 © Авторы статьи / Authors of the article

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА/MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

DOI: https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.173.51 EDN: HOQDUB

ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНТНЫХ МОДИФИКАЦИЙ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОДЕРЖАНИЯ И ФОРМЫ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКИХ МЕДИА)

Научная статья

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

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

Предложена: 11.07.2026; Принята: 23.10.2026; Опубликована: 17.11.2026

Аннотация

Статья посвящена изучению приоритетов региональных СМИ в современных условиях. На примере трех краснодарских СМИ — газета «Краснодарские известия», газета «Аргументы и факты» и портал 93.ru — исследуются основные тенденции в изменении предпочтений в подаче содержания и формы контента. Наиболее показательными критериями были определены следующие: тематика, жанровое своеобразие, глубина анализа, стилистика, соблюдение норм русского языка, использование других знаковых систем.

Путем сравнительного анализа трех краснодарских СМИ были выявлены основные изменения в их предпочтениях на региональном медиарынке. Установлено, что границы между оперативными ежедневными газетами, аналитическими еженедельниками и «жёлтыми» онлайновыми СМИ постепенно стираются. Онлайновые СМИ сегодня сосредотачивают в себе все черты — оперативность, аналитичность и интерактивность, «вырывая» лидерство у печатных СМИ. Новые медиаформаты приобрели «игровые» характеристики, интерактивность, предполагают активное вовлечение адресата. Обязательным элементом трансляции контента становится кроссплатформенность, присоединяются социальные сети.

Ключевые слова: тенденции развития медиарынка, региональные СМИ, онлайн-СМИ, реорганизация медиаландшафта, медиаформаты.

CHANGES IN THE PREFERENCES OF REGIONAL MEDIA IN THE CONTEXT OF CONVERGENCE: TENDENCIES IN THE DEVELOPMENT OF CONTENT AND FORM (ON THE EXAMPLE OF THE KRASNODAR MEDIA)

Research article

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

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

Suggested: 11.07.2026; Accepted: 23.10.2026; Published: 17.11.2026

Abstract

The article examines the priorities of regional media in the current environment. On the example of three Krasnodar-based media outlets — the newspaper “Krasnodar News”, the newspaper “Argumenty i Fakty” and the 93.ru website — the main trends in changing preferences regarding the presentation and form of content are analysed. The following criteria were identified as the most indicative: subject matter, genre distinctiveness, depth of analysis, stylistic features, adherence to the rules of the Russian language, and the use of other sign systems.

A comparative analysis of three Krasnodar media outlets has revealed major shifts in their positioning within the regional media market. It has been established that the boundaries between fast-paced daily newspapers, analytical weeklies and ‘tabloid’ online media are gradually blurring. Online media today combine all these traits — immediacy, analysis and interactivity — thereby ‘overtaking’ print media as the leading force. New media formats have taken on ‘game-like’ characteristics and interactivity, requiring the active involvement of the audience. Cross-platform distribution is becoming an essential element of content delivery, with social media playing an integral role.

Keywords: trends in the media market, regional media, online media, reorganisation of the media landscape, media formats.

Введение

На протяжении нескольких лет российская медиасреда переживает глубокие трансформационные процессы. С развитием Интернета и массовых коммуникаций усилилось влияние онлайн-СМИ, а технология World Wide Web (WWW) позволила создавать веб-страницы с передачей изображений, что облегчило подачу и получение информации внутри Сети. Так, возможность быстро и массово распространять данные в совокупности с удобным графическим форматом подтолкнула подавляющее большинство печатных СМИ создавать свои интернет-аналоги. Первыми в

 © Авторы статьи / Authors of the article

стремлении распространять актуальные данные посредством инновационных технологий стали новостные СМИ, среди которых «Аргументы и факты», «Известия», «Коммерсант» и другие.

В статье на примере трех краснодарских СМИ рассмотрены основные тенденции в развитии содержания и формы подачи контента. Основными показательными критериями нами определены следующие: тематика, жанровое своеобразие, глубина анализа, стилистика, соблюдение норм русского языка, использование других знаковых систем.

Результаты и обсуждение

Реорганизации медиаландшафта способствовал не только активный технологический прогресс, но и ряд других предпосылок. В 2008–2009 годах влияние на состояние рынка печатной прессы, в том числе российского, оказал экономический кризис, одним из его результатов стало падение потребительской активности населения [1]. Рациональный подход в выборе товаров часто способствовал исключению газет и журналов из покупательских корзин. На фоне возникновения проблем мировой финансовой системы продажи изданий и, следовательно, рекламных мест перестали приносить необходимый для существования издательств доход, а это привело к сокращению персонала и даже закрытию изданий [2], [3].

