

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА/MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.41> EDN: NDKZJA

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО СЕКТОРА МЕДИАЭКОНОМИКИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИО КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Научная статья

Хлопунова О.В.¹, Лебединская В.Г.^{2,*}²ORCID : 0000-0001-8815-0545;^{1,2} Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (v.lebedinskaya2012[at]yandex.ru)

Предложена: 25.06.2026; Принята: 02.09.2026; Опубликовано: 17.09.2026

Аннотация

Актуальность статьи обусловлена особым местом аудиовизуального сектора в современной медиаэкономике, который выступает не только значимым сегментом креативных индустрий, но и важным фактором формирования культурного пространства. В условиях цифровой трансформации и конвергенции медиа происходят фундаментальные изменения в производстве, распространении и потреблении аудиовизуального контента. Интернет становится основным каналом медиаактивности, что существенно трансформирует экономические модели функционирования телевидения, радио и кинематографа. В этих условиях исследование особенностей аудиовизуального сектора в регионе приобретает особую значимость как для понимания общих закономерностей развития медиарынка, так и для выработки эффективных стратегий управления на региональном уровне.

Ключевые слова: медиаэкономика, спрос, контент, предложение, рынок, медиабизнес, федеральное издание, бизнес-стратегия, диверсификация контента, контекстная реклама, нативная реклама, брендинг.

DEVELOPMENT TENDENCIES IN THE AUDIOVISUAL SECTOR OF THE REGION'S MEDIA ECONOMY (ON THE EXAMPLE OF TELEVISION AND RADIO IN KRASNODAR KRAI)

Research article

Khlopunova O.V.¹, Lebedinskaya V.G.^{2,*}²ORCID : 0000-0001-8815-0545;^{1,2} Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

* Corresponding author (v.lebedinskaya2012[at]yandex.ru)

Suggested: 25.06.2026; Accepted: 02.09.2026; Published: 17.09.2026

Abstract

The relevance of the article is due to the special role played by the audiovisual sector in the modern media economy, which is not only a significant segment of the creative industries but also a key factor in shaping the cultural landscape. In the context of digital transformation and media convergence, fundamental changes are taking place in the production, distribution and consumption of audiovisual content. The internet is becoming the primary channel for media activity, which is significantly transforming the economic models of television, radio and cinema. In this context, research of the specifics of the audiovisual sector in the region takes on particular significance, both for understanding the general patterns of media market development and for formulating effective management strategies at the regional level.

Keywords: media economics, demand, content, supply, market, media business, national publication, business strategy, content diversification, contextual advertising, native advertising, branding.

Введение

Аудиовизуальный сектор представляет собой одну из ключевых составляющих современной медиаэкономики, объединяющую отрасли, связанные с производством, распространением и демонстрацией контента, воспринимаемого зрением и слухом: радио, кабельными сетями, спутниковым ТВ, видеопроизводством [4, С. 174].

В условиях цифровизации экономическая структура аудиовизуального сектора претерпевает фундаментальную трансформацию, движимую процессами конвергенции. Как отмечает А. В. Пряникова, в современном понимании конвергенция описывает не только технологическое слияние, но и «экономическое объединение» различных ранее изолированных секторов на базе одного медиапредприятия [9]. Данный процесс неразрывно связан с феноменом концентрации медиаактивов, который, согласно исследованию, проведенному на базе Санкт-Петербургского государственного университета, «изначально появился как ответ на изменения в особенностях развития глобальной экономики и считался наиболее успешной стратегией ведения медиабизнеса» [11, С. 106]. Однако ключевым выводом современного этапа является то, что именно конвергенция, а не концентрация как таковая, выступает инструментом повышения экономической эффективности [6].

Обратимся к анализу того, как описанные выше процессы меняют медиаландшафт регионов. Представим результаты анализа состояния аудиовизуального сектора медиаиндустрии на примере Краснодарского края.

