



[Научный диалог = Nauchnyi dialog = Nauchnyy dialog, 15(2), 2026]
[ISSN 2225-756X, eISSN 2227-1295]



Информация для цитирования:

Дякина А. А. Структура медиарынка Липецкой области в контексте специфики экономического развития региона / А. А. Дякина, И. Р. Есин // Научный диалог. — 2026. — Т. 15, № 2. — С. 194—213. — DOI: 10.24224/2227-1295-2026-15-2-194-213.

Dyakina, A. A., Esin, I. R. (2026). Structure of Media Market in Lipetsk Region within Regional Economic Development Context. *Nauchnyi dialog*, 15 (2): 194-213. DOI: 10.24224/2227-1295-2026-15-2-194-213. (In Russ.).



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Структура медиарынка Липецкой области в контексте специфики экономического развития региона

Дякина Анжелика Александровна

orcid.org/0000-0002-6319-6966

доктор филологических наук,
профессор,

кафедра русской филологии
и журналистики

корреспондирующий автор

anjeloprof@mail.ru

Есин Иван Русланович

orcid.org/0009-0007-2551-6352

аспирант, кафедра русской
филологии и журналистики

ivanesin20@gmail.com

Елецкий государственный университет
им. И. А. Бунина
(Елец, Россия)

Structure of Media Market in Lipetsk Region within Regional Economic Development Context

Anzhelika A. Dyakina

orcid.org/0000-0002-6319-6966

Doctor of Philology, Professor,
Department of Russian Philology
and Journalism

corresponding author

anjeloprof@mail.ru

Ivan R. Esin

orcid.org/0009-0007-2551-6352

Post-graduate student, Department
of Russian Philology and Journalism

ivanesin20@gmail.com

Bunin Yelets State University
(Yelets, Russia)

© Дякина А. А., Есин И. Р., 2026

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматривается структура региональных СМИ в зависимости от государственных и корпоративных источников финансирования. Проведено многоаспектное исследование медиарынка Липецкой области. Подчеркиваются взаимосвязи преобладающего формата, структуры и специфики местных СМИ с медиаэкономикой. Особое внимание уделено анализу данных медиаакторов, региональной экономики и их взаимодействий. В качестве эмпирического материала выступили официальные статистические сведения, отчеты, региональные интернет-издания и сайты СМИ. Актуальность исследования определяется степенью значимости и влияния на редакционную автономию региональных изданий существующих моделей их финансирования. Новизна исследования видится в комплексном рассмотрении институциональных и экономических факторов формирования медиарынка региона. Подчеркиваются такие проблемы, как низкая конкурентоспособность независимых СМИ, их недостаточная интеграция в цифровое пространство. Доказывается, что устойчивость информационного рынка обеспечивается стабильной экономикой региона и поддержкой крупных игроков. Вместе с тем установлено, что его перспективное развитие связано с переходом к модели диверсифицированного и инновационного роста, а формирование прозрачных механизмов финансирования и развитие цифровых компетенций содействует повышению конкурентоспособности медиа. Авторы приходят к выводу о важности институциональной поддержки для создания сбалансированной региональной медиасреды.

Ключевые слова:

региональный медиарынок; медиаэкономика; экономика региона; медиафинансирование.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This paper examines the structure of regional media outlets in relation to state and corporate funding sources. A multifaceted analysis of the media market in Lipetsk region was conducted. Emphasis is placed on the interplay between predominant formats, structural features, and local media characteristics vis-à-vis media economics. Special attention is devoted to analyzing data from media actors, regional economy, and their interactions. Official statistical information, reports, regional online publications, and websites served as empirical materials. The significance of existing funding models' impact on editorial autonomy underscores the importance of this study. Its novelty resides in comprehensively addressing institutional and economic factors shaping the regional media landscape. Challenges such as low competitiveness of independent media and insufficient digital integration are highlighted. Evidence demonstrates that a stable regional economy and support from major players underpin the resilience of the information market. However, future growth prospects hinge upon transitioning towards diversified and innovative development patterns. Establishment of transparent financing mechanisms and enhancement of digital competencies are shown to enhance media competitiveness. Authors conclude that institutional backing plays a critical role in fostering a balanced regional media environment.

