

УДК 070(477.75):070(470+571)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРЫМСКИХ СМИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВО РОССИИ

Первых Д. К.

**Таврическая академия (структурное подразделение)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»,
Симферополь, Россия
E-mail: dianavasileva@yandex.ru**

Современная историческая реальность такова, что под нее сегодня приходится подстраиваться как крымским СМИ в России, так и федеральным СМИ в Крыму. Более того, Крым пытаются использовать как «разменную монету», а крымские медиа нередко становятся объектами спекуляций на политической почве. Полуостров в силу богатой практики непростых исторических прецедентов остается сложным регионом. Задача современной крымской журналистики – максимально правдиво, объективно и при этом толерантно донести информацию о крымской реальности не только до крымчан, россиян, но и до аудитории ближнего и дальнего зарубежья.

В статье анализируются вопросы развития крымских средств массовой информации в первые пять лет нахождения Крыма в составе Российской Федерации, делается попытка определить функциональные аспекты и эффективность работы крымских массмедиа в условиях конкурентной среды с федеральными СМИ. Изучение работы крымских медиаресурсов позволяет лучше понять природу современной медиасистемы Крыма, а также определить, какое место она занимает в общей медиасистеме России. Полученные выводы дают возможность ответить на вопрос: в чем заключаются отличительные особенности крымского медиапространства от информационного поля других регионов России, а также определить уровень востребованности информации из Крыма федеральными и региональными массмедиа.

Ключевые слова: медиасистема Крыма, информационное пространство России, СМИ Крыма и Севастополя, тележурналистика, радиожурналистика, цифровое вещание, информационные кластеры.

ВВЕДЕНИЕ

С 2014 года Крым интенсивно внедряется в политическое, экономическое, культурное, образовательное пространство России, а также становится неотъемлемой частью медиасистемы Российской Федерации. Функционирование крымских СМИ в новых геополитических реалиях требует научного подхода и осмысления. Публикация посвящена анализу развития крымских СМИ и их интеграции в российское медиапространство. Изучение медиасистемы Крыма и Севастополя, на наш взгляд, важно для понимания информационно-коммуникационной медиаситуации на полуострове.

После Общекрымского референдума 2014 г. Крым стал объектом внимания не только в геополитическом, национальном, культурном аспекте, но и в научном. В

2015 г. на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова была создана межкафедральная исследовательская группа ученых, которые работали над проектом, связанным с изучением различных сегментов медиасистемы Крыма, элементов коммуникативного процесса, а также тематических направлений. В результате в 2018 г. был опубликован научный сборник статей «СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России» [5]. Авторы предприняли попытки проанализировать все сегменты медиарынка Крыма и Севастополя в первые три года нахождения полуострова в России: проблемы и тенденции развития в Крыму новых медиа (Колмагорова А. А., Приходько Д. В., Щепилова Г. Г.), типологические особенности печатных СМИ (Мельников В. А., Петухов С. А.), особенности организации крымского телерадиоэфира (Громова Е. Б.), рекламные технологии (Макарина А. И., Щепилова Г. Г.) и даже языковую специфику крымских средств массовой информации (Шаповалова И. В.). Сегодня изучение вопросов интеграции крымских СМИ в медиaprостранство России остается актуальным, особенно в условиях перехода СМИ 14 октября 2019 г. на цифровой формат вещания.

Целью предлагаемой статьи является изучение специфики интеграции крымских массмедиа в новое для полуострова медиaprостранство России.

Задачи:

- рассмотреть особенности работы крымских СМИ в последнее пятилетие;
- определить функциональные аспекты и эффективность работы крымских массмедиа в условиях конкурентной среды;
- выявить отличительные особенности медиaprостранства Крыма от медиaprостранства других регионов России;
- оценить эффективность перехода Республики Крым на цифровое вещание;
- определить степень востребованности информации о Крыме и из Крыма, опираясь на данные об уровне цитируемости крымских массмедиа федеральными и региональными СМИ.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

В условиях новых исторических перспектив, когда в начале 2014 г. Крым перестал быть частью медиасистемы Украины, но по объективным причинам еще не успел внедриться в медиасистему России, в Крыму остро стал вопрос специфики работы крымских СМИ. Медиасистему Крыма, а также ее взаимодействие с медиасистемой России пришлось создавать. Крымская медиаиндустрия стремилась выработать свою тактику и стратегию развития. При этом становление крымских СМИ в России происходило под влиянием уже сложившихся традиций крымской журналистики.