Обсуждение

Город Краснодар, долгое время считавшийся одной из «медиастолиц» юга России, в 2025 году переживает непростые экономические потрясения. За 8 месяцев 2025 года в Южном федеральном округе объем легально размещенной интернет-рекламы сократился на 8% и составил около 24 млрд рублей [1]. Согласно данным Ассоциации коммуникационных агентств России, в 2024 году рекламный рынок Краснодара вырос на 22%, достигнув 7,1 млрд рублей. Структура рынка распределялась следующим образом: интернет-реклама — 4,5 млрд рублей, наружная реклама — 1,4 млрд рублей, видеоформаты (телевидение и онлайн-видео) — 910 млн рублей, радиореклама — 255 млн рублей [7].

Радиовещательный сегмент Краснодара характеризуется активным развитием и структурными изменениями. В 2025 году в Краснодаре были впервые запущены три новые FM-частоты, что явилось рекордным показателем за последние 25 лет.

Радио Шансон (холдинг Krutoy Media) вернулось в эфир краевой столицы 25 июля 2025 года на частоте 98,3 FM. Радиостанция уверенно входит в ТОП-8 самых популярных радиостанций России. По данным Mediascope за апрель–сентябрь 2025 года, ежемесячный охват аудитории «Радио Шансон» составляет 17 млн 533 тыс. человек. В феврале 2026 года станция начала вещание в Белореченске на частоте 90,8 FM, продолжая стратегию расширения присутствия в Краснодарском крае [2]. Радио «Кубань» — новый проект медиагруппы «Кубань 24», запущенный 1 декабря 2025 года на частоте 99,4 FM. Станция ориентирована на патриотическую и историческую проблематику, русскую музыку; в эфир выходят новости и программы, которые производятся исключительно на радиостанции [10]. В Краснодаре 1 июля 2025 года на частоте 97,8 FM начала вещание информационно-новостная радиостанция медиагруппы «Россия Сегодня» Радио Sputnik.

Современный радиорынок предлагает разнообразные форматы взаимодействия с аудиторией и рекламодателями. Согласно ГПМ Радио, представленным на РадиоФоруме-2025, на российском рынке аудиорекламы присутствует более 850 рекламодателей, чьи бюджеты варьируются в широком диапазоне: небольшие компании выделяют на рекламу от 1 млн рублей за девять месяцев, крупные бизнесы могут потратить более 350 млн рублей за аналогичный период.

Структура рекламных бюджетов на радио в сегменте «Москва+Сеть» демонстрирует устойчивое распределение по ключевым отраслям, на которые в целом приходится 82% общих рекламных инвестиций. Категория «Автотранспорт» поддерживается китайскими автопроизводителями, которые заняли свободную нишу после ухода брендов из Европы. Теперь в радиозэфире работают более 30 брендов, однако их число продолжает расти. Новой тенденцией стало появление на радио не только автоконцернов и дилеров, но и банков, развивающих автомобильные направления: Т-Банк вывел подразделение «Т-Авто» и в сентябре 2025 года запустил кампанию на радио. Продажи автомобилей также открыли «М.Видео» и МТС.

Финансовый сектор демонстрирует рост за счет появления новых игроков, таких как «МТС Банк», «Озон Банк» и «Яндекс Пэй». Доля таких компаний в финансовом сегменте уже составляет 5%. Категория «Связь» показала впечатляющий прирост в 55% благодаря новым операторам — «СберМобайлу» и «Т-Мобайлу».

Согласно ГПМ Радио, аудиосегмент в объеме за первый квартал 2025 года составил около 5 млрд рублей, а это лишь на 1% меньше, чем в аналогичном периоде прошлого года. Снижение признано экспертами незначительным с учетом высокой базы 2024 года: тогда рост составлял более 40%. Рост на 5% показал Федеральный сегмент («Москва + сеть»), а в регионах наблюдается отрицательная динамика из-за снижения активности в сегментах недвижимости, строительства и ритейла [3].