Key words:

regional media market; media economics; regional economy; media funding.



УДК 366.636+004.032.6

DOI: 10.24224/2227-1295-2026-15-2-194-213

Научная специальность ВАК
5.9.8. Теоретическая, прикладная и
сравнительно-сопоставительная лингвистика
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Структура медиарынка Липецкой области в контексте специфики экономического развития региона

© Дякина А. А., Есин И. Р., 2026

1. Введение = Introduction

Современная медиасфера представляет собой сложную и многослойную систему, функционирование которой обусловлено не только внутренними процессами производства и распространения информации, но и широкой совокупностью внешних факторов — политических, социокультурных и, прежде всего, экономических. В этой связи особую значимость приобретает направление исследований, связанное с медиаэкономикой, рассматривающей СМИ как элемент социально-экономической системы, включённый в региональные и глобальные рыночные процессы.

Как и прежде, одной из наименее разработанных научных проблем в этой области является влияние социально-экономических факторов и особенностей конкретного региона на структуру, динамику и устойчивость локального медиарынка. Существующие научные подходы часто рассматривают общую картину медиапространства, ориентируясь на мегаполисы и федеральные медиацентры, в то время как региональные медиарынки, особенно в условиях российских реалий, формируются и развиваются по закономерностям, отличным друг от друга. Эти рынки гораздо более восприимчивы к локальным экономическим колебаниям, имеют ограниченный ресурсный потенциал и часто зависят от внешних (в том числе политических и корпоративных) участников.

Актуальность настоящего исследования обусловлена сразу несколькими обстоятельствами. Во-первых, в последние годы наблюдается тенденция к усилению социально-экономической дифференциации между регионами России, что отражается и на медиаполе: в одних субъектах формируются устойчивые и относительно независимые медиасистемы, в других — сокращается число медиаплощадок, усиливается их зависимость от внешнего финансирования и поддержки государства на федеральном или региональном уровне. Во-вторых, в условиях цифровизации и трансфор-



мации моделей потребления информации резко возрастает конкуренция между локальными, региональными и федеральными медиа, что требует от региональных игроков способности к адаптации и устойчивому экономическому функционированию. В этом контексте крайне важны вопросы о том, какие именно экономические аспекты и показатели определяют устойчивость регионального медиарынка и как локальные издания и отдельные СМИ выдерживают конкуренцию?

Медиаэкономика как междисциплинарная область исследования фокусируется на анализе экономических процессов и закономерностей, влияющих на функционирование медиаиндустрии. Согласно современным теоретическим подходам, медиаэкономика — это дисциплина, занимающаяся изучением средств массовой информации как отдельной отрасли рыночного хозяйства, а также условий и элементов медиапроизводства [Варганова, 2003, с. 332]. В основе этой дисциплины лежит концепция двойного продукта (dual product market), где медиа одновременно обслуживают две группы потребителей — аудиторию и рекламодателей, что формирует сложную экономическую структуру отрасли [WOAPDEESAGE, 2025]. Такая модель позволяет понять специфику формирования доходов медийных организаций и особенности конкуренции в условиях ограниченных ресурсов.

Степень научной разработанности проблемы позволяет говорить о наличии устойчивого интереса к теме в рамках дисциплин «медиаменеджмент», «экономика СМИ», «социология коммуникаций». Значительный вклад в формирование методологической базы исследований медиаэкономики внесли работы российских исследователей. К примеру, Е. Л. Варганова делает акцент на взаимосвязи медиатеории и медиаэкономики в контексте цифровой трансформации, а также подчеркивает необходимость интегративного подхода к анализу медийных процессов в условиях изменяющегося информационного ландшафта [Варганова, 2020]. А. Г. Качкаева демонстрирует, как жанр и формат входят в новую динамику творческого и бизнес-процессов, как изменяются их соотношения, критерии и функции под влиянием меняющихся практик производства, распределения и восприятия телеконтента [Качкаева, 2010]. С. С. Смирновым подчеркивается влияние концентрации медиаактивов и нормативно-правового статуса на развитие крупных межрегиональных медиахолдингов в условиях медиарынка, трансформирующегося под давлением технологических, законодательных и рыночных факторов [Смирнов, 2016]. В работах российских ученых также исследуются вопросы специфики медиаэкономической среды России, систематизации отличительных черт медиарынка, особенностей потребительского и рекламного рынков как основных источников доходов медиапредприятий [Колобова, 2018]. Помимо этого, проводится



комплексный анализ современного состояния медиасферы, выявляются ключевые глобальные тренды, технологические инновации и структурные изменения, которые определяют векторы развития индустрии в условиях цифровой трансформации [Пинчук, 2021].

