

3. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 070: 316.775

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЕЩАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТЕЛЕКОМПАНИИ

Егорова Л. Г.¹, Колесникова О. А.²

¹ ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова, Симферополь, Россия

² Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»,
Симферополь, Россия

E-mail: legora@list.ru, ksyshik@mail.ru

В статье особое внимание уделяется особенностям функционирования муниципальных телекомпаний страны, рассмотрено информационное вещание в региональных центрах и малых городах России. При анализе деятельности муниципальных компаний подчёркивается, что сложности и проблемы, с которыми они сталкиваются, во многом схожи и обусловлены экономическими и социальными факторами. Доказывается, что эффективность информационного вещания можно повысить благодаря развитию мультимедийных составляющих и выхода на новые инфоплощадки, а также за счет увеличения количества прямых эфиров, проведения масштабных телемарафонов, освещения важных городских событий и праздников. В качестве примера приводится трансформация государственного канала «Севастопольское телевидение» (СТВ/ИКС ТВ), где одна из авторов в период с 2018 по 2020 год работала старшим редактором информационных программ. За это время в компании произошел «мультимедийный прорыв», благодаря такой трансформации отмечен рост популярности регионального телеканала, что подтверждается данными телеметрии, индексом цитируемости и внутренними исследованиями руководства компании.

Ключевые слова: муниципальная компания, региональное ТВ, мультимедиа, повышение рейтинга, телеметрия, севастопольское телевидение.

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время традиционные информационные ресурсы: газеты, радио, телевидение – активно внедряют онлайн-технологии, что объясняется процессами конвергенции, определяемой как взаимопроникновение между различными типами медиа в онлайн-среде. Данное явление оказало значительное влияние на изменение моделей медиапотребления у целевой аудитории медиа, в том числе региональных, охватывающих территорию городов и муниципалитетов. Вместе с развитием мультимедийных технологий претерпевает изменения и характер подачи

информации, что особенно заметно на примере компаний, производящих аудиовизуальный контент. Полагаем, что весьма востребованным на современном этапе развития медиа становится многокомпонентное исследование трансформации региональных компаний в мультимедийной среде. Не являются исключением и муниципальные телекомпании, которые имеют ограниченный ареал распространения собственного контента. Поэтому они стараются получить дополнительную аудиторию рекламодателей и спонсоров в онлайн-среде. В данной статье представлено описание особенностей становления муниципального вещания в России, проанализирована мультимедийная трансформация государственного канала «Севастопольское телевидение» (СТВ/ ИКС ТВ), доказано, что она приводит к увеличению эффективности регионального информационного вещания, а значит, повышению рейтингов канала.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Регионализация телевизионного вещания стала одной из важных характеристик в развитии российских масс-медиа на рубеже XX–XXI веков. Бум развития телевидения в регионах пришелся на начало 90-х годов – период распада СССР [1; 2]. Именно региональное телевидение нацелено на интересы и проблемы местного населения. Благодаря федеральному ТВ зрители трактуют государственную политику страны, тогда как от местных СМИ ждут сопричастности своим проблемам. Ключевыми вопросами развития регионального телевидения на сегодняшний день по-прежнему остаются: отношения с региональными властями и учредителями; процесс подготовки и переподготовки телевизионных кадров; сетевое взаимодействие с федеральными партнерами, включая закупку и производство собственного контента; изменение технологии работы с учетом развития мультимедиа. В данной связи появляется необходимость инкорпорировать современные продуктивные элементы освещения региональных событий в ежедневное информационное вещание. Особенно важно это для муниципальных телекомпаний, основу доходной части которых составляет дотация из федерального и региональных бюджетов. Иногда этот факт разрушает мотивацию работающих в

