИ в формировании культурного фона региона свидетельствует о наличии проблем в точке пересечения культурной и информационной политики, и проблемы эти нельзя игнорировать. В нашем исследовании мы постараемся охарактеризовать те из них, которые считаем наиболее значимыми.

Прежде всего, отметим, что с точки зрения форм вещания и возможностей доступа к аудитории современное телевидение в г. Воронеж фактически представляет жителям города полный спектр каналов, который некогда был свойственен лишь общероссийскому ТВ: это и эфирное, и кабельное, и спутниковое, и сетевое, и мобильное телевидение. Сочетание этих эфирных и неэфирных каналов с технико-технологической точки зрения приближается к федеральному уровню. Следовательно, вопрос заключается лишь в содержании и в эффективности участия медиа в реализации культурной политики региона.

А эффективность эта невелика. Если обратиться к качественному анализу каналов, аудиовизуальный контент которых отражает культурную жизнь города и области, то сектор культуры на этих телеканалах представлен слабо. Причем если о культурной жизни города мы еще можем узнать из выпусков новостей или немногочисленных тематических программ (как правило, авторского характера), то о том, что происходит в глубинке, мы узнаем лишь в исключительных случаях, как правило, находящихся на пересечении культуры и политики и культуры и экономики (например, участие губернатора в каком-либо культурном мероприятии).

Важно отметить и вытеснение программ культурно-просветительской направленности из сетки вещания региональных эфирных каналов. Существовавшая некогда в Воронеже традиция создания неигрового (документального) кино утрачена полностью, циклы программ, связанных с культурой, практически отсутствуют. А если такие передачи и появляются, то чаще всего они имеют заметный развлекательный характер и значитель-

ную долю рецептурности, что невыгодно отличает их от создаваемых некогда культурно-просветительских программ. Передачи прошлого характеризовало не только жанровое и форматное разнообразие, но и глубина информирования о культурных ценностях, широта охвата поднимаемых тем и компетентность, уникальность рассказчиков. Сегодня эта традиция если и не исчезла вовсе, то во многом утрачена. Отчасти она компенсируется программами сетевого ТВ (как это делает, например, телеканал «ТВ Губерния» в таких передачах, как «Открытая наука», «Арт-проспект», «Собрание сочинений»), но количество и география просмотров пока не позволяют воспринимать их как альтернативу эфирному вещанию.

Кроме того, сетевое видео имеет существенные отличия от видео традиционных медиа как по форме, так и по содержанию (особенно в вопросе формирования повестки дня и управления локусом интереса аудитории). Эти специфические черты, с одной стороны, настолько очевидны, что их невозможно игнорировать, с другой – отличаются такой интенсивной трансформацией, что за ними сложно уследить. В сфере культуры они, например, отражаются в интересе авторов к уже разрабатываемым темам, в сокращении хронометража, дробной подаче информации и т. д.

Традиционное телевидение, в свою очередь, испытывает мощнейшее влияние сетевого видео и изменяется, быть может, не столь активно, но также заметно [9]. Трансформация информационных запросов аудитории (особенно молодой и активной) сегодня уже не позволяет снимать телевизионные передачи так, как это было принято в XX веке, а поиск новых форматов и средств выразительности происходит настолько интенсивно, что неудачных решений в результате мы наблюдаем не меньше, чем удачных.

Конечно, мы не можем игнорировать тот факт, что сетевое видео не ограничивается границами региона. То есть по отношению к информированию аудитории в области культуры и искусства оно заполняет едва ли не все тематические ниши. Сетевое видео отличается большей широтой тем, яркой персонализированностью, нонконформизмом, с одной стороны, и акцентированием позитивистской и гедонистической парадигмы

мышления – с другой. Этот последний аспект не может не вызывать тревоги, поскольку видеоблоги культурно-просветительской направленности нередко можно охарактеризовать как псевдодокументальные, созданные в жанрах докьюментари или мокьюментари и не столько приобщающие людей к культурным ценностям, сколько отталкивающие аудиторию от высоких образцов искусства.