Однако при всей ценности существующих исследований фокус внимания чаще всего сосредоточен на федеральном уровне, на анализе общенациональных тенденций медиаразвития и структуры собственности в медиаотрасли. Намного чаще проблема взаимовлияния региональных медиаэкономики и медиарынка рассматриваются зарубежными авторами. Их внимание сосредоточено на анализе потребления экономических СМИ на региональном уровне, выявлении особенностей целевой аудитории, оценке влияния социально-экономических факторов и роли медиаконтента на формирование экономической грамотности населения страны [Nistor et al., 2022]. Кроме того, исследуются взаимосвязи между социальными настроениями, демонстрируемыми в медиа, и традиционными экономическими показателями, такими как индекс деловой активности (PMI), индекс доверия потребителей (CCI) и уровень занятости, в период пандемии COVID-19; подчеркивается значимость интеграции качественных и количественных данных для более точного анализа экономической динамики в условиях кризиса [Kaczmarek et al., 2025]. В других работах комплексно анализируется адаптация региональной печатной и онлайн-прессы к вызовам, обусловленным финансовыми спадами и переходом к цифровым технологиям, рассматриваются стратегические изменения, произошедшие вследствие экономических трудностей и технологической трансформации, а также их влияние на распространение информации и устойчивость региональных СМИ, существующих на современном медиа-рынке [Mitka et al., 2023]. Помимо этого, исследуются экономические модели функционирования региональных общественных медиа, их финансовая устойчивость, влияние цифровой трансформации на структуру доходов и затрат, роль государственных инвестиций и рыночных механизмов в обеспечении эффективного развития и сохранения медиаплюрализма на региональном уровне [Izquierido-Castillo et al., 2021].

При этом особенности медиаландшафта зарубежных стран, экономические реалии, государственное устройство могут существенно сказываться на изучаемом объекте, вследствие чего полученные в этих работах выводы не всегда можно назвать репрезентативными для российских регионов. Таким образом, существует очевидный дефицит комплексных исследований, в которых системно рассматривались бы взаимосвязи между структурой, динамикой и устойчивостью медиарынка региона с его экономическим состоянием.



Новизна предлагаемого исследования заключается в том, что оно направлено на выявление и анализ закономерностей функционирования регионального медиарынка в контексте экономических показателей конкретного субъекта Российской Федерации — Липецкой области, региона, обладающего устойчивой промышленной основой, развитыми институтами местного самоуправления, но вместе с тем сталкивающегося с рядом структурных ограничений, типичных для большинства российских регионов средней величины. В отличие от предыдущих работ в данном направлении, где исследовались общенациональные тренды в медиаэкономике и влияние цифровизации на медиапотребление, в данном случае акцент смещается на локальный уровень анализа, предполагающий эмпирическое сопоставление структуры медиапредложений в регионе (численность и типология СМИ, устойчивость медиаплатформ, индекс цитирования и т. д.) с экономическими показателями (валовой региональный продукт, индекс промышленного производства, объем инвестиций в основной капитал и др.).

Тем самым исследование вносит свой вклад в развитие научного направления региональной медиаэкономики, предлагая методологическую основу для последующих сравнительных и прогностических исследований медиарынков в сходных социально-экономических условиях.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Целью настоящего исследования стало выявление влияния на состояние и динамику регионального медиарынка Липецкой области ключевых показателей ее экономики в контексте современных общеэкономических процессов. В рамках достижения поставленной цели определяются следующие задачи: провести анализ экономических характеристик Липецкой области, исследовать состояние медиарынка региона, выявить закономерности между локальным медиарынком и структурой региональной экономики, изменениями в ней, а также определить основные экономические составляющие крупнейших региональных СМИ.