них журналистов: необоснованно большие штаты, перерасход зарплаты и другие реалии бюджетной сферы становятся отличительными чертами именно муниципальных телекомпаний в малых и средних городах Российской Федерации. Но следует отметить и другие традиции управления при наличии у местной власти прочной правовой и финансовой базы, а также желания руководства телекомпании и региона работать в едином ключе. В этом случае муниципальный телеканал можно рассматривать как средство оказания государственных услуг в формате «электронного правительства», и он становится информационно-справочным ресурсом по информированию жителей муниципалитета о текущих событиях. В начале XXI века наиболее успешные муниципальные телекомпании существовали в Сальске Ростовской области, Урюпинске Волгоградской области, Ноябрьске Ямало-Ненецкого автономного округа, Борисоглебске Воронежской области. Проблема муниципального телевидения и муниципальной собственности заключается также в том, что местное самоуправление представлено в законодательстве Российской Федерации весьма условно. Федеральный закон 2003 года «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» положил начало муниципальной реформе, которая должна была завершиться к 2009 году, но этого не произошло [3]. Из-за того, что муниципальные органы по-разному встраиваются в систему государственной власти, местная пресса, радио и телевидение испытывают определенные трудности. Муниципальные газеты и телестудии, с одной стороны, отделены от государственных СМИ, с другой стороны, практически выполняют их функции на местах. На территории Крыма функцию муниципального вещателя выполняло СТВ (Севастополь) и частично – телерадиокомпания «Крым». Шесть других региональных телекомпаний полуострова были частными, составляя треть от общего числа украинских вещателей [7]. Ситуация резко изменилась после вхождения Крыма в состав Российской Федерации: в Севастополе СТВ / ИКС ТВ стал полностью муниципальным вещателем. Наряду с этим в городе функционировал частный канал НТС, который принадлежал бизнесмену и депутату Законодательного собрания Алексею Чалому и был рупором его политических идей. В Республике Крым функции муниципального ТВ взяли на себя ГТРК «Крым» и телеканал

«Миллет». Существуют инициативы создания региональных телеканалов на базе ГТРК. Продолжаются дискуссии о судьбе так называемой «21-й кнопки» в мультиплексах. Эти дискуссии происходят несмотря на то что в большинстве муниципальных образований владельцы 21-й кнопки уже определены.

Укажем, что у регионального телевидения есть много вариантов дальнейшего развития. В качестве основных направлений О. Ю. Попова отмечает интернет-вещание и усиление роли собственного контента [8]. Уже сегодня в ответ на потребности аудитории появляется много интернет-проектов. Показательными считаем результаты опроса ВЦИОМ, проведенного в 2017 г., согласно которым интернет-ресурсы превзошли региональное телевидение по частоте обращений, при этом среди респондентов в возрасте от 18 до 24 лет интернет-ресурсам отдают предпочтение 82%, а в возрасте от 25 до 34 – 59% опрошенных [9]. Таким образом, подача новостного контента, фото- и видеоматериалов на городских интернет-порталах представляет бóльшую ценность и интерес для людей, чем контент локальных телеканалов. Более того, именно в интернете идет интерактивное общение пользователей, что значительно реже можно встретить на региональном телевидении. Это заставляет руководство муниципальных структур искать новые формы работы со зрителями. А. М. Шестерина отмечает значительное влияние сетевого видео на традиционное телевидение и существенные изменения, происходящие в связи с этим [10]. Региональным телеканалам необходимо менять информационную стратегию, например создавая каналы популярным региональным журналистам. Этот контент не будет обременен официозом, из плюсов для зрителей следует отметить отсутствие цензуры, благодаря чему сможет формироваться своя интернет-аудитория. Авторы данной статьи считают, что у регионального ТВ большой потенциал. Но ориентироваться прежде всего следует на более молодую аудиторию, говорить на ее языке, пользоваться её инструментами и платформами, активно присутствовать в социальных сетях и обучать сотрудников работать в новой среде, создавая конвергентные редакции. Эту задачу начали выполнять редакции Республики Крым и города Севастополь после вхождения в состав Российской Федерации, используя метод сегментации целевой аудитории.

В статье представлены исследовательские данные деятельности государственной телекомпании «Севастопольское телевидение» в 2019 году, после запуска целого ряда мультимедийных проектов. В это время в компании наблюдается «мультимедийный прорыв», развитие информационного вещания, создание мультимедийных спецпроектов, возвращение бренда СТВ. Всё это произошло благодаря деятельности заместителя директора по творческой работе, этот пост с октября 2018 по сентябрь 2019 года занимал Пётр Гуленко. Фактически медиаменеджер взял на себя руководство новостной и тематической редакциями, курировал работу двух круглосуточных каналов, радио, сайта и информационного агентства. Перед новым руководителем стояло две задачи: увеличить аудиторию каналов и изменить содержимое контента, проработать его с точки зрения идеологии. В то время в городе сложились непростые отношения между исполнительной и законодательной ветвями власти. Противостояние Губернатора и депутатов Заксобрания переросло в открытый конфликт. Медиахолдинг ИКС ТВ, как государственное СМИ, представлял интересы Правительства Севастополя. По мнению Петра Гуленко, нужно было принимать решения, которые обратили бы внимание аудитории на каналы ИКС ТВ и ИКС 24. Важным моментом было сегментирование этих каналов по разным возрастным аудиториям: ИКС ТВ – для более молодых зрителей, ИКС 24 – для аудитории постарше. В этом случае каналы не должны были конкурировать между собой за аудиторию, увеличился бы и суммарный рейтинг каналов медиахолдинга.