Новые медиаформаты приобрели «игровые» характеристики, а именно: стали интерактивными, предполагающими активное вовлечение адресата. Обязательным элементом трансляции контента становится кроссплатформенность: в гонке за внимание читателей к интернет-порталам присоединяются социальные сети. Дороговизна бумажной прессы мотивировала издателей на поиск более доступного для их аудитории варианта контакта и привлечения рекламодателей к новым площадкам [5].

В 2014–2019 годах в России продажи журналов и газет сократились на 45%. Киосковые сети стали массово закрываться, доходы от печатной прессы — падать, а прибыль от диджитал-сектора — возрастать [10]. Подавляющее большинство редакций, некогда специализировавшихся на выпуске только бумажной прессы, превратились в конвергентные [6].

Настоящим ударом по офлайн-прессе стала пандемия. К кризису, который повлек за собой локдаун, лучше всего адаптировались телевидение и Интернет, печатная пресса и радио сильно пострадали. Тем не менее, и перед онлайн-СМИ стояли новые вызовы. По словам заместителя руководителя редакции РБК Ивана Макарова, переход на удаленный режим снизил качество работы сотрудников редакции [7].

В марте 2022 года российский рынок прессы покинул крупный издательский дом Conde Nast, который начал работать на территории РФ в 1998 году. Он выпускал журналы Vogue, GQ, Glamour и Tatler. С уходом данных изданий прекратили работу и их сайты. После этого отечественное медиапространство начало заполняться новыми проектами [8], [9].

К 2023 году электронная пресса составила 36,1% всех действующих СМИ [2]. Со снижением продаж печатной прессы вырос сегмент подписок на онлайн-издания, среднегодовая динамика составила 23%. В 2024 году продажи журналов и газет в России в рознице сократились еще на 9%. Эксперты связывают эти показатели с непрекращающимся ростом среднего чека при покупке изданий. Немаловажной причиной обращения к интернет-изданиям послужило и изменение предпочтений читателей, желающих получать более оперативные данные в удобном, мобильном формате.

Так, развитие новых медиа привело к ряду изменений в сфере журналистики и повлекло за собой массовые изменения в редакционной деятельности. Сегодня подавляющее большинство некогда превалировавшей на информационном рынке печатной прессы имеет свои интернет-аналоги.

В свете отмеченного выше, на наш взгляд, интересно было бы сравнить новостные подборки ежедневной и еженедельной газеты и интернет-СМИ региона, выявить тематические предпочтения каждого СМИ, постараться объяснить демонстрируемые предпочтения, проследить, используются ли в материалах иные знаковые системы (таблицы, схемы, диаграммы и т.д.).

Для сравнительного анализа были выбраны следующие издания: газета «Краснодарские известия» (выходит 3 раза в неделю), газета «Аргументы и факты» — выходит 1 раз в неделю, портал 93.ru — интернет-СМИ. Критерий для сравнения: тематика, жанровое своеобразие, глубина анализа, стилистика, соблюдение норм русского языка, использование других знаковых систем. Данные критерии, на наш взгляд, являются определяющими в вопросе качества издания.

1. Тематика

«Краснодарские известия»:

– официальные новости последних дней, имеющие социально-политическую направленность;

– городские мероприятия, прошедшие недавно;

– социально-экономические планы и события города;

– отвлечённые, развлекательные темы;

– истории кубанцев.

«Аргументы и факты»:

– события Кубани и России в целом, поделённые на следующие рубрики: общество (самая широкая тематика: например, от исторических статей о происхождении казачества до аналитики о погоде на лето и психологических статей о том, как вытащить детей из гаджетов, о современных мошеннических схемах); спорт (статьи об успехах в спорте на международной арене и о событиях, связанных с футбольным клубом «Краснодар»); происшествия (последние криминальные события Краснодарского края); сельское хозяйство (положение экономики Кубани, но не с точки зрения цифр и статистики, а со стороны, например, интервью с основателями агроимперий Кубани); здоровье (актуальные статьи — сухость волос после зимы, аллергия и др.).

93.ru:

 © Авторы статьи / Authors of the article

– широкая тематика, охватывающая все сферы жизни края и страны в целом, с акцентом в большей степени на происшествия и социальные вопросы.