Вопрос о взаимосвязи состояния медиарынка и экономических факторов в региональной перспективе занимает всё более значимое место в отечественной науке о коммуникации и медиаэкономике. В современных условиях, когда медиасфера претерпевает глубокую трансформацию под воздействием цифровизации, глобализации и динамично меняющихся экономических реалий, возрастают требования к комплексным исследованиям, способным выявить устойчивые закономерности между функционированием медиасистем на местах и экономическими показателями.



Научные работы ряда российских исследователей подчеркивают зависимость медиаструктур от экономической среды. Так, в трудах Е. Л. Вартановой систематизированы принципы и институциональные особенности медиаэкономики в России, а также очерчены рамки существования СМИ как участников рыночных отношений [Вартанова, 2018]. М. И. Макеенко акцентирует внимание на концентрации собственности в медиаотрасли и последствиях вертикальной интеграции [Макеенко, 2005]. Другие работы исследуют зависимость развития медиаструктур от экономической среды региона, проявляющейся в различиях ресурсной базы, инвестиционной привлекательности, уровне региональной экономики и инфраструктур [Кирия и др., 2014], влиянии этих показателей на эффективность информационного обмена и устойчивого регионального развития [Натхо, 2016]. Также делается акцент на зависимости структуры медиарынка и степени его концентрации от уровня инвестиций, доходности и конкуренции, то есть тех показателей, которые формируют рыночную динамику и определяют возможности роста и развития медиа в регионах [Мухаметов, 2019].

Несмотря на нарастающее внимание к этим вопросам, в большинстве случаев исследования сосредоточены на федеральных медиаплатформах или на сравнительном анализе крупных центров с развитыми внутренними медиарынками, таких как Москва и Санкт-Петербург, в то время как особенности иных региональных медиарынков, включая Липецкий, по-прежнему изучены фрагментарно и преимущественно описательно.

В связи с этим представляется необходимым провести изучение данной взаимосвязи на примере конкретного региона, где влияние экономических факторов на медиаструктуру проявляется особенно остро. В таких регионах медиаэкономика чаще всего представляет собой систему, зависящую от внешнего финансирования, колебаний рекламного рынка, бюджетной политики субъекта федерации, а в меньшей степени — от уровня доходов и медиапотребительской активности населения.

Цель настоящего исследования — выявить характер и степень влияния на структуру, функционирование регионального медиарынка экономических показателей, используя в качестве эмпирического материала данные по Липецкой области — региону с развитой промышленной базой, умеренными демографическими показателями и устойчивыми к изменениям, но ограниченными по численности медиаресурсами.

В качестве основного материала исследования выступают:

— статистические данные о социально-экономическом положении Липецкой области за 2022—2024 годы (включая ВРП, инвестиционную активность, уровень безработицы);

- данные региональных органов власти о зарегистрированных СМИ и медиаплатформах в Липецкой области;
- данные об учредителях и основных спонсорах крупных региональных СМИ;
- результаты контент-анализа.

В отличие от большинства предшествующих исследований, в которых региональный медиарынок рассматривался преимущественно как часть общероссийского контекста, данная работа предлагает индивидуальный подход, сочетающий экономическую аналитику, медиастатистику и анализ медиаландшафта региона. Такой подход позволяет получить не только оценку влияния экономических условий на медиарынок, но и качественное представление о специфике его адаптации к внутренним и внешним вызовам.

Исследование направлено на формирование эмпирически обоснованной модели, объясняющей, как именно экономические параметры региона влияют на устойчивость, разнообразие и независимость его медиасистемы, а также на выявление типовых угроз и точек роста для региональных медиаструктур в условиях цифровой экономики.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Экономические характеристики региона

В условиях трансформации медиапространства, когда локальные СМИ стремятся адаптироваться к актуальной повестке, цифровизации и изменению рекламного ландшафта, региональные экономические процессы становятся ключевым фактором устойчивости и роста медиаотрасли. Медиарынок тесно связан с экономикой региона: уровень занятости, инвестиционный климат, структура ВРП и активность бизнеса напрямую влияют на рекламные бюджеты, объёмы заказов, платёжеспособность аудитории и темпы роста локальных медиаплатформ.