Холдинг Krutoy Media (которому принадлежат «Радио Шансон» и «Радио Дача») продолжает расширять присутствие в Краснодарском крае. «Радио Дача» входит в шестерку самых рейтинговых радиостанций России, ее ежемесячный охват аудитории составляет 19,8 млн человек. В феврале 2026 года станция начала вещание в Тихорецке на частоте 97,7 FM [2].

Радиостанции активно развивают цифровые каналы распространения контента. Ключевым инструментом цифровой трансформации выступает запущенный в 2021 году индустриальный радиоплеер, объединяющий более 500 российских радиостанций. В апреле 2025 года радиоплеер достиг 14 млн уникальных слушателей, что в 2,5 раза больше, чем годом ранее [3].

Вадим Терещук, генеральный директор ГПМ Радио, считает, что конвергенция радио — это не только способность встраиваться в цифровую среду, но и умение сочетать традиционные форматы с инновационными подходами (работа с блогерами, интеграция в музыкальные платформы, создание уникального цифрового контента) [3].

Телевизионное вещание в Краснодарском крае представляет собой многоуровневую систему, включающую федеральные, региональные и муниципальные компоненты. Согласно официальному перечню, опубликованному избирательной комиссией Краснодарского края 19 июня 2025 года, в регионе функционирует 6 региональных государственных организаций телерадиовещания и 11 муниципальных организаций телерадиовещания [8].

Медиагруппа «Кубань 24» (ранее, до приватизации с сохранением краевой собственности — «НТК») представляет собой центральный элемент регионального медиаландшафта. Холдинг включает телеканал «Кубань 24» и «Первое радио Кубани», ориентированные на производство контента региональной тематики и информационное сопровождение деятельности органов власти Краснодарского края [8].

В апреле 2025 года медиахолдинг «Кубань 24» провел в Краснодаре масштабное мероприятие для партнеров и рекламодателей «PR на телевидении как искусство». На встрече заместитель директора по рекламе и маркетингу Наталья Контомирова отметила: «В этом году мы проводим целую серию клиентских мероприятий... чтобы еще больше людей узнали о нашем медиахолдинге, чем мы живем, как работаем, кто мы, что можем дать нашим рекламодателям, партнерам и зрителям» [10].

По данным аналитической компании, представленным на мероприятии, в 2024 году телевидение осталось традиционно самым охватным медиа. Спикеры «Кубань 24» обсуждали, почему телевизионный видеоконтент по-

прежнему востребован, как сделать рекламу эффективной, и какие нестандартные подходы в телерекламе использует медиахолдинг совместно с рекламодателями [10].

Показательным примером успешного партнерства стал новогодний проект с Краснодарским филиалом «Ростелекома». Как рассказала пресс-секретарь компании Анна Пчелина, уникальный проект охватил Краснодар и еще 11 населенных пунктов края, причем главными героями программы оказались не медийные звезды, а простые жители Кубани [10].

Филиал ВГТРК «ГТРК «Кубань» представляет федеральный уровень телевизионного вещания в регионе. Как официальный филиал Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании, он осуществляет вещание телеканала «Россия-1» с региональными врезками, а также радиоканала «Радио России».

Помимо краевого центра, ВГТРК представлена в регионе также филиалом «ГТРК «Сочи». Это обеспечивает охват южной части Краснодарского края, включая сочинскую агломерацию.

Важным звеном региональной системы телевещания выступают муниципальные телерадиоорганизации, обеспечивающие локальный информационный охват и ориентированные на потребности местных сообществ.

В краевом центре функции муниципального телевидения выполняет ООО «Муниципальная телерадиокомпания «Краснодар», которое осуществляет вещание телеканала «Краснодар-онлайн» в самом Краснодаре, а также телеканала «Главный городской телеканал — Новороссийск» в городе-герое Новороссийске. Такая межмуниципальная структура позволяет охватывать две крупнейшие агломерации региона [8].