– политика (последние проекты ЗСК);

– ЧП и безопасность (заметка о том, что будут проходить проверки сирен в городе);

– социально-экономические (новый ЖК, появление клубники на рынке);

– культура (серия фото, как выглядел Краснодар в XIX веке);

– транспорт и инфраструктура (последняя информация о строительстве трассы Джубга — Сочи);

– истории краснодарцев (как офисный сотрудник бросил работу ради уборки квартир на видео);

– советы на разные темы (рецепты, статья о том, как правильно клеить обои);

– статьи о международных и российских событиях.

2. Жанровое своеобразие

«Краснодарские известия»:

– статьи аналитические;

– лонгриды;

– репортажи;

– официальные постановления и заметки.

«Аргументы и факты»:

– статьи аналитические;

– лонгриды.

93.ru:

– заметки (перевёрнутая пирамида);

– аналитические статьи;

– лонгриды;

– репортажи;

– интерактивные материалы (тесты и т.д.).

3. Глубина анализа

«Краснодарские известия»:

– официальная, оперативная информация, пусть и дана в общих чертах, достаточно глубоко проработана: есть как обзор проблемы и её последствия, так и перспективы решения;

– лонгриды и аналитические статьи проработаны глубоко, часто приводится статистическая или историческая информация (например, в статье о лёгкой атлетике — история её становления).

«Аргументы и факты»:

– к написанию статей часто привлекаются специалисты определённой сферы — так, материал об аллергии писал врач-аллерголог с указанием фамилии и имени. Это придаёт материалу экспертность и повышает уровень доверия у аудитории;

– некоторые материалы ощущаются как «незаконченные»: например, в статье о том, что ждёт туристов на отдыхе в Краснодарском крае, нет никакой полезной информации для самих туристов — просто описывается патовая ситуация в отельном бизнесе сегодня, включено множество обрывочных мнений специалистов отельного бизнеса, которые не позволяют составить полноценную картину об отельной экономике сегодня. Также в статье не даны выводы или перспективы, что делает материал незаконченным.

93.ru:

– основная часть контента — статьи с яркими заголовками, которые и раскрывают суть статьи. Чаще всего это новости без аналитики (спасение дельфина из сетей с подробностями операции);

– есть лонгриды, которые многосторонне рассматривают тему (открытие нового ресторана в парке «Краснодар», все подробности, которые о нём известны – концепция, местоположение, этап строительства);

– аналитические статьи проработаны настолько, насколько это требует портал в Интернете: привлекаются мнения специалистов, приводится статистика. Интересно проанализировать статью о том же отельном «крахе» черноморского побережья: в отличие от АИФ, портал приводит в итоге «лайфхаки» в ответ на вопрос «Как бронировать и как сэкономить?», т. е. даётся не только статистика о том, как сокращается/растёт количество туристов, но полезная, практическая информация для читателя.

4. Стилистика

«Краснодарские известия»: ясный публицистический стиль, использование публицистических штампов («меняются до неузнаваемости», «шаг за шагом приводят в порядок», «При этом важно понимать, что…»).

«Аргументы и факты»: язык публицистический с элементами разговорного («второй пакет мер по борьбе с кибермошенниками Минцифры предложило», «они не только смотрят там «видосики»).

93.ru: современный информационно-публицистический стиль с элементами разговорного и эмоционального («запрыгиваем в последний вагон», «породило волну по всему миру», «мощная поддержка губернатора»).

5. Соблюдение норм русского языка

«Краснодарские известия»:

– в целом тексты достаточно грамотные, однако можно выделить, например, речевую избыточность («остаются в ведении самих жильцов и управляющих компаний, которые отвечают за их состояние и благоустройство»).

– важно отметить, что в газете очень внимательно относятся к сложным моментам русской грамматики, например, правильно согласуются числительные с существительными («82 школы получили гранты»).

«Аргументы и факты»:

 © Авторы статьи / Authors of the article

Тексты имеют незначительные погрешности, например, опечатки («Это провидит к целому ряду», «а «синий свет» экранов назрушает синтез»), что может свидетельствовать о недостаточной работе корректора редакции или его отсутствии.

Однако есть положительные черты:

– использование прямых цитат экспертов придаёт достоверность;

– представление разных точек зрения;

– структурированность информации.

93.ru:

– в целом тексты грамотные, встречаются единичные ошибки: «а разница более чем в 1,6 раз (а не РАЗА)».