Показательна в этом контексте Липецкая область — регион Центрального федерального округа, демонстрирующий устойчивые темпы восстановления после санкционного спада 2022 года. Наличие сильной промышленной базы, развитого аграрного сектора и особой экономической зоны федерального уровня формирует не только экономический, но и инфраструктурный потенциал территории.

Настоящий анализ направлен на выявление взаимосвязей между развитием медиарынка Липецкой области и ее социально-экономическими показателями. Для этого рассмотрены ключевые статистические данные, динамика валового регионального продукта, инвестиционная активность, а также специфика локальных рекламодателей и структурная роль СМИ в экономике региона.



Для исследования взаимосвязи между мадиарынком и экономикой области необходимо сформировать понимание об основных профилях экономической деятельности региона.

Липецкая область представляет собой один из интенсивно развивающихся регионов Центральной России: её экономический фундамент формируется крупным промышленным комплексом, активной агропромышленной отраслью, внутренними и зарубежными инвестициями, в том числе со стороны резидентов особой экономической зоны «Липецк». В основе её экономики — обрабатывающие производства, металлургическое в частности.

Согласно отчетам, опубликованным на официальном сайте правительства Липецкой области, по итогам 2024 года отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг на 1 344,4 млрд рублей [Промышленность ..., 2025], из которых металлургическое производство произвело 55 % от общей суммы, а пищевая промышленность — 23,5 %. В сельскохозяйственной сфере обороты несколько меньше — 207 млрд рублей. При этом удельный вес, к примеру, обрабатывающего производства в общероссийском производстве демонстрирует высокие показатели для региона небольших масштабов — 1,9 %.

Экономика Липецкой области демонстрирует рост после существенного падения на 9 % в 2022 году до 780,1 млрд рублей после введения экономических санкций. В 2024 году ВРП региона достиг 969,9 млрд рублей — это рост более чем на 20 % по сравнению с санкционным 2022 годом [Валовой ..., 2025]. Инвестиционная активность также на подъёме: в 2024 году объём вложений в основной капитал составил 261,6 млрд рублей — прирост на 28,1 % по отношению к уровню 2023 [Липецкая область вошла ..., 2025]. При этом Липецкая область входит в тройку лидеров ЦФО по инвестициям на душу населения, а особая экономическая зона «Липецк» остаётся одной из самых успешных в стране — с десятками резидентов, инвестициями в десятки миллиардов рублей и созданием тысяч рабочих мест [Там же].

Подобные экономические реалии Липецкой области оказывают прямое и структурообразующее влияние на формирование и развитие регионального мадиарынка. Так как регион характеризуется высоким уровнем промышленного производства, в первую очередь — металлургии, а также активным агропромышленным комплексом и устойчивой инвестиционной динамикой, крупнейшие предприятия, такие как НЛМК, ОАО «Энергия» и другие промышленные игроки, не только формируют значительную часть валового регионального продукта, но и выступают важными рекламодателями и партнёрами региональных СМИ.

3.2. Основные СМИ региона и их финансирование

Для изучения медиарынка Липецкой области в условиях динамично меняющихся экономических реалий были выбраны наиболее крупные и цитируемые СМИ региона различных форматов. Следует отметить, что медиарынок Липецкой области в последние годы демонстрирует устойчивый рост, непосредственно связанный с активностью промышленных, аграрных и инвестиционных секторов. По данным Росстата, после падения показателей сектора «информация и связь» в 2021 году на 1,8 % в 2022 году данный показатель демонстрировал устойчивый рост от 4,4 % до 7,7 % в 2023 году [ВРП, 2025]. В регионе зарегистрировано более 125 средств массовой информации [Коротко ...], включая телевизионные каналы, радиостанции, печатные издания и интернет-СМИ. Наиболее заметные и влиятельные игроки медиаполя — это информационно-справочный портал Lipetskmedia.ru (входящий в состав ИД «Липецкая газета»), «ГТРК Липецк», телеканал «Липецкое время» и наиболее цитируемое СМИ [Gorod48](http://Gorod48.ru), охватывающее значительную часть областной аудитории.