В городах и районах края сложилась разветвленная сеть локальных телевизионных производителей. В городе-курорте Геленджик в составе Телерадиокомпания «Геленджик» работает Телекомпания «Геленджик». В Туапсе функционирует Информационная телерадиокомпания «Туапсе» с телеканалом «Мой Туапсе», который специализируется на освещении событий Туапсинского района. В Славянске-на-Кубани работает «Славянская-на-Кубани муниципальная телерадиокомпания», чей телеканал носит одноименное название. В Кавказском районе информационную функцию выполняет «Муниципальная телерадиокомпания «Кропоткин» с телеканалом «МТРК Кропоткин». В Тбилисском районе работает Телестудия «Метроном-3», которое также включено в перечень муниципальных вещателей [8].

Специфика муниципального телевидения заключается в тесной связи с местной повесткой: такие каналы часто выступают единственным источником оперативной информации о деятельности органов местного самоуправления, социально-экономической жизни конкретного населенного пункта или района. В отличие от региональных государственных вещателей, охватывающих весь край, муниципальные телеканалы ориентированы на аудиторию, не превышающую границы одного или нескольких соседних муниципальных образований, что определяет их формат, контент и рекламные возможности.

Важным фактором развития телевизионного вещания в Краснодарском крае является государственная поддержка. Министерством экономики Краснодарского края в 2025 году был утвержден список из 26 направлений, куда вошли производство кинофильмов и телевизионного контента [5].

Заключение

Анализ аудиовизуального сектора Краснодарского края показывает, что телевидение и радио сохраняют ключевые позиции в региональной медиаэкономике, несмотря на активное развитие цифровых платформ.

Телевизионное вещание представлено трехуровневой системой: федеральные филиалы ВГТРК («ГТРК «Кубань», «ГТРК «Сочи»), региональный государственный медиахолдинг «Кубань 24» и разветвленная сеть муниципальных телеканалов (11 организаций). Такая структура обеспечивает охват от краевого центра до отдаленных населенных пунктов. Процесс цифровизации, завершающийся переходом на DVB-T2, способствует унификации и доступности телесигнала. Государственная поддержка телепроизводства как приоритетной креативной индустрии, закреплённая нормативными актами края, создает основу для дальнейшего развития сектора.

Радиовещательный сегмент продемонстрировал высокую динамику в 2025 году: запуск трех новых FM-частот в Краснодаре стал рекордным за последние 25 лет. Ключевыми игроками выступают федеральные холдинги (Krutoy Media с «Радио Шансон» и «Радио Дача», медиагруппа «Россия Сегодня» с «Радио Sputnik») и региональный проект «Радио «Кубань» (медиахолдинг «Кубань 24»). Активная экспансия в городах края (Сочи, Белореченск, Тихорецк, Горячий Ключ, Апшеронск) свидетельствует о высоком потенциале регионального рынка.

Экономическая модель теле- и радиовещания базируется на рекламных доходах, государственном финансировании (для государственных и муниципальных СМИ) и развитии дополнительных цифровых каналов монетизации. В 2024 году объем рекламного рынка Краснодара достиг более 7 млрд рублей, из которых на видеорекламу пришлось 910 млн рублей, на радиорекламу – 255 млн рублей. Однако 2025 год принес экономические сложности: спад рекламных бюджетов малого и среднего бизнеса оценивается до 30%. В ответ на это медиапредприятия активно осваивают цифровые платформы (индустриальный радиоплеер, видеоверсии программ), расширяют продуктовые линейки и развивают партнерские интеграции.

Таким образом, телевидение и радио Краснодарского края представляют собой устойчивую, структурно разнообразную систему, способную адаптироваться к экономическим вызовам и технологическим изменениям. Сохранение государственной поддержки, диверсификация источников дохода и активная цифровая трансформация выступают ключевыми факторами дальнейшего развития регионального аудиовизуального сектора.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Сообщество рецензентов Международного научно-исследовательского журнала

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.41.1>**Conflict of Interest**

None declared.