– нестройное звучание предложения: «Из-за блокировок мессенджеров люди стали опасаться в стране появления изолированного Интернета» («в стране» лучше перенести либо до «стали», либо после «Интернета»)

– логические несостыковки: «Население призвали привыкать к отсутствию Интернета на фоне его отключения в будущем». В тексте говорится, что планов отключать Интернет нет («таких планов у властей нет»). Тогда зачем призывать привыкать к его отсутствию?

– нарушение порядка слов в предложении: «В Госдуме такую ситуацию называют «новой нормальностью» и призывают людей привыкнуть к этому...». Местоимение «этому» относится к «ситуации», но согласование нарушено: «ситуацию называют... привыкнуть к этому» (средний род вместо женского). Лучше: «привыкнуть к ней».

6. Использование других знаковых систем

«Краснодарские известия»: достаточно часто применяется инфографика: например, данные о достижениях жилищно-коммунальной отрасли «разбавлены» небольшими таблицами, диаграммами рисунками, облегчающими восприятие информации.

«Аргументы и факты»: выпуски за последний месяц, которые удалось изучить, не содержат инфографику.

93.ru: инфографика не обнаружена, только дополнительные мультимедийные материалы (видео, фото).

Заключение

В эпоху Интернета, где обновление ленты происходит ежеминутно, меняется периодичность газет — теперь более трёх раз в неделю они не выходят, их материалы делают упор на глубину, аналитичность, а не на скорость. Поэтому потребность в кратких заметках, описании всех событий последних дней отпадает, право быстрого оповещения населения о событиях переходит к сетевым СМИ.

Сетевые СМИ, как показывает анализ, обозревают событие поверхностно, без лишней аналитики, публикуя просто новостные заметки по структуре «перевёрнутая пирамида». Однако короткие заметки — не единственный формат, создаваемый сетевыми СМИ, — лонгриды, репортажи, аналитические статьи могут по информативности, актуальности, достоверности и экспертности конкурировать с печатными газетными изданиями. Где-то они «выигрывают» из-за возможности добавлять мультимедийный контент, чем печатная версия ограничена.

Таким образом, проанализировав 3 разных СМИ Краснодарского края, мы пришли к выводу, что тематика, жанровое своеобразие, глубина анализа примерно схожи. Так, все они имеют социально-политическую направленность, рассказывая об экономике, политике, культуре, состоянии социальной среды и инфраструктуры Кубани. Сетевые СМИ включают также российские и международные инфоповоды, однако сетевые версии печатных газет также не ограничиваются лишь краснодарскими новостями.

Как уже было сказано, основное отличие — наличие в сетевых СМИ такого жанра, как новостная заметка, в газетах потребность в этом жанре отпала. Что касается языка — во всех анализируемых изданиях были обнаружены грамматические, логические и стилистические неточности, однако они не являются критичными: в целом, язык и стиль всех трёх изданий является нормативным. Однако сетевые СМИ более «вольны» в своих выражениях (например, публикация комментариев людей о состоянии парковок и политике по взиманию штрафов за парковку в неположенном месте пестрит практически нецензурными выражениями, что печатная версия едва ли может себе позволить).

На сегодняшний день границы между оперативными ежедневными газетами, аналитическими еженедельниками и «жёлтыми» сетевыми СМИ постепенно стираются. Газеты, выходящие чаще, чем раз в неделю, «отдают» оперативность сетевым СМИ, себе же «забирают» аналитичность. Еженедельные газеты всё еще сохраняют роль осмысления и переработки материалов, однако всё больше сближаются с аудиторией, публикуют материалы скорее бытового и развлекательного характера. Сетевые СМИ сегодня сосредотачивают в себе все черты — оперативность, аналитичность и интерактивность, «вырывая» лидерство у печатных СМИ.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Вакурова Н.В. Концепции современных российских интернет-изданий / Н.В. Вакурова, Л.И. Московкин // Вестник Московского университета. — 2001. — № 6.

 © Авторы статьи / Authors of the article

2. Зверева Е.А. Общая характеристика российского рынка журналов в 2010 г.: динамика показателей и тенденции развития / Е.А. Зверева // Вестник ТГУ. — 2013. — № 11.

3. Зверева Е.А. Новые медиаформаты трансляции контента журнальных изданий / Е.А. Зверева // Вестник НГУ. Серия: История, филология. — 2013. — № 10.

4. 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).

5. Калмыков А.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Москва: Академия медиаиндустрии, 2018. — 370 с. — ISBN 978-5-902899-39-6.