Есть основания полагать, что портал [Gorod48](http://Gorod48.ru), несмотря на формальную независимость, аффилирован с медиахолдингом, учреждённым владельцем Новолипецкого металлургического комбината (НЛМК) — ключевого промышленного предприятия региона и одного из крупнейших металлургических активов в стране. В открытых источниках есть информация о регистрации торговой марки [Gorod48](http://Gorod48.ru) на юридическое лицо ООО «РУМЕДИА» через полгода после начала работы одноименного портала [РБК]. Это создаёт особую форму зависимости и устойчивости: редакционная политика и экономическая стабильность портала в значительной степени опираются на ресурсный потенциал промышленного капитала, обеспечивая платформе высокий уровень финансовой безопасности, устойчивый кадровый состав и доступ к эксклюзивной информации и корпоративным каналам коммуникации.

С другой стороны, государственные медиаресурсы, такие как «ГТРК Липецк», «Липецкое время» и Lipetskmedia.ru, получают стабильное бюджетное финансирование, в том числе в рамках реализации государственных информационных заказов и освещения приоритетных направлений внутренней политики. Такая поддержка позволяет этим СМИ обеспечивать постоянное присутствие на медиаполе, устойчивую производственную базу и техническое развитие. Более того, статус официальных рупоров власти увеличивает их цитируемость в федеральных источниках, способствует усилению институционального доверия и расширяет охват в периоды общественно значимых событий, таких как выборы, форумы и др.



Выявляется устойчивая взаимосвязь между экономическим базисом в форме государственного (областного, муниципального) или корпоративного финансирования и информационным доминированием СМИ в регионе. На практике это означает, что высокая цитируемость и популярность региональных СМИ в Липецкой области базируются не только на редакционных стандартах, но и на ресурсной устойчивости, обеспеченной либо государственными бюджетами, либо корпоративным капиталом системообразующих предприятий.

При этом, несмотря на большее количество государственных СМИ в региональном топе (60 % от общего числа), бизнес-финансируемые медиа занимают первенство по цитируемости с большим отрывом: 67,19 у Gorod48 в сравнении с показателем 9,01 у ТРК Липецкое Время, 6,16 у Lipetskmedia.ru, 2,30 — у «Липецкой газеты». Примечательно, что медиа с внерегиональным финансированием занимают 6 и 7 место (Mk-lipetsk.ru и Newslipetsk.ru с показателями 3,80 и 2,32 соответственно) [Липецкая область: рейтинг ..., 2025]. Причиной этому может служить совокупность факторов, таких как наличие прямого доступа к корпоративному сегменту рекламодателей и B2B-коммуникациям, редакционная независимость от государственной информационной политики и экономическое положение, которое позволяет обходиться без избыточных затрат на традиционную инфраструктуру (например, телевизионные студии, радиокomплексы), что свойственно государственным СМИ. В совокупности указанные факторы формируют уникальное структурное положение Gorod48 в медиасреде Липецкой области: издание сочетает в себе финансовую устойчивость, обеспеченную индустриальным капиталом, с рыночной редакционной стратегией и цифровой технологической адаптивностью. Таким образом, экономические предпосылки, институциональная поддержка и формат функционирования позволяют Gorod48 занимать лидирующие позиции в региональной медиасистеме не вопреки, а благодаря своей связке с системообразующим бизнесом и относительной независимости от государственной информационной инфраструктуры.

Из этого следует, что медиасреда Липецкой области — это не автономная информационная экосистема, а производное от социально-экономической структуры региона. Присутствие системного индустриального капитала (НЛМК) и доминирующая роль государственной информационной политики формируют ландшафт, где редакционная повестка, техническая база и доступ к аудитории напрямую зависят от финансово-экономических источников. В этих условиях успех СМИ определяется не только качеством контента, но и возможностью устойчиво существовать в связке с крупными институциональными игроками региона.

3.3. Сильные и слабые стороны Липецкого регионального медиарынка

Экономический фон и институциональный финансовый базис имеют прямое влияние на медиарынок региона. Так, рост ВРП при снижении безработицы до 2—3 % увеличивает объём рекламных бюджетов и платёжеспособность аудитории. Правительство области, государство в лице крупных государственных компаний, крупные локальные производители и промышленные предприятия, такие как НЛМК, «Липецкхладокombинат» и другие, выступают не только сильными рекламодателями медиа, заказывая материалы, спецпроекты, продвигая бренд и корпоративные коммуникации, но и основными источниками финансирования ключевых игроков регионального медиаландшафта.