Отчасти ситуации компенсируется обогащением жанровой палитры культурно-просветительских видеоблогов. В этом аспекте сетевое видео добавило к традиционным жанрам и типам передач уже сейчас более 20 жанров видеоблогов и довольно много жанров любительского видео. К наиболее востребованным со стороны аудитории можно отнести стрим, стори, лэтсплэй, лайфхак, пранк. Эти жанры, бесспорно, имеют глубокие исторические корни и возникли не на пустом месте. Существовали они и на традиционном ТВ. Однако в сети они стали более заметны и используются зачастую в культурно-просветительском секторе вещания (ярче всего это заметно в таких жанрах, как трэвел-блоги, обзоры, топы, скетч-шоу).

И все же, несмотря на попытку сетевых СМИ компенсировать те пробелы, которые отмечаются в культурно-просветительской сфере со стороны традиционных медиа, проблема эффективности остается нерешенной. Назовем наиболее важные, на наш взгляд, ракурсы этой проблемы. Один из них связан со взаимодействием таких компонентов жизни любого региона, как информационная политика и культурная политика.

Процесс формирования культурной политики в регионе должен идти рука об руку с формированием политики информационной. Во-первых, медиакультура давно уже стала неотъемлемой частью культуры в ее широком понимании, а во-вторых, без анонсирования и репрезентации в электронных медиа любые усилия в области культуры и искусства сегодня будут заметно менее эффективны, чем могли бы быть. Это связано не только с освещением текущих культурных мероприятий, но и с процессом формирования культурных норм, базовых ценностей, представлений о том, какие явления в области культуры и искусства являются знаковыми, а какие нет. Медиа также активно влияют и на бытовую культуру, культуру взаимоотноше-

ний, формируют потребности в этой сфере и демонстрируют формы их удовлетворения.

Несмотря на все вышесказанное, на уровне Воронежа и Воронежской области системного взаимодействия в сфере культурной и информационной политики все еще не наблюдается. Так, в числе ключевых направлений в работе Департамента культуры обозначена работа по обеспечению свободного доступа всех категорий граждан к культурным благам и информационным ресурсам, однако участие СМИ практически не рассматривается. Видимо, предполагается, что этот доступ будут обеспечивать иные каналы коммуникации. Однако надежды на это в современном информационном мире обречены на провал – особенно по отношению к молодой части аудитории, так называемому «поколению милениалов». Встречного движения также практически не наблюдается. В числе реализуемых Департаментом связи и массовых коммуникаций Воронежской области проектов отсутствуют те, что направлены на развитие культурно-просветительского сектора СМИ. Нет таких проектов и в рамках деятельности администрации городского округа г. Воронеж.

Отсутствуют подобные инициативы и со стороны электронных СМИ, телеканалов. Практически нет их заинтересованности в поиске и распространении новейших событий в сфере культуры и искусства. Значимых проектов в рамках эфирных (наиболее доступных населению) каналов мы также не обнаружили, что ощущается горожанами как определенный пробел в информировании и отражено в упомянутом ранее социологическом исследовании: «Газеты, журналы, телевидение. Молодежь не верит им. А молодежь – это то, на что надо опираться. Каналы общения больше неформальные» [8].

Налицо разрыв между имеющимся эффективным каналом распространения и интериоризации культурных ценностей и эффективностью использования этого канала со стороны структур, заинтересованных в таком распространении. Этот разрыв тем более опасен, что значительная доля респондентов приводимого выше исследования (11 % мужчин и 8 % женщин) в числе ключевых проблем культуры Воронежа называют недостаток опережающей информации о культурных мероприятиях. Многие отмечают ситуацию,

когда об интересном мероприятии они узнали уже после его завершения [8, с. 183].

Еще одна проблема отрасли – отсутствие устойчивой связи между транслятором и аудиторией. Так, спорадическое появление в сетке вещания эфирных каналов передач или сюжетов о событиях, связанных со сферой культуры, не воспринимается аудиторией системно. Зритель просто не понимает, когда именно он сможет получить, например, анонсы о событиях в культурной сфере. Отсутствие значимых и широко известных зрителю телевизионных проектов культурно-просветительского характера – также серьезный пробел во взаимодействии информационного и культурного сектора города.