Review

Community of Reviewers of the International Research Journal

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.41.1>**Список литературы / References**

1. Аудиореклама показывает рост: у радио есть аудитория и деньги // Sostav. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/audioreklama-pokazyvaet-rost-u-radio-est-auditoriya-i-dengi-79277.html> (дата обращения: 16.03.2026).
2. Белореченск включил «Радио Шансон» // KRUTOY MEDIA. — URL: <https://www.krutoymedia.ru/news/14638.htm> (дата обращения: 16.03.2026).
3. Вадим Терещук: «Мне нравится состояние движа, поиска инноваций, подглядывания за конкурентами» // ГПМ Радио. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/audioreklama-pokazyvaet-rost-u-radio-est-auditoriya-i-dengi-79277.html> (дата обращения: 16.03.2026).
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 «Журналистика» / Е.Л. Вартанова. — Москва : Аспект Пресс, 2003. — 334 с. — ISBN 5-7567-0298-9.
5. Власти Кубани назвали 26 приоритетных направлений креативной экономики // krasnodarmedia.su. — URL: <https://krasnodarmedia.su/news/2348966/> (дата обращения: 17.03.2026).
6. Итоги развития рекламного рынка Российской Федерации за 2024 год // АКАР. — URL: <https://akarussia.ru/news/novosti-akar/obem-rynka-marketingovyh-kommunikacij-v-2024-godu/> (дата обращения: 15.03.2026).
7. Объем рынка рекламы в средствах ее распространения в январе-марте 2025 года без учета Out-of-Home // АКАР. — URL: <https://akarussia.ru/volumes/obem-rynka-reklamy-v-sredstvah-ee-rasprostraneniya-v-janvare-marte-2025-goda-bez-ucheta-out-of-home/> (дата обращения: 15.03.2026).
8. Перечень региональных государственных организаций телерадиовещания, региональных государственных периодических печатных изданий, муниципальных организаций телерадиовещания и муниципальных периодических печатных изданий Краснодарского края // Вестник Избирательной комиссии Краснодарского края. — URL: <https://ikkk.ru/news/perechen-regionalnyh-gosudarstvennyh-organizatsij-teleradioveshchaniya-regionalnyh-gosudarstvennyh-periodicheskikh-pechatnyh-izdaniy-munitsipalnyh-organizatsij-teleradioveshchaniya-i-munitsipalnyh-period/> (дата обращения: 15.03.2026).
9. Пряникова А.Г. Конвергенция медиа: опыт и перспективы развития российских СМИ / А.Г. Пряникова // Коммуникология: электронный научный журнал. — 2022. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-media-opyt-i-perspektivy-razvitiya-rossiyskih-smi> (дата обращения: 14.03.2026).
10. «Кубань 24» провел встречу «PR на телевидении как искусство» в Краснодаре // Кубань 24. — URL: <https://kuban24.tv/item/kuban-24-provel-vstrechu-pr-na-televidenii-kak-iskusstvo-v-krasnodare> (дата обращения: 17.03.2026).
11. Антонова В.Г. Экономика аудиовизуальной сферы : учебное пособие / В.Г. Антонова, Ю.А. Елисеева, Е.А. Елисеева [и др.]. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, 2021. — 106 с. — ISBN 978-5-94760-479-5.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Audioreklama pokazyvayet rost: u radio yest' auditoriya i den'gi [Audio advertising is growing: radio has an audience and money] // Sostav. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/audioreklama-pokazyvaet-rost-u-radio-est-auditoriya-i-dengi-79277.html> (accessed: 16.03.2026). [in Russian]
2. Belorechensk vklyuchil "Radio Shanson" [Belorechensk has switched on "Radio Chanson"] // KRUTOY MEDIA. — URL: <https://www.krutoymedia.ru/news/14638.htm> (accessed: 16.03.2026). [in Russian]
3. Vadim Tereshchuk: "Mne nravitsya sostoyaniye dvizha, poiska innovatsiy, podglyadyvaniya za konkurentami" [Vadim Tereshchuk: "I like the state of drive, the search for innovations, peeking at competitors"] // GPM Radio. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/audioreklama-pokazyvaet-rost-u-radio-est-auditoriya-i-dengi-79277.html> (accessed: 16.03.2026). [in Russian]
4. Vartanova E.L. Mediaekonomika zarubezhnykh stran [Media economics of foreign countries] : textbook for university students studying in the field 520600 and specialty 021400 "Journalism" / E.L. Vartanova. — Moscow : Aspekt Press, 2003. — 334 p. — ISBN 5-7567-0298-9. [in Russian]
5. Vlasti Kubani nazvali 26 prioritetnykh napravleniy kreativnoy ekonomiki [The authorities of Kuban named 26 priority areas of the creative economy] // krasnodarmedia.su. — URL: <https://krasnodarmedia.su/news/2348966/> (accessed: 17.03.2026). [in Russian]
6. Itogi razvitiya reklamnogo rynka Rossiyskoy Federatsii za 2024 god [Results of the development of the advertising market of the Russian Federation for 2024] // AKAR. — URL: <https://akarussia.ru/news/novosti-akar/obem-rynka-marketingovyh-kommunikacij-v-2024-godu/> (accessed: 15.03.2026). [in Russian]