Помимо этого, особые экономические зоны — драйвер локального медиасектора. ОЭЗ «Липецк» с её резидентами и ростом бизнеса породила спрос на деловые медиа, HR-объявления, специализированные публикации и промосегменты. Яркий пример — медиаресурсы, посвящённые инвестициям, бизнес-среде и региональным инновациям (например, Инвестиционный портал Липецкой области), а также рекламные агентства, такие как липецкое «Прайд Медиа», активно работающие с ведущими компаниями региона.

Несмотря на все плюсы, региональный медиарынок сталкивается с конкретными ограничениями. Во-первых, доля сектора «информация и связь» составляла на 2022 год всего около 4,4 % от ВРП, что свидетельствует о том, что медийный сектор в регионе ещё недостаточно развит и получает ограниченные инвестиции. Во-вторых, высокая концентрация экономики вокруг нескольких крупных предприятий создаёт риски: спад в одной отрасли (например, металлургии или пищевой промышленности) мгновенно отразится на рекламных доходах и бюджете медиа. И действительно, в своей статье от 08.12.2022 доктор экономических наук, директор центра региональной политики РАНХиГС, директор института реформирования общественных финансов В. Климанов фиксирует провал в доходах ряда регионов, где есть черная металлургия, в том числе Белгородской, Липецкой и Курской областей [Климанов, 2022]. Причиной снижения доходов стало санкционное давление на Российскую Федерацию.

Аффилированность ключевых наиболее сильных и популярных медиа с госструктурами и крупными корпорациями отражает доминирование двух типов экономических акторов — государства и системообразующего бизнеса — в информационной сфере, что оказывает как позитивное, так и негативное влияние на медиарынок региона, модель которого может быть представлена следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Модель медиарынка Липецкой области, 2025 год

Среди позитивных аспектов данной модели следует выделить прежде всего высокую стабильность и устойчивость информационной системы. Финансирование со стороны государства и крупного корпоративного сектора обеспечивает ключевым медиаресурсам стабильную материально-техническую базу, сохранение профессиональных кадров и возможность долгосрочного планирования деятельности. В результате создаются условия для регулярного, системного и технологически оснащённого производства контента. Кроме того, наличие поддержки со стороны крупнейшего работодателя и налогоплательщика региона (НЛМК) позволяет частным СМИ, таким как Gorod48, функционировать без прямой зависимости от государственного информационного заказа, сохраняя гибкость редакционной политики и способность оперативно реагировать на общественно значимые события.

Также плюсом является информационное покрытие ключевых направлений регионального развития. Государственные СМИ эффективно выполняют функцию официального рупора власти, способствуя донесению до населения информации о деятельности органов управления, реализации национальных проектов и социально значимых инициатив. В свою очередь корпоративные медиаресурсы активно включаются в продвижение инвестиционной привлекательности региона и развитие локального делового климата.

Вместе с тем такая структура медиополя обладает и рядом ограничений. Наиболее значимым из них является недостаток медийного плюрализма. Концентрация ключевых медиаресурсов в руках государства и одного промышленного игрока ограничивает спектр мнений, снижает уровень общественной дискуссии и может формировать эффект информационно-



го монополизма. В условиях, когда независимые редакции практически не представлены в медиаструктуре региона, возникает риск репрезентации исключительно официальной или лояльной к системообразующим акторам повестки, что ослабляет функцию СМИ как института общественного контроля и критического анализа.

Кроме того, высокая институциональная зависимость СМИ от своих учредителей может сужать редакционную автономию, особенно в контексте освещения чувствительных тем — экологических, социальных, трудовых конфликтов и пр. Частные СМИ, поддерживаемые корпоративным капиталом, нередко вынуждены избегать острых тем, связанных с деятельностью аффилированных структур, тогда как государственные — ограничены рамками официальной риторики. Это снижает доверие части аудитории и сужает информационное разнообразие.

Помимо этого, структура медиарынка региона менее диверсифицирована: он медленнее адаптируется к digital-трендам, не обладает масштабом и финансами крупных столичных рынков. В Липецкой области пока ограничены возможности монетизации через