И, наконец, нельзя не отметить в целом низкий уровень подготовки материалов. В передачах культурной тематики часто отмечается примитивизация сложных явлений, стереотипизация: одни и те же лица, одни и те же события, отсутствие поиска новых форм, утрата традиций. В результате наблюдается эффект понижающей селекции (качественный зритель не воспроизводится). Исключением из этого правила можно считать информационные мультипроектные кампании, направленные на освещение ярких событий в области культуры и искусства (например, «Платоновский фестиваль»).

К сожалению, разрушение традиционных канонов, сложившихся в подходе к освещению культурной тематики, приводит к катастрофическому опустошению содержания самих произведений искусства и является наиболее серьезным поводом для беспокойства.

Ключевые причины кризисных процессов, отмечаемых нами во взаимодействии культурной и информационной сферы, мы видим, прежде всего, в активной трансформации медиасферы, которая требует новых подходов как со стороны государства, так и со стороны самих СМИ. Эта причина усугубляется также отсутствием координации культурного и медиасектора со стороны властей. Частные инвестиции здесь не позволяют решить задачу системно и в динамике, поскольку анализируемая сфера, как правило, не дает быстрой прибыли, а – концентрация медиавладельцев на рейтингах и потребность получать финансовую выгоду мгновенно.

венно препятствуют развитию качественного контента.

Способы преодоления кризиса информационной политики в сфере культуры, на наш взгляд, таковы:

- разработка четкой информационной политики властей в сфере культуры на основе системности и учета динамики сектора и в кооперации Департамента культуры и Департамента связи и массовых коммуникаций;
- целевое финансирование проектов, связанных с трансляцией культурных и духовных ценностей и поддержанием интереса к ним; политика налогового протекционизма;
- поддержка активно развивающихся проектов в сфере культуры.

В целом можно заметить, что количественный анализ медиасектора относительно его участия в реализации культурной политики региона малоэффективен. Анализ качества контента имеет здесь решающее значение. Мы живем на этапе доминирования информационной цивилизации, когда проникновение СМИ в нашу жизнь становится повсеместным и телевидение конструирует социальную реальность через формирование экранных образов. В этой ситуации игнорировать его участие в формировании культурной среды региона невозможно. Информационная политика и культурная политика, несомненно, должны иметь больше точек соприкосновения, чем те, которые обнаруживаются сегодня.

Список литературы

1. *Вартанова Е.Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013. 278 с.

2. *Коган В.З.* Теория информационного взаимодействия: философско-социологические очерки. Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1991. 316 с.
3. *Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В.* Психология жителей Интернета. М., 2011. 224 с.
4. Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.
5. *Солдатова Г.* Цифровое поколение. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/01/29/67231-lektsiya-galiny-soldatovoy-171-tsifrovoye-pokolenie-kompetentnost-i-bezopasnost-187> (дата обращения: 10.02.2017).
6. *Пронина Е.Е.* Психология журналистского творчества. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. 230 с.
7. *Стерликов Д.А., Шестерина А.М.* Игры со временем на телевизионном экране («слоумоушн», «манекен челендж» и «таймлапс» в структуре регионального телеэфира). URL: <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2017/6-reg-zhurnalist/2/sterlikov.pdf> (дата обращения: 19.12.2017).
8. Аналитический отчет по итогам социологического исследования по анализу и изучению культурной среды и культурной политики Воронежской области / под ред. Э. Боякова. Воронеж, 2013. 428 с.
9. *Шестерина А.М.* Проблемы формирования регионального интернет-телевидения // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 234-237.

Поступила в редакцию 25.12.2017 г.

Отрецензирована 29.01.2018 г.

Принята в печать 06.03.2018 г.

Информация об авторе

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики. Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация. E-mail: shesterina@mail.ru

Для цитирования

Шестерина А.М. Культурная среда города и региональное телевидение: проблемы взаимодействия // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. Тамбов, 2018. Т. 4, № 13. С. 31-38.