7. Ob'yem rynka reklamy v sredstvakh yeye rasprostraneniya v yanvare-marte 2025 goda bez ucheta Out-of-Home [Volume of the advertising market in media in January-March 2025 excluding Out-of-Home] // AKAR. — URL: <https://akarussia.ru/volumes/obem-rynka-reklamy-v-sredstvah-ee-rasprostraneniya-v-yanvare-marte-2025-goda-bez-ucheta-out-of-home/> (accessed: 15.03.2026). [in Russian]

8. Perechen' regional'nykh gosudarstvennykh organizatsiy teleradioveshchaniya, regional'nykh gosudarstvennykh periodicheskikh pechatnykh izdaniy, munitsipal'nykh organizatsiy teleradioveshchaniya i munitsipal'nykh periodicheskikh pechatnykh izdaniy Krasnodarskogo kraya [List of regional state television and radio broadcasting organizations, regional state periodicals, municipal television and radio broadcasting organizations and municipal periodicals of the Krasnodar Territory] // Vestnik Izbiratel'noy komissii Krasnodarskogo kraya [Bulletin of the Electoral Commission of the Krasnodar Territory]. — URL: <https://ikkk.ru/news/perechen-regionalnyh-gosudarstvennyh-organizatsij-teleradioveshchaniya-regionalnyh-gosudarstvennyh-periodicheskikh-pechatnykh-izdaniy-munitsipalnyh-organizatsij-teleradioveshchaniya-i-munitsipalnyh-period/> (accessed: 15.03.2026). [in Russian]

9. Pryanikova A.G. Konvergenziya media: opyt i perspektivy razvitiya rossiyskikh SMI [Media convergence: experience and prospects of development of Russian media] / A.G. Pryanikova // Kommunikologiya: elektronnyy nauchnyy zhurnal [Communicology: Electronic Scientific Journal]. — 2022. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergenziya-media-opyt-i-perspektivy-razvitiya-rossiyskikh-smi> (accessed: 14.03.2026). [in Russian]

10. "Kuban' 24" provel vstrechu "PR na televidenii kak iskusstvo" v Krasnodare ["Kuban 24" held a meeting "PR on television as an art" in Krasnodar] // Kuban 24. — URL: <https://kuban24.tv/item/kuban-24-provel-vstrechu-pr-na-televidenii-kak-iskusstvo-v-krasnodare> (accessed: 17.03.2026). [in Russian]

11. Antonova V.G. Ekonomika audiovizual'noy sfery [Economics of the audiovisual sphere] : textbook / V.G. Antonova, Yu.A. Eliseeva, E.A. Eliseeva [et al.]. — St. Petersburg : St. Petersburg State Institute of Film and Television, 2021. — 106 p. — ISBN 978-5-94760-479-5. [in Russian]