

## Секция «Журналистика»

### Развитие конвергентных процессов СМИ Краснодарского края Гусейнова Зарина Вусаловна

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: zarinaguseynova@gmail.com*

Конвергенция в СМИ (медиаконвергенция) – интеграция нескольких коммуникационных платформ в единую систему для передачи медиаконтента. В конвергентных средствах массовой информации в рамках единой редакции объединяются разные типы СМИ или разные каналы коммуникации, причём это может происходить либо под единым брендом, либо в составе одного медиахолдинга. В настоящее время наиболее высокий уровень развития конвергентных процессов отмечается в столицах и крупных городах России.

Для того чтобы проанализировать процесс развития конвергенции в российских регионах был выбран Краснодарский край – быстроразвивающийся и экономически успешный регион. Он богат агроклиматическими и рекреационными ресурсами. Ключевую роль в экономике играет сельское хозяйство и курортная промышленность. Регион обладает значительным демографическим и трудовым потенциалом: уровень урбанизации ниже, чем в среднем по стране (55,6% - доля городского населения). Плотность населения на Кубани достаточно высока (50 чел. на 1 км<sup>2</sup>). Высокими темпами развивается инфраструктура, в связи с большими инвестиционными притоками. Большое внимание уделяется развитию образования, медицины и культуры.

В ходе исследования были проанализированы СМИ города Краснодара и четырёх районов: Темрюкского, Тимашевского, Крымского, Куцёвского. Всего было рассмотрено 23 средства массовой информации: шесть телеканалов, одиннадцать периодических изданий, шесть интернет-СМИ.

Все шесть рассмотренных телеканалов имеют онлайн-аналоги. «9 канал» (г. Краснодар) и «Краснодар+» (г. Краснодар) – телеканалы, которые имеют собственное вещание (более 50% от эфира). В своих онлайн-версиях данные телекомпании в режиме реального времени публикуют эфирные материалы, таким образом, работая на две разные аудитории сразу. Остальные же каналы, принадлежащие районным центрам, выходят в эфир только с новостными выпусками (редко бывают ежедневными), на сайте публикуют материалы постфактум. Контент, представленный на сайтах рассмотренных телеканалов, полностью совпадает с эфирным.

В большинстве случаев, контент на сайтах газет идентичен печатной версии. Но в трёх онлайн-версиях периодических изданий он существенно отличается: сайты газет «Аргументы и факты ЮГ» (г. Краснодар), «Комсомольская правда Кубань» (г. Краснодар) содержат 100% оригинального контента, интерактивного и мультимедийного. Сайт газеты «Кубань Сегодня» (г. Краснодар) также имеет хороший показатель – 90% оригинального контента. Редакция газеты «Знамя труда» (г. Тимашевск) размещает на сайте регулярно обновляемую новостную ленту (30% оригинального контента).

Из шести рассмотренных интернет-СМИ только три официально зарегистрированы. Новостные порталы «Юга.ру» (г. Краснодар), «Югополис» (г. Краснодар), и информа-

ционное агентство «Живая Кубань» (г. Краснодар) являются самыми посещаемыми. Сайты имеют удобную навигацию, регулярно обновляются (от 3 раз каждые десять минут), но содержат мало мультимедийных материалов.

Таким образом, можно сделать вывод, что в рассмотренных СМИ Краснодарского края конвергентная модель характеризуется наличием на сайтах мультимедийного контента. Редакции используют много интерактивных материалов, однако большую часть их составляют текстовые. В печатных изданиях конвергенция осуществляется в основном посредством интеграции печатной и интернет-платформы. Телекомпании интегрируют производимый в эфире контент и интернет-платформу. Одна их проблем региональных СМИ заключается в том, что практически весь контент появляется на сайтах постфактум, когда его уже опубликовали на одной из платформ – 70% муниципальных газет и телекомпаний размещают новости в онлайн-версиях после того, как были выпущены газета или программа. Главным проявлением процессов конвергенции для большинства краснодарских СМИ пока ещё является наличие сайта с мультимедийным, но не оригинальным контентом.

### **Литература**

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные // под ред. Качкаевой А. Г. – М.; 2010
2. Варганова Е. Л. К чему ведет конвергенция в СМИ – М.: Аспект-Пресс, 1999
3. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран – М.: Аспект Пресс, 2003
4. Медиконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / сост. Балмаева С. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2010
5. Особенности подготовки журналистов для работы в конвергентной редакции» / под ред. Денисовой И. Н. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2013
6. Варганова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ. – М.: Медиа-Мир, 2013
7. Баранова Е. А. Процесс конвергенции СМИ в российских газетных редакциях (по результатам исследований 2009-2012 гг.) // Меди@скоп, выпуск № 1. 2013
8. Janet Kolodzy *Convergence Journalism: Writing and reporting across the New Media* – Oxford, 2006
9. Stephen Quinn, Vincent F. Filak *Convergent Journalism: An introduction* – Oxford, 2005

### **Слова благодарности**

Хочу выразить слова благодарности профессору Елене Леонидовне Варгановой за помощь в подготовке тезисов.