Стоит отметить, что в 2014 г. в Крыму работали четыре региональных телеканала: Государственная телерадиокомпания «Крым», частный телеканал ООО «МедиаГрупп «TV FM», коммерческая «Телерадиокомпания ИТВ», а также частный крымско-татарский телеканал «АТР». Давайте разберемся, какова их судьба сегодня? Крымско-татарский телеканал позиционировал себя резко оппозиционным по отношению к правительству, тиражировал большое количество негативных новостей, являлся, по большей части, источником дезинформации на полуострове. Подробнее о специфике работы телеканала в 2014–2015 гг. можно узнать в статье Первых Д. К., Онофрончук К. И. «Об идейной составляющей крымской тележурналистики в период Крымской весны» [3]. 1 апреля 2015 г. по инициативе владельцев крымско-татарский телеканал «АТР» прекратил вещание на территории Крыма. Официальной причиной послужило то, что учредители не успели собрать полный пакет документов для подачи в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Роскомнадзор) для получения лицензии на вещание. Однако, уже 24 апреля 2015 г. Глава Крыма С. В. Аксенов подписал указ о создании Общественной крымско-татарской телерадиокомпания (АНО "ОКТРК") – «Миллет». В таких условиях вопрос вещания крымско-татарского телеканала «АТР» был закрыт с момента создания телеканала «Миллет». По уставу компания обязалась «оказывать услуги по производству и распространению телерадиоканалов, обеспечивающих глубокое и

всестороннее освещение общественно-политической, экономической и культурной жизни Республики Крым, оперативно информировать о событиях в Республике Крым и за её пределами во всех областях деятельности, затрагивающих интересы крымско-татарского народа, преимущественно на крымско-татарском языке» [7].

Регулируя деятельность СМИ, следует непременно учитывать, что свободная конкуренция не всегда гарантирует реальный плюрализм мнений. Так случилось с телеканалом «АТР». Другими словами, телеканал не выдержал конкуренции и покинул рынок крымских медиа. Сегодня пользуется доверием и имеет широкую аудиторию среди крымско-татарского населения полуострова телеканал «Миллет». Безусловно, часть крымских татар продолжают отдавать предпочтение телеканалу «АТР», осуществляющему трансляцию в сети Интернет. Следует отметить, что аудитория телеканала в сети значительно сузилась, и причиной явилось то, что среди крымско-татарского населения использование кабельного, IPTV, не стало традицией. С каждым годом, как и предполагалось, позиции «АТР» среди крымских татар ослабевают, о чем свидетельствует расширение зрительской аудитории телеканала «Миллет». Новая крымско-татарская телерадиокомпания перешла на цифровое вещание, а также начала спутниковое вещание, что позволяет ей выходить на широкую зрительскую аудиторию Российской Федерации и стран ближнего зарубежья.

На протяжении последних пяти лет в крымском информационном пространстве продолжали работу две частные телекомпании «TV FM» и «ИТВ». Структура и принципы работы телеканалов, их программное наполнение практически не менялись, изменялся лишь тематический и новостной контент. Дальнейшее существование медиа определялось степенью их готовности к реформам и вхождению в российскую медиасистему. С переходом Республики Крым на цифровой формат вещания телеканал «TV FM» в сентябре 2019 г. прекратил свою работу. Компания «ИТВ» также не предпринимала попытки получить лицензию Роскомнадзора на цифровое вещание. Телеканал продолжил работать в аналоговом и кабельном форматах. Как следствие, по объективным причинам, зрительская

аудитория «ИТВ» резко сократилась. К сожалению, в условиях перехода на цифровой стандарт вещания этот процесс неизбежен и необратим.

Следует признать, что сегодня историческая реальность такова, что под нее приходится подстраиваться как крымским СМИ в России, так и федеральным СМИ в Крыму. Более того, сегодня Крым пытаются использовать как «разменную монету», а средства массовой информации нередко становятся спекуляцией на политической почве. Крым в силу богатой практики непростых исторических прецедентов, многонациональности, поликонфессиональности остается сложным регионом. Задача современной крымской журналистики – максимально правдиво, объективно и при этом толерантно передать историческую и социальную реальность не только крымской аудитории, но и аудитории с материка.

Вернемся к 2014 году, году основания медиасистемы крымских СМИ в России, трудному, но очень перспективному. В этой связи следует обратить особое внимание на работу Государственной телерадиокомпании «Крым», которая не прекращала вещание, оставаясь крайне востребованной крымской аудиторией. Телеканал «Крым» был единственным полным источником достоверных крымских новостей, стал единственной стабильной эфирной площадкой для встреч политиков, экономистов, социологов, политологов с региональной аудиторией, организовал новую для себя структуру – Открытый пресс-центр, в котором было аккредитовано более 2500 российских и зарубежных журналистов.

Уже через год, 31 декабря 2015 г., ГТРК «Крым» изменила и расширила свою структуру, трансформировавшись в Автономную некоммерческую организацию «ГТРК «Крым», включающую в себя медиаплощадки в социальных сетях, мультимедийный Республиканский пресс-центр, а также пять СМИ, ориентированных на различную целевую аудиторию:

- телеканал «Первый крымский»;
- телеканал «Крым 24»;
- радиостанцию «Крым»;
- радиостанцию «Море»;
- проводное радио «Крым. Точка».

Давайте разберемся, чем же отличаются телеканалы «Первый крымский» и «Крым 24»? Итак, телеканал «Первый крымский» вещает 24 часа в сутки в цифровых SD и HD форматах, представлен во всех кабельных сетях Крыма и России. Основу сетки вещания составляют телепроекты собственного производства различных жанров и направлений: информационные, аналитические, познавательные, краеведческие, развлекательные, спортивные, музыкальные, детские, культурологические.

В свою очередь, телеканал «Крым 24» представляет собой мощный региональный информационный ресурс, вещает круглосуточно в цифровых SD и HD форматах, а также на двух спутниках. «Крым 24» имеют возможность смотреть зрители всей территории России и части евразийского континента. Контент телеканала «Крым 24» составляют преимущественно информационные и аналитические телепередачи, документальные фильмы и специальные репортажи. Целевая аудитория «Первого крымского» и «Крыма 24» в целом отличается, но нередко она становится общей для телеканалов. Это связано, по всей видимости, с тем, что большинство крымчан не дифференцируют эти телеканалы как автономные СМИ, воспринимая их единой медиаструктурой. Так, посмотрев выпуск новостей одного телеканала, зрители чаще всего переключают свое внимание на другой телеканал, продолжая мониторить крымские новости. Связана ли эта особенность с дефицитом региональных СМИ на полуострове, сказать трудно. Можно предположить, что дело в человеческом факторе – привычке «перескакивать» с одного канала на другой (региональный, федеральный) в поисках дополнительных источников информации. В данном случае речь идет о селективном просмотре телеканалов, когда воспринимаются фрагменты программ или сообщений, которые зритель фиксирует как центры интереса.

Так, учитывая сложившуюся ситуацию в медиапространстве Крыма, руководством АНО «ТРК «Крым» было принято решение провести реформы в организации производства и построении эфира на крымских телеканалах и радиостанциях. В частности, были внесены изменения в концепции всех СМИ, входящих в медиахолдинг, урегулировано взаимодействие радио и телеканалов с

целью организации общего «медиацентра», генерирующего единый информационный и рекламный продукт, проведен брендинг новых СМИ и ребрендинг старых, определены критерии контрпрограммирования эфира двух конкурирующих телеканалов путем планового разделения контента. Два конкурирующих канала одновременно предлагали зрителям абсолютно разный информационный продукт. Можно сказать, что телеканалы «Первый крымский» и «Крым 24» разделили аудиторию. В итоге, оба канала являются у зрителей одинаково популярными и востребованными. Конкуренцию им создают только федеральные СМИ. Между тем, подсчитать объем аудитории крымских телеканалов в современных реалиях довольно трудно – на полуострове не работают крупные исследовательские компании, например, Mediascope, проводящая мониторинги на территории России. В целом, телевизионная аудитория в Российской Федерации, согласно прошлогодним исследованиям Фонда общественного мнения (ФОМ), составила 63% от общего числа россиян. Сопоставима с аудиторией телевидения только аудитория радиостанций. Радио остается одним из самых влиятельных средств массовой информации в мире. Только в России его регулярно слушают более половины жителей страны. Так, по результатам исследования Radio Index за первый квартал 2019 г. ежедневно радио слушают 62,9% населения Российской Федерации [1]. В то же время для радиослушателей, как и для телезрителей, характерна селективная специфика восприятия информации. По данным социологических исследований, чаще всего люди слушают радио дома и в транспорте. Следовательно, настроившись на определенную радиоволну, человек слушает эфир эпизодически, акцентируя внимание либо на определенном виде радиопередач, либо на определенном музыкальном формате.

Следует признать, что радиостанции, входящие в медиахолдинг АНО «ТРК «Крым», являются серьезными игроками на рынке крымского радиоэфира и стали в один ряд с известными радиобрендами. Радиостанции «Море» и «Крым» кардинально отличаются друг от друга по формату вещания и имеют разную целевую аудиторию. Непопулярной радиостанцией остается только радио «Крым.Точка» (проводная информационно-музыкальная радиостанция, имеющая также частоты в

FM диапазоне). Ее эфир составляют новости общественно-политического характера, а также широкий спектр просветительских, детских, образовательных программ. Количество слушателей у «Крым.Точки» ограничено. Однако следует отметить стабильность этой аудитории, возрастной порог которой определяется как 60+.

Радио «Море» – развлекательно-познавательная радиостанция для молодежи (18+), классический «радиоблокбастер». Сетку вещания составляют прямые эфиры и передачи развлекательного характера: музыкальные новости, новости из мира моды, радиопередачи о событиях культуры и искусства на полуострове, о музыкальном плагиате, об истории Крыма и Севастополя, развлекательные ток-шоу, а также программы поздравлений. Можно сказать, программное наполнение соответствует народному определению «не мешай музыке». Музыкальный формат «Моря» – популярная музыка, современные хиты в горячей ротации с использованием хитов нулевых и конца 1990 г., в основном динамичная и модная музыка. В целом, этот формат призван привлекать частные финансы (рекламодателей), так как имеет существенные преимущества (например, только на региональной радиостанции можно стать спонсором рубрики или принять участие в платном, заказном эфире). Ведущие такого канала работают по принципу сопровождения эфира (короткие подводки к песням, прогноз погоды, музыкальная справка и т. д.), так как, по законам жанра, не должны отвлекать внимание слушателя от музыки, создающей настроение дня. Конкуренентоспособность этого СМИ достаточно высокая, по всей видимости, еще из-за того, что наряду с музыкальным наполнением эфира, схожего с музыкальными форматами радиостанций «Европа Плюс», «Радио Ваня», «Автордио», «Радио Maximum» и др., радиостанция «Море» содержит информацию о Крыме, а потому является для крымчан более близкой и востребованной.

Необходимо отметить, что информационная среда 2014–2019 г. стала более агрессивной: на полуострове развернули вещание федеральные телерадиоканалы. С сентября 2014 г. крымскую аудиторию начала стремительно завоевывать радиостанция «Спутник в Крыму» («Sputnik») – бренд Международного информационного агентства «Россия сегодня». Радио «Sputnik» – информационно-аналитическая радиостанция, не имеющая музыкального наполнения эфира –

классическое talk-радио (разговорное радио). Любопытно, что до начала работы в Крыму радио «Sputnik» было ориентировано только на аудиторию ближнего и дальнего зарубежья, вещало на более чем 30 языках в 80 городах мира. В Крыму на базе общего московского эфира был организован собственный, крымский, информационно-аналитический эфир, в котором обсуждаются не только новости всероссийского масштаба, но, прежде всего, темы, актуальные для крымчан.

По всей видимости, именно жесткая конкурентная ситуация потребовала принятия решения о создании крымской информационной площадки. Такой площадкой стало радио «Крым». Крымская радиожурналистика получила сразу несколько преимуществ: 24 часа собственного эфира, наличие обширной информационной базы (ТРК «Крым», «Крым 24», собственный пресс-центр, «Крымская газета», «Крымское информационное агентство» (КИА), о которых далее будет идти речь в нашей публикации), большой творческий потенциал сотрудников. Эфир радиостанции «Крым» представляет собой компоновку информационных блоков, аналитики, интервью с экспертным сообществом. Кроме того, в эфире радио «Крым» широко представлены научно-просветительские программы (об истории Крыма, культуре и быте населяющих его народов), информационно-справочный материал (справки, статистика), интерактив (блиц-опросы, онлайн-голосование), включения в студию (чиновников и экспертов из Крыма и других регионов России, репортажи с мест событий), дискуссионные передачи (радио-круглый-стол, радиоток-шоу) и т. д. Такой формат предполагает или полное отсутствие, или минимальное присутствие в эфире музыкального материала и являет собой классический пример Talk Radio. Аудитория радио «Крым» после проведения ребрендинга уже на первом этапе существенно изменилась и даже сократилась. Однако, уровень оставшейся аудитории (а также аудитории, «переходящей» от других «ток»-брендов) стал качественно выше. Аудиторию составили люди с ярко выраженной гражданской позицией, аналитическим складом ума. То есть, можно утверждать, что целевая аудитория радиостанции «Крым» – люди в возрасте от 35 лет с уровнем интеллектуального развития выше среднего, ориентированные на получение оперативной достоверной информации и аналитики. Таким образом, сегодня

информационно-аналитическое радио «Крым» благодаря музыкальному оформлению эфира в формате легкого рока (light rock) создает весомую конкуренцию информационным радиостанциям «Спутник в Крыму», «Комсомольская правда», «Звезда», «Вести FM». К сведению, крымское радио является одним из старейших радио России. Первая собственная программа вышла в эфир в 1930 г. Любопытно, что в сентябре 2010 г. «Международный Планетный Центр утвердил для малой планеты под номером 29081 название «Крымрадио». Это единственный и беспрецедентный случай названия небесного тела в честь радиостанции» [4].

Итак, вполне закономерно, что создание в Крыму собственной медиасистемы, усовершенствование (в некоторых случаях оптимизация, а в некоторых создание с нуля) материально-технической базы (профессиональное оборудование, программное обеспечение, оборудование для передачи сигнала и т. д.) позволяют крымским СМИ успешно конкурировать с федеральными телерадиоканалами, изначально имеющими большие информационные ресурсы, финансирование и мощную техническую составляющую. К тому же, отдельные федеральные телеканалы уже открыли в Крыму собственные филиалы и корпункты. Так, в 2018 г. на территории Крыма начали работу Государственная телерадиокомпания «Таврида», радио «Вести FM», а также сайт «Вести Крым», являющиеся мощными медийными активами Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании» (ВГТРК). Следует признать, что телекомпания «Таврида» стремительно охватила крымскую аудиторию как за счет профессионально подготовленного контента, так и за счет общего эфира с телеканалом «Россия-1».

Следует отметить также, что медиапространство Крыма несколько отличается от медиапространства других регионов России. На полуострове отсутствуют СМИ, не признавшие статус Крыма в составе Российской Федерации. Например, в Крыму не вещает телекомпания «Дождь», радиостанции «Эхо Москвы», «Серебряный дождь», не организован корпункт новостного Интернет-ресурса «Медуза» и т. д. Болезненно ли это для крымской аудитории? Основная часть крымчан, согласно опросам общественного мнения, не испытывает информационный голод и удовлетворена

объемом и качеством информации представленных на полуострове массмедиа. Более того, та небольшая часть крымчан, которая все же нуждается в альтернативных источниках информации, прибегает к помощи сети Интернет, где контент любых медиаструктур находится в открытом доступе.

В целом, следует обратить внимание на то, что Крым – один из немногих регионов Российской Федерации, где переход на цифровое вещание прошел наименее болезненно и наиболее успешно. Это связано с технологическими особенностями и ресурсами, которые имелись на полуострове. В Крыму сеть цифрового телевидения начала создаваться еще до воссоединения Крыма с Россией, а потому в 2019 г. крымские СМИ смогли органично, в кратчайшие сроки интегрироваться с цифровым пространством России. Более того, в Крыму в цифровом формате работают три пакета телевизионных каналов (мультиплекс), включающих в себя не 20 телеканалов, как во многих регионах Российской Федерации, а 27. Также Крым опередил другие регионы России и организовал работу двух телеканалов в формате HD, поддерживающих изображение высокого качества.

Итак, первый мультиплекс – Российская телевизионная и радиовещательная сеть-1 (РТРС-1) состоит из общероссийских телеканалов. Их трансляция обязательна и финансируется за счет средств федерального бюджета.

Первый мультиплекс включает:

1. Первый канал
2. Россия-1
3. «Матч-ТВ»
4. НТВ
5. 5 канал
6. Россия-К (Культура)
7. Россия-24
8. Карусель
9. ОТР
10. ТВЦ

Следующие 10 телеканалов для трансляции в составе пакета РТРС-2 (второй мультиплекс) были отобраны Федеральной конкурсной комиссией по телерадиовещанию:

11. РЕН ТВ
12. Спас
13. СТС
14. Домашний
15. ТВ-3
16. Пятница
17. Звезда
18. Мир
19. ТНТ
20. МУЗ-ТВ

Третий мультиплекс формируется преимущественно из региональных каналов.

21. «Первый Крымский»
22. «Мир 24»
23. «Миллет»
- 24 «Крым 24»
- 25 «Москва-24»
26. «Крым 24» в формате высокой четкости – HD
27. «Первый Крымский» в формате высокой четкости – HD.

Региональный мультиплекс в Севастополе содержит восемь каналов, среди которых два – исключительно севастопольские: «Первый Севастопольский» и «Информационный канал Севастополя». Таким образом, можно сделать вывод, что состав программ мультиплекса способен всесторонне удовлетворить потребности крымчан в получении новостной, аналитической, познавательной, развлекательной информации, а также выполняет информационные, просветительские, воспитательные, регулятивные, гедонистические и рекреационные функции.

По информации Роскомнадзора, всего на территории Крыма и Севастополя по состоянию на 16 сентября 2019 г. зарегистрировано 411 СМИ:

- 258 периодических печатных изданий,
- 33 телеканала,
- 48 радиоканалов,
- 63 сетевых издания,
- 9 информационных агентств.

Следует отметить, что в последние годы крымские СМИ стали объектами цитирования федеральными и региональными массмедиа. Причины, на наш взгляд, очевидны: к Крыму как к новому, курортному, региону России не утихает интерес большей части населения Российской Федерации. Стоит отметить, что уровень цитирования по сравнению с 2015 годом снизился, но последние три года, 2017–2019 гг., остается примерно на одном уровне – более 1100 упоминаний в квартал. Рейтинг построен компанией «Медиалогия», которая является разработчиком автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени и включает более 51000 наиболее влиятельных источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-СМИ. При подсчете рейтингов, как уточняется на странице «Медиалогии», не учитывались новостные «агрегаторы» [6]. Приведем один из последних рейтингов самых цитируемых СМИ Республики Крым и города Севастополя за II квартал 2019 г.

ТОП–20 самых цитируемых СМИ Республики Крым и города Севастополя:

Место в рейтинге	СМИ	Категория	ИЦ
1	ИА Крыминформ	Информагентство	351,37
2	РИА Крым	Информагентство	252,46
3	New-sebastopol.com	Интернет	102,17
4	Крымское информационное агентство	Информагентство	59,30
5	Sevastopol.su	Интернет	59,05
6	Спутник в Крыму	Радио	41,78
7	Крым 24	ТВ	40,89
8	Вести – Севастополь	ТВ	27,53
9	Информационный канал Севастополя	ТВ	24,50
10	ГТРК Таврида	ТВ	24,27

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРЫМСКИХ СМИ В УСЛОВИЯХ ...

11	Независимое телевидение Севастополя	ТВ	14,03
12	Комсомольская правда – Крым	Газета	11,71
13	Kerch.fm	Интернет	9,71
14	Primechaniya.ru	Интернет	9,67
15	Севастопольская газета	Газета	9,29
16	Крымская газета	Газета	9,11
17	Krym.news	Интернет	8,84
18	Allcrimea.net	Интернет	8,33
19	Sevastopolmedia.ru	Интернет	6,49
20	3652.ru	Интернет	6,41

Как видим, лидерство занимают новостные информационные порталы и Интернет-страницы телевизионных каналов. В частности, первую позицию в каждом рейтинге «Медиалогии» последние 3 года удерживает Информационное агентство «Крыминформ». Так, за 2015 год индекс цитируемости у «Крыминформа» составил 2958,372, у РИА «Крым» – 264,83, у телеканала «Первый крымский» – 216,06. В 2017 году индекс цитируемости у ИА «Крыминформ» немного снизился до 1769,33, у РИА «Крым» напротив повысился до 532,87, а у «Первого крымского» телеканала немного опустился до 172,91, но, вероятнее всего, это связано с укреплением позиций телеканала «Крым 24», индекс цитируемости которого возрос до 161,29. Можем также убедиться, что в очень малом объеме представлен индекс цитируемости газет. Это связано с тем, что у большей части печатных изданий либо вообще нет своего сайта, либо он очень плохо развит. В то же время, Медиалогия работает только с Интернет-ресурсами. Поскольку Интернет-СМИ с каждым годом набирают все большую популярность, перед редакциями газет неизбежно возникнет экзистенциальный вопрос их дальнейшего существования на медиарынке.

Необходимо отметить, что на полуострове широко развиты региональные (муниципальные) СМИ: официальные и независимые газеты, радиостанции и телеканалы. Некоторые из них очень популярны в своих регионах. Так, в Большой Ялте и Феодосии вещают радиостанции: «Ялта FM» и «ФЕО FM»; в Керчи издаются газеты «Кафа», «Боспор», «Аквилон», «Керченский рабочий»; в Евпатории – «Евпаторийская здравница», «Витрина западного Крыма» и т. д. В

Красногвардейском районе Крыма выпускается газета «Огни маяка». Примечательно, что газета не дотационная, а самоокупаемая, что сегодня, можно сказать, является уникальным явлением.

Особенностью медиапространства Республики Крым следует считать и то, что многие телерадиокомпании небольших крымских городов в 2019–2020 гг. стали филиалами ТРК «Крым», которая сегодня создает региональную телевизионную сеть – информационные кластеры на территории Крыма. Это новый и многообещающий для крымского телевидения этап. Например, подразделениями ТРК «Крым» стали: кабельный канал «Евпатория TV», телеканалы «Керчь TV», «Ялта TV», планируется запуск филиалов на севере Крыма и Феодосии. В перспективе будут созданы полноценные телеканалы на местах, призванные производить собственный информационно-аналитический продукт как для зрителей своего города, так и для аудитории всего Крыма.