В эфире вновь меняется сетка вещания и принципы формирования контента. Новости начинают выходить в прямом эфире с 9:00 с полуторачасовым шагом по очереди на двух каналах – ИКС ТВ и ИКС24. Почти в каждом выпуске прямые включения с места событий. Идёт разделение на дневную и вечернюю редакции новостей. О. А. Колесникова, один из авторов статьи, в период с августа 2018 по январь 2020 года работала старшим редактором новостей ИКС ТВ (впоследствии – СТВ). В частности, отвечала за вечерний прайм-тайм, руководила подготовкой вечерних информационных выпусков в 19:30 и 21:00, которые должны были содержать разную информацию, несмотря на небольшой временной интервал между

ними, была ведущей выпусков, которые выходили в прямом эфире. Оформление, стиль и подача вечернего эфира стали отличаться от дневного: другие заставки, позиция ведущей выпуска не сидя за столом, а стоя у плазмы, свободное перемещение по студии к другим локациям, общение с гостями, которыми зачастую выступали журналисты телекомпании, присутствовавшие на месте событий. Помимо этого, в эфир выходят короткие интервью по скайпу с экспертами регионального и федерального уровней. Это придало вечерним новостям одновременно больше динамики и авторитетности. Для увеличения аудитории вечернего выпуска за полчаса до него в 19:00 в эфир выходил трёхминутный анонс программы. Ведущая в студии приветствовала зрителей, рассказывала о главных темах и передавала слово автору следующей программы, подчеркивая, что все работают в прямом эфире. Спустя полчаса ведущая вечерних эфиров возвращалась в студию.

В тот период главной особенностью новостей ИКС ТВ стали прямые включения с места событий. Операторы и корреспонденты начинают активно работать с рюкзаками «Life U» для передачи цифрового сигнала – оборудованием, закупленным в 2017 году (до этого периода его почти не использовали). При планировании выпусков новостей приоритет отдавался темам, с помощью которых можно было сделать интересное прямое включение. Журналисты холдинга быстро освоились в новом эфирном пространстве. Зрители ИКС ТВ и ИКС 24 первыми слышали заявления Губернатора Севастополя, узнавали, какие законы приняли депутаты Законодательного собрания, первыми видели премьеры спектаклей и концерты в рамках международных фестивалей (канал вёл прямую трансляцию фестиваля «Опера в Херсонесе»). Прямые включения в новости проводились с визитов президента Владимира Путина и членов Правительства страны на полуостров. Журналисты в прямом эфире показывали, как идут проверки качества новых дорог, что обсуждают на публичных слушаниях по проекту планировок территорий Севастополя, и рассказывали, есть ли пробки на дорогах после снегопада. Следующим способом увеличения аудитории, по плану Гуленко, был запуск еженедельной передачи «Говорит Севастополь», которая вызвала в городе большой общественный резонанс. Журналисты рассказывали о событиях в городе и о жизни

депутатов Законодательного собрания. Рейтинги программы были очень высоки. За три месяца программа вошла в число лидеров телевидения в городе. Еженедельные выпуски выходили в эфир до середины июля 2019 года. После смены руководителя региона в этом временном промежутке в эфир стала выходить программа «Севастополь. Итоги недели». Ее готовила главный редактор канала ИКС ТВ Ольга Суржикова. Хронометраж «Итогов» обычно превышал один час. Ведущая и корреспонденты предлагали севастопольцам аналитический взгляд на самые важные события в городе. В этот период были чрезвычайно востребованы журналистские расследования и специальные репортажи, актуальные интервью. Активно шло и развитие тематической редакции. В эфир выходят новые проекты и программы. Одна из них – «Открытый город». Программа задумывалась как открытый и честный разговор о насущных проблемах Севастополя с представителями власти. Проект в декабре 2018-го запускала О. А. Колесникова. С понедельника по пятницу в студию ИКС ТВ приходили вице-губернаторы Севастополя. Разговор продолжался полчаса в прямом эфире. Программы размещались на канале YouTube и на официальном сайте телекомпании. Начала работу и утренняя редакция, готовившая ежедневное шоу в прямом эфире. Шли трансляции всех домашних футбольных матчей «Крымского футбольного союза», снималось ток-шоу «Кастинг. Стань звездой». Большой интерес аудитории вызвало новое ежедневное интерактивное ток-шоу в прямом эфире «Севастополь решает», в котором обсуждались самые актуальные и злободневные темы, волнующие жителей города, оно выходило по будням в 20:00, сразу после выпуска Вечерних новостей. Чтобы увеличить аудиторию ток-шоу, в каждом новостном выпуске примерно в середине программы (в 19:45) ведущая выходила на прямую связь со студией на мысе Хрустальный и вместе с ведущими шоу сообщала тему предстоящей программы, а также имена гостей в студии. Это гарантировало плавное перетекание аудитории от выпуска новостей к вечернему шоу: зрители, как правило, не переключали каналы. У программы «Севастополь решает» были и другие, мультимедийные способы удержания аудитории: так, в разделе программы на сайте телекомпании постоянно публиковались результаты опросов в формате инфографики. Это обеспечивало увеличение количества заходов

зрителей на сайт: заинтересованные темой программы могли не только голосовать на сайте, но и ознакомиться с последними новостями из жизни города и региона.

Отметим, что основная трудность при формировании доказательной базы настоящего исследования заключалась в отсутствии медиаметрических данных, которые собирались бы на многолетней основе. В регионе не велись медиаизмерения Mediascope (бывшая TNS Gallup Media), что затрудняло анализ информационной и рекламной активности в Севастополе [11]. По этой причине был проведен анализ нескольких групп данных, которые помогли определить результаты информационной активности канала в 2019 году. Ими являются: данные по цитируемости ведущих изданий Крыма и Севастополя, собранных компанией «Медиалогия» в 2014–2019 годах; медиаметрические показатели, собранные компанией MediaHills по заказу редакции СТВ/ИКС ТВ, а также правительства Севастополя; авторское исследование взаимосвязи изменений в верстке эфирного и онлайн-контента на медиаметрические показатели канала в 2019 году. Укажем, что с развитием мультимедиа при анализе СМИ особую популярность приобрел такой социологический показатель, как «Индекс цитируемости» (далее – ИЦ). Он определяет уровень распространения контента СМИ, его важность для местной и федеральной аудитории. ИЦ обычно подсчитывает все ссылки на оригинальный источник информации в других СМИ. Это подчеркивает как важность источника, опубликовавшего ссылку, так и социальное влияние СМИ (в данном случае – СТВ / ИКС ТВ). Анализ данных по цитированию СТВ / Информационного канала Севастополя позволяет говорить о том, что информационная привлекательность рассматриваемого СМИ особенно четко наблюдалась в 2015 и 2019 годах. Так, в 2015 году телеканал занимал 6 место в рейтинге с индексом цитирования 81,81 [4]. Такое высокий результат объясняется повышенным интересом к жизни на полуострове в период возвращения в Россию и во время энергетической блокады со стороны Украины, оттого значимость местной информации о жизни во время блэкаута усиливалась с каждым днем. Впоследствии по фактору цитируемости телеканал стал терять привлекательность, ввиду того что пришедшее в 2017 году руководство канала отдало приоритет авторским развлекательным программам. В результате с 2017 года

канал перестал занимать ведущие места в рейтингах цитирования компании «Медиалогия», опустившись на 18 позицию [5]. Такой рейтинг, по нашему мнению, показывает всю сложность реализации задачи по возрождению значимости информационного вещания, с которой столкнулась команда Петра Гуленко, пришедшая на канал осенью 2018 года. Как показывает индекс цитируемости «Медиалогия», СТВ / ИКС ТВ совершили резкий информационный прорыв. Севастопольская телекомпания снова оказалась в первой десятке рейтинга самых цитируемых СМИ Республики Крым и города Севастополя компании «Медиалогия»: так, в первом квартале 2019 г. Информационный канал Севастополя занимал 9 место с показателем индекса цитируемости 28,22. При этом в сегменте телеканалов более высокий индекс цитирования был только у телеканала «Крым 24» (47,35) [6].

Отметим тот факт, что оказаться в первой десятке индекса цитирования региональным СМИ с каждым годом становится всё сложнее. В первую очередь это происходит из-за роста количества онлайн-СМИ, а также увеличения числа пресс-служб органов государственной и региональной власти, которые публикуют важные заявления в онлайн-среде. Приведенные данные позволяют предположить, что улучшение позиций в рейтинге свидетельствует о зрительской востребованности рассмотренной ранее концепции мультимедийного информационного вещания. С целью поиска более детальной информации мы обратились к медиаметрическим данным компании Mediahills, которая вела измерения на СТВ / ИКС ТВ в 2019 году. За основу исследования были взяты рейтинги телеканала СТВ / ИКС ТВ, которые предоставлялись компанией Mediahills руководству канала на ежедневной основе. При их анализе во внимание принималась стратегия руководства канала по увеличению охвата аудитории, которая учитывала сложившиеся на телевизионном рынке неблагоприятные обстоятельства. Среди них: популярность в Севастополе телеканала НТС, который, в отличие от ИКС ТВ, до 2019 года не сокращал, а наращивал информационное вещание; сокращение рейтинга и доли телесмотрения ИКС ТВ в 2017 и 2018 гг. Исходя из этого, руководство приняло решение сделать более частотным новостной блок, что могло гарантировать высокий суммарный рейтинг информационного контента за счет увеличения количества выпусков

новостей в сутки. Кроме этого, в выходные шли повторы рейтинговых программ. Это позволило сократить расхождения в популярности контента с телеканалом НТС – лидером муниципального рынка: в ноябре 2018 года оно составляло примерно 1,5 пункта рейтинга – значительный отрыв применительно к севастопольскому телевизионному рынку. Учет суммарного рейтинга и увеличение количества информационных программ позволили сократить отрыв более чем в два раза. Эти выводы можно сделать на основании рисунка 1.



Рисунок 1. Рейтинги телеканала ИКС ТВ в период с 24 февраля по 3 марта 2019 г. (Источник: внутренняя информация руководства СТВ)

Отставание СТВ в части доли телевизионной аудитории было еще меньшим, что свидетельствует об усилении значимости программ ИКС ТВ в тот период, так как именно доля аудитории является показателем роста качества телевизионного контента. Сокращение отставания от НТС в 0,3 пункта продемонстрировано на рисунке 2.



Рисунок 2. Доля телеканала ИКС ТВ в период с 24 февраля по 3 марта 2019 г. (Источник: внутренняя информация руководства СТВ)

Кроме всех вышеперечисленных шагов, руководство телеканала сделало упор на создание информационно-аналитических программ, материалы которых размещались в прямом эфире, а также на сайте www.ikstv.ru и платформе YouTube. Собранные данные свидетельствуют об улучшении качества контента на телеканале ИКС ТВ в период интенсификации мультимедийных стратегий в производстве телевизионных программ, а также онлайн-контента. Как уже упоминалось, специальные события, новости, информационные программы, программы в жанре интервью после эфира размещались на хостинге YouTube. Это дало возможность проанализировать количество максимальных просмотров программ в зависимости от их типа, времени выхода и влияние концепции программы на ее популярность как среди телевизионной аудитории, так и среди аудитории онлайн-ресурсов.

Стратегия канала по улучшению качества контента и освещению спецсобытий имела успех не только в эфире, но и мультимедийных ресурсах. В таблице 1 приведены программы СТВ с наибольшим количеством просмотров на видеохостинге YouTube (по состоянию на июнь 2020 года). Заметим: при оценке представленных данных необходимо принимать во внимание, что средний

показатель для информационных выпусков СТВ на YouTube – 200–300 просмотров. Поэтому таблица подтверждает высказанное предположение о том, что программы, посвященные специальным событиям и важным городским проблемам, привлекают повышенное внимание аудитории на разных платформах – в телеэфире, на страницах сайта, а также в социальных сетях.

Таблица 1. Количество просмотров специальных программ канала СТВ на хостинге YouTube

Название программы	Дата эфира	Количество просмотров
Прямой эфир Военно-морского парада в День ВМФ	28.07 2019	11053
Репортаж выпуска новостей о праздновании Дня ВМФ	28.07 2019	1375
Репортаж о праздновании Дня города	15.06.2019	2845
«Севастополь решает» о проблемах садовых товариществ	20.09.2019	1000
«Севастополь решает» о реконструкции Большой Морской	30.04.2020	2500
«Говорит Севастополь»	23.02.2019	988

ВЫВОДЫ

Превращение традиционных СМИ в мультимедийные на базе сети интернет существенно изменило традиционные редакционные процессы. Если до этого интернет-редакция представляла собой обособленный от остальных СМИ-подразделений отдел, который занимался размещением контента в онлайн-доступ, то теперь сам контент изменяется с учетом принципов мультимедиа. В настоящее время

любая редакция должна понимать, какой элемент материала автор считает важным для размещения в интернете с учетом специфики онлайн-аудитории. Это, в свою очередь, требует от журналистов и редакторов включения новых компетенций. В результате мы имеем дело с развитием такого явления, как мультимедийная редакция, в которой содержание по видам платформ распределяется централизованно. При внедрении мультимедийной стратегии телеканалам необходимо привлекать молодую аудиторию, которая может сохранять лояльность к избранному региональному источнику информации на протяжении всей своей жизни. Зритель сам для себя выбирает контент, интересный ему. Отметим: при внедрении современных элементов вещания чрезвычайно важным компонентом оказывается развитие мультимедийного мышления у всех сотрудников редакции, что предполагает высокую степень подготовленности к работе с разными форматами, особенно с мультимедийным текстом, аудио- и видеоматериалами. Наибольшей продуктивностью, по нашему мнению, отличаются видеоматериалы, в которых рассказчик является ключевой фигурой мультимедийной истории.

При анализе деятельности телеканала СТВ (г. Севастополь) были выделены следующие наиболее продуктивные мультимедийные формы работы:

- многокомпонентное мультимедийное освещение городских праздников;
- широкое использование видеотрансляций при освещении общегородских событий и матчей первенства Крымского Футбольного Союза;
- репортажи о важных городских событиях, которые после прохождения в эфире аккумулируются на платформе YouTube, а их текстовая версия – на сайте телекомпании;
- производство единственного в городе мультимедийного ток-шоу;
- агрегация контента на сайте компании с целью предоставления пользователям и ньюсмейкерам отложенного просмотра актуальных материалов из жизни города федерального значения.

Путем анализа медиаметрических показателей было доказано, что представленные способы работы и новшества в процессе создания контента

повышают внимание зрителей, что увеличивает количественные показатели просмотра информационного контента как в эфире, так и на онлайн-ресурсах.

Список литературы

1. Данилов, А. А. Становление и развитие телевидения в регионах России во второй половине XX – начале XXI вв.: автореф. дисс. ... доктора истор. наук [Текст] / А. А. Данилов. – Казань, 2010. – 24 с.
2. Егоров, В. В. Телевидение: страницы истории [Текст] / В. В. Егоров. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 202 с.
3. Заседание Совета по развитию местного самоуправления [Электронный ресурс]. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62701> (дата обращения: 07.12.2020)
4. Крымская республика и город Севастополь: рейтинг СМИ за 2015 год [Электронный ресурс] // Медиалогия – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/4027/> (дата обращения: 07.12.2020)
5. Крымская республика и город Севастополь: рейтинг СМИ за 2017 год [Электронный ресурс] // Медиалогия – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5813/> (дата обращения: 07.12.2020)
6. Крымская республика и город Севастополь: рейтинг СМИ за I квартал 2019 года [Электронный ресурс] // Медиалогия – URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/6700/> (дата обращения: 07.12.2020)
7. Лепина, Л. С. Изменения телевизионного пространства Республики Крым после вхождения в состав Российской Федерации [Текст] / Л. С. Лепина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2017. – Том 3 (69). №1. – С. 13–26.
8. Попова, О. Ю. Этапы развития регионального телевидения: к вопросу о периодизации [Текст] / О. Ю. Попова // Вестник ВГУ. Серия Филология. Журналистика. – 2015. – № 4. – С. 141-146.
9. Телевидение VS интернет: спор поколений [Электронный ресурс] // ВЦИОМ: оф. сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-vs-internet-spor-pokolenij> (дата обращения: 07.12.2020).

10. Шестерина, А. М. Проблемы формирования регионального интернет-телевидения [Текст] / А. М. Шестерина // Вестник Воронежского университета. Серия : Филология. Журналистика. – Воронеж, 2014. – Вып. 1. – С. 234-237.
11. Щепилова, Г. Г. СМИ Крымского полуострова: проблемы интеграции в российское медиапространство [Электронный ресурс] / Г. Г. Щепилова // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 1. – URL: http://www.mediascope.ru/2269_ (дата обращения: 07.12.2020).

References

1. Danilov A. A. *Stanovlenie i razvitie televidenija v regionah Rossii vo vtoroi polovine XX – nachale XXI vv.: avtoref. diss. ... doktora istor. nauk* [Formation and Development of Television in the Regions of Russia Second Half of XX - early XXI Centuries. Abstract of Thesis]. Kazan, 2010.
2. Egorov V. *Televidenie: stranitsy istorii* [Television: Pages of History]. Moscow, 2004. 202 p.
3. *Zasedanie Soveta po razvitiju mestnogo samoupravlenija* [Meeting of the Council for the Development of Local Government]. Available at: <http://kremlin.ru/events/president/news/62701> (Accessed 07.12.2020).
4. *Krymskaja respublika i gorod Sevastopol': rejting SMI za 2015 god* [The Republic of Crimea and Sebastopol: Mass Media Rating in 2015]. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/4027/> (Accessed 07.12.2020).
5. *Krymskaja respublika i gorod Sevastopol': rejting SMI za 2017 god* [The Republic of Crimea and Sebastopol: Mass Media Rating in 2017]. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5813/> (Accessed 07.12.2020).
6. *Krymskaja respublika i gorod Sevastopol': rejting SMI za I kvartal 2019 goda* [The Republic of Crimea and Sebastopol: Mass Media Rating in I quarter of 2019]. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/5813/> (Accessed 07.12.2020).
7. Lepina L. *Izmeneniya televisionnogo prosstranstva Respubliki Krym posle vhozhdeniya v sostav Rossijskoi Federatsii* [Changes in the Television Space of the Republic of Crimea after Joining the Russian Federation]. *Uchenye zapiski Krymskogo Federal'nogo*

8. Popova O.Y. «Tambovism television: historical aspect// Regional Journalism: from History to the Present». – Tambov, 2013
9. *Televidenie VS internet: spor pokolenij* [Television VS Internet: a Discussion of Generations]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-vs-internet-spor-pokolenij> (Accessed 07.12.2020).
10. Shesterina A. *Problemy formirovaniya regional'nogo televideniya* [Problems of Russian Regional TV Forming] *Vestnik Voronezhskogo Universiteta. Seriya: Philologiya. Zhurnalistika*, 2014. Vol.1, pp.234-237.
11. Schepilova G. *SMI Krymskogo poluostrova: problem integratsii v rossiiskoe mediaprostranstvo* [Media of the Crimean Peninsula: Problems of Integration into Russian Media Landscape] *Mediascope*, 2017, Vol.1. Available at: <http://www.mediascope.ru/2269> (Accessed 07.12.2020).

WAYS FOR THE INCREASING OF THE MUNICIPAL REGIONAL TV STATION NEWS BROADCASTING EFFICIENCY

Egorova L. G., Kolesnikova O. A.

This article is an attempt to trace the development of the regional TV stations in the Russian Federation. The authors marked key issues that hindered the growth of these media outlets. Special attention is paid to the activity and the operational mode of the municipal broadcasters of the Russian Federation – both in regional centres and in small towns. The research underscores the difficulties that have to be tackled by the municipal stations for their future development in the upcoming years. It also highlights the complexities in the development of the local media. They are predetermined by such factors as the business sustainability and social consistency in the development of the country. The solution to the issue is the increase in the audience loyalty that leads to the boost of the ratings and viewing shares. The author proves that the key tool in this process is the development of multimedia platforms that tend to be popular among the segments of the target audience. Another crucial factor is the increase of live broadcasts and special programmes that cover key events in the life of the cities. The article contains a case study of STV/IKSTV, a municipal broadcaster in the city of Sevastopol where one of the authors worked as a senior news editor from 2018 till 2020. That is the period of a “multimedia breakthrough” that increased the broadcast quality as well as the popularity of the station. This is proven by the media measurements, citation indexes and corporate research that was carried out by the management of the station.

Keywords: municipal TV stations, regional TV, multimedia, rating, share, increase, Sevastopol.