6. Машнинова Ю.В. СМИ: от печатных к электронным / Ю.В. Машнинова // Научная периодика: проблемы и решения. — 2011. — № 2.

7. Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента // Sostav.ru. — 23.12.2020. — URL: https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html (дата обращения: 09.01.2026).

8. Объём рынка рекламы в средствах её распространения в январе-марте 2025 года без учёта Out-of-Home // АКАР. — URL: https://akarussia.ru/volumes/obem-rynka-reklamy-v-sredstvah-ee-rasprostranenija-v-janvare-marte-2025-goda-bez-ucheta-out-of-home/ (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. Хлопунова О.В. Современные бизнес-стратегии на рынке СМИ: трансформация спроса и предложения / О.В. Хлопунова, В.Г. Лебединская // Международный научно-исследовательский журнал. — 2026. — № 2 (164). — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=89008679/ (дата обращения: 11.07.2026).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Vakurova N.V. Koncepcii sovremennyh rossijskih internet-izdanij [Concepts of modern Russian online publications] / N.V. Vakurova, L.I. Moskovkin // Vestnik Moskovskogo universiteta [Moscow University Bulletin]. — 2001. — № 6. [in Russian]

2. Zvereva E.A. Obshhaja harakteristika rossijskogo rynka zhurnalov v 2010 g.: dinamika pokazatelej i tendencii razvitija [General characteristics of the Russian magazine market in 2010: dynamics of indicators and development trends] / E.A. Zvereva // Vestnik TGU [Tomsk State University Bulletin]. — 2013. — № 11. [in Russian]

3. Zvereva E.A. Novye mediaformaty transljacii kontenta zhurnal'nyh izdanij [New media formats for broadcasting magazine content] / E.A. Zvereva // Vestnik NGU. Serija: Istorija, filologija [NSU Bulletin. Series: History, Philology]. — 2013. — № 10. [in Russian]

4. Itogi razvitija reklamnogo rynka Rossijskoj Federacii za 2024 god [Results of the development of the advertising market of the Russian Federation in 2024] // AKAR [AKAR]. — URL: https://akarussia.ru/news/novosti-akar/obem-rynka-marketingovyh-kommunikacij-v-2024-godu/ (accessed: 15.03.2026). [in Russian]

5. Kalmykov A.A. Internet-zhurnalistika. Teoreticheskie osnovy [Internet journalism. Theoretical foundations] / A.A. Kalmykov, L.A. Kohanova. — Moscow: Media Industry Academy, 2018. — 370 p. — ISBN 978-5-902899-39-6. [in Russian]

6. Mashninova Ju.V. SMI: ot pechatnyh k jelektronnym [Mass media: from print to electronic] / Ju.V. Mashninova // Nauchnaja periodika: problemy i reshenija [Scientific Periodicals: Problems and Solutions]. — 2011. — № 2. [in Russian]

7. Mediarynok 2020: pandemija, e-commerce i transformacija kontenta [Media market 2020: pandemic, e-commerce and content transformation] // Sostav.ru [Sostav.ru]. — 23.12.2020. — URL: https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html (accessed: 09.01.2026). [in Russian]

8. Objom rynka reklamy v sredstvah ejo rasprostranenija v janvare-marte 2025 goda bez uchjota Out-of-Home [Advertising market volume in its distribution media in January–March 2025 excluding Out-of-Home] // AKAR [AKAR]. — URL: https://akarussia.ru/volumes/obem-rynka-reklamy-v-sredstvah-ee-rasprostranenija-v-janvare-marte-2025-goda-bez-ucheta-out-of-home/ (accessed: 15.03.2026). [in Russian]

9. Prjanikova A.G. Konvergencija media: opyt i perspektivy razvitija rossijskih SMI [Media convergence: experience and prospects for the development of Russian mass media] / A.G. Prjanikova // Kommunikologija: jelektronnyj nauchnyj zhurnal [Communicology: Electronic Scientific Journal]. — 2022. — № 3. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-media-opyt-i-perspektivy-razvitiya-rossiyskih-smi (accessed: 14.03.2026). [in Russian]

10. Hlopunova O.V. Sovremennye biznes-strategii na rynke SMI: transformacija sprosa i predlozhenija [Modern business strategies in the media market: transformation of supply and demand] / O.V. Hlopunova, V.G. Lebedinskaja // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Research Journal]. — 2026. — № 2 (164). — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=89008679/ (accessed: 11.07.2026). [in Russian]