THE CITY CULTURAL ENVIRONMENT AND REGIONAL TELEVISION: THE PROBLEMS OF COOPERATION

Alla Mikhaylovna SHESTERINA

Voronezh State University
1 Universitetskaya Sq., Voronezh 394018, Russian Federation
E-mail: shesterina@mail.ru

Abstract. The issue of the television participation in the formation of the modern city cultural environment is examined. In the course of sociological research the significant role of television in the cultural life of the region is determined. There is a change in the information behavior of the audience, connected with the influence of network technologies. The modern generation of viewers is characterized as multitasking, interactive, playing, projecting and creating. In this regard it is stated that there is a need for changes in the information policy in the context of cultural expansion. Problems in this sphere are identified and solution ways are found. Some of the most important problems for the region are effective announcement of cultural events, reduction in the broadcasting network of cultural and educational programs, a decrease in the quality of television content in general, and a depletion of the genre palette. There is a need to strengthen the interaction of information and cultural policies, to formulate a system of measures aimed at developing the cultural and educational sector of media, to broaden the policy of tax protectionism and targeted financing of television projects related to the cultural sphere in the need to include network audiovisual media in the system of development of social and cultural life of the city.

Keywords: television; media; culture

References

1. Vartanova E.L. *Postsovetskie transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Former-Soviet Transformations of Russian Media and Journalism]. Moscow, MediaMir Publ., 2013, 278 p. (In Russian).
2. Kogan V.Z. *Teoriya informatsionnogo vzaimodeystviya: filosofsko-sociologicheskie ocherki* [Theory of Informational Interaction: Philosophical and Sociological Essays]. Novosibirsk, Novosibirsk University Publ., 1991, 316 p. (In Russian).
3. Kuznetsova Y.M., Chudova N.V. *Psikhologiya zhitel'ev Interneta* [Psychology of Internet Population]. Moscow, 2011, 224 p. (In Russian).
4. Kachkaeva A.G., Shomova S.A. (ed.). *Mul'timedijnaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]. Moscow, Publishing House of Higher School of Economics, 2017, 413 p. (In Russian).
5. Soldatova G. *Tsifrovoe pokolenie* [Digital generation]. (In Russian). Available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/01/29/67231-lektsiya-galiny-soldatovoy-171-tsifrovoe-pokolenie-kompetentnost-i-bezopasnost-187> (accessed 10.02.2017).
6. Pronina E.E. *Psikhologiya zhurnalisticheskogo tvorchestva* [Psychology of Journalism Creativity]. Moscow, Moscow, University Publ., 2003. 230 p. (In Russian).
7. Sterlikov D.A., Shesterina A.M. *Igry so vremenem na televizionnom ekrane («slou-moushn», «maneken chelendzh» i «taymlaps» v strukture regional'nogo teleefira)* [Games with the time on television screen (slow-motion, mannequin challenge and timelapse in the structure of regional TV airtime)]. (In Russian). Available at: <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2017/6-reg-zhurnalist/2/sterlikov.pdf> (accessed 19.12.2017).
8. Boyakov E. (ed.). *Analiticheskiy otchet po itogam sociologicheskogo issledovaniya po analizu i izucheniyu kul'turnoy sredy i kul'turnoy politiki Voronezhskoy oblasti* [Analytical Report on Results of Sociological Investigation on Analysis and Study of Cultural Environment and Policy of Voronezh Region]. Voronezh, 2013, 428 p. (In Russian).
9. Shesterina A.M. Problemy formirovaniya regional'nogo internet-televideniya [Problems of formation of the regional Internet-television]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika – Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2014, no. 1, pp. 234-237. (In Russian).

Received 25 December 2017

Reviewed 29 January 2018

Accepted for press 6 March 2018

Information about the author

Shesterina Alla Mikhaylovna, Doctor of Philology, Professor, Professor of Television and Broadcasting Department. Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation. E-mail: shesterina@mail.ru

For citation

Shesterina A.M. Kulturnaya sreda goroda i regionalnoe televidenie: problemy vzaimodeystviya [The city cultural environment and regional television: the problems of cooperation]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Obshchestvennyye nauki – Tambov University Review. Series: Social Sciences*, 2018, vol. 4, no. 13, pp. 31-38. (In Russian, Abstr. in Engl.).