Обратим внимание еще на одно обстоятельство. В ряде регионов Российской Федерации нет своей, так называемой, официальной правительственной газеты. В некоторых регионах конкурс на освещение официальной информации выигрывают коммерческие издания. Однако, на полуострове с 2014 г. официальным печатным органом Совета министров Республики Крым является «Крымская газета», которая выходит ежедневно, а по пятницам – итоговым выпуском («толстушкой»), состоящим из 32 полос. Общий тираж – более 125 тысяч экземпляров в неделю. Сегодня структура «Крымской газеты» расширилась, образовав медиахолдинг, куда кроме газеты входит «Крымское информационное агентство» (КИА) и «Крымский журнал» – «качественно новый проект, выходящий на двух языках (русском и английском) и созданный под патронатом правительства Республики Крым» [2]. Подписной индекс «Крымского журнала» доступен во всех регионах России. Журнал распространяется на бортах авиакомпании «Россия» (в бизнес-классе на авиарейсах в Крым), а также в VIP-зале международного аэропорта Симферополь. География распространения журнала позволяет акцентировать внимание аудитории, направляющейся в Крым, на широких возможностях крымской рекреации,

интересных туристических маршрутах, гастрономических туристических объектах, а также привлекательных инвестиционных площадках.

Как мы смогли убедиться, в тот период, когда в Крыму не были широко представлены федеральные СМИ, Крым активно и успешно развивал собственную медиаструктуру. За последние пять лет в медиапространстве Республики Крым наибольшее развитие получили: телеканалы, радио и Интернет-издания. Отдельного внимания заслуживает и тема развития крымского сегмента социальных сетей. Но это уже материал следующего исследования.

ВЫВОДЫ

Сосредоточиваясь на выводах об особенностях развития крымских СМИ в условиях интеграции в медиапространство России, необходимо говорить как об успехах, так и о неудачах крымской журналистики. За пять лет нахождения Крыма в составе Российской Федерации крымские СМИ претерпели реорганизацию и вышли на качественно новый уровень работы. Технологически крымские СМИ полностью влились в медиапространство Российской Федерации, перешли на цифровой формат вещания, вышли на федеральную аудиторию, имеют свою нишу цитирования и, следовательно, являются востребованными не только в Крыму. В политическом аспекте интеграция крымских СМИ в российское медиапространство, равно как и внедрение федеральных СМИ в крымское информационное поле, происходит более медленными темпами. Однако, во-первых, это вопрос времени. Во-вторых, отдельные, наиболее конкурентоспособные СМИ, такие как ИА «Крыминформ», РИА «Крым», «Крымская газета», «Крымский журнал», «прорывают» границы и выходят на всероссийский уровень.

Нередко в сети Интернет можно встретить критику крымской власти за то, что в Республике Крым созданы, так называемые «ручные», «управляемые» СМИ. Однако не следует упускать из виду тот факт, что в условиях непростых исторических обстоятельств 2014 г. создание медиаструктуры, которая могла бы своевременно, правдиво и объективно информировать крымчан, а главное

эффективно противостоять информационной войне, развернутой украинскими СМИ, было стратегической необходимостью.

Список литературы

1. Аудитория радиостанций. Radioindex. 2019 [Электронный ресурс] // Mediascope. – 2019. – 14 дек. – Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/092/RI_2019_1_report.pdf. – (Дата обращения 14.12.2019).
2. Крымская газета [Электронный ресурс] // Крымская газета. – 2019. – 14 дек. – Режим доступа <https://gazetacrimea.ru/o-nas>. – (Дата обращения 14.12.2019).
3. Первые, Д. К., Онофрончук, К. И. Об идейной составляющей крымской тележурналистики в период Крымской весны / Д. К. Первые, К. И. Онофрончук // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – Симферополь, 2016. Т. 2. № 1–1 (68). С. 3–8.
4. Радио.Точка [Электронный ресурс] // Телерадиокомпания «Крым». – 2019. – 14 дек. – Режим доступа: http://1tvcrmea.ru/pages/radio/stream_provod. – (Дата обращения 14.12.2019).
5. СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России». – Москва : МедиаМир, 2018. – 218 с.
6. ТОП-20 самых цитируемых СМИ Крымской республики и города Севастополя – II квартал 2019 [Электронный ресурс] // Медиалогия. – 2019. – 15 дек. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5813>. – (Дата обращения 15.12.2019).
7. Устав автономной некоммерческой организации «Общественная крымско-татарская телерадиокомпания» [Электронный ресурс] // ТРК «Миллет». – 2019. – 16 дек. – Режим доступа: <http://trkmillet.ru/files/documents/ustav.PDF?fdc>. – (Дата обращения: 16.12.2019).
8. Ustav avtonomnoj nekommercheskoj organizacii «Obshchestvennaya krymsko-tatarskaya teleradiokompaniya» [The Constitution avtonomnoj nekommercheskoj organizacii «Obshchestvennaya krymsko-tatarskaya teleradiokompaniya»]. TRK

«Millet», 2019. Available at: <http://trkmillet.ru/files/documents/ustav.PDF?fdc>. (Accessed 16 December 2019).

References

1. *Auditoriya Radiostancij Radioindex* [Audience of the Radio Stations. Radioindex]. Madiascope, 2019. Available at: https://mediascope.net/upload/iblock/092/RI_2019_1_report.pdf. (accessed 14 December 2019).
2. *Krymskaya Gazeta* [Crimean Newspaper]. Available at: <https://gazetacrimea.ru/o-nas>. (accessed 14 December 2019).
3. Pervyh D. K., Onofronchuk K. I. *Ob Idejnoj Sostavlyayushchej Krymskoj Telezhurnalistiki v Period Krymskoj Vesny* [On the Ideological Component of Crimean TV Journalism During the Crimean Spring]. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, Vol. 2, no 1–1 (68). Simferopol Publ., 2016, pp. 3–8.
4. *Radio Tochka. Teleradiokompaniya Krym* [Radio Tochka. TV and Radio Company Crimea]. Available at: http://1tvcrmea.ru/pages/radio/stream_provod. (accessed 14 December 2019).
5. *SMI Kryma i Sevastopolya v Mediastisteme Rossii* [Media of Crimea and Sevastopol in the Media System of Russia]. Moscow: MediaMir Publ., 2018, 218 p.
6. *TOP-20 Samyh Citiruemyh SMI Krymskoj Respubliki i Goroda Sevastopolya – II kvartal 2019* [TOP 20 Most Cited Media of the Crimean Republic and the City of Sevastopol-II Quarter 2019]. *Medialogy*. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5813>. (accessed 15 December 2019).
7. *Ustav Avtonomnoj Nekommercheskoj Organizacii Obshchestvennaya Krymsko-Tatarskaya Teleradiokompaniya* [The Constitution Avtonomnoj Nekommercheskoj Organizacii Obshchestvennaya Krymsko-Tatarskaya Teleradiokompaniya]. TRK Millet. Available at: <http://trkmillet.ru/files/documents/ustav.PDF?fdc>. (Accessed 16 December 2019).

**FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE CRIMEAN MASS MEDIA IN THE
CONDITIONS OF INTEGRATION INTO THE MEDIA SPACE OF RUSSIA**

Pervykh D. K.

The modern historical reality is such that today both the Crimean media in Russia and the Federal media in Crimea have to adapt to it. Moreover, they try to use Crimea as a "bargaining chip", and Crimean media often become objects of speculation on political grounds. The Peninsula due to the rich practice of difficult historical precedents remains a difficult region. The task of modern Crimean journalism is to convey information about the Crimean reality as truthfully, objectively and tolerantly as possible not only to Crimeans, Russians, but also to the audience of the near and far abroad.

The article analyzes the issues of development of the Crimean mass media in the first five years of Crimea's stay in the Russian Federation, attempts to determine the functional aspects and efficiency of the Crimean mass media in a competitive environment with the Federal media. Studying the work of Crimean media resources allows us to better understand the nature of the modern media system of Crimea, as well as to determine what place it occupies in the overall media system of Russia. The findings make it possible to understand what are the distinctive features of the Crimean media space from the information field of other regions of Russia, as well as to determine the level of demand for information from the Crimea by Federal and regional media.

Keywords: media system of Crimea, information space of Russia, media of Crimea and Sevastopol, TV journalism, radio journalism, digital broadcasting, information clusters.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Асанова Эльзара Ридвановна – соискатель кафедры теории и практики перевода Института иностранной филологии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Богданович Галина Юрьевна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой межъязыковых коммуникаций и журналистики, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Балла Ксения Викторовна – магистр кафедры межъязыковых коммуникаций и журналистики факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Бондаренко Валентина Васильевна – преподаватель Высшей школы перевода (факультет) Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, старший преподаватель Факультета социальных наук Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета, г. Москва, Россия

Бычина Юлия Николаевна – аспирант кафедры русского, славянского и общего языкознания факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Борисова Людмила Михайловна – доктор филологических наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Вовк Николай Александрович – аспирант кафедры теории языка, литературы и социолингвистики Института иностранной филологии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Глухенькая Леся Николаевна – аспирант кафедры русской и зарубежной литературы факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Гуменюк Виктор Иванович – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой украинской филологии Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Егорова Людмила Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры межъязыковых коммуникаций и журналистики факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Забашта Роман Валентинович – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Калугина Анастасия Юрьевна – магистр кафедры межъязыковых коммуникаций и журналистики факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

Курьянов Сергей Олегович – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русской и зарубежной литературы факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии (структурное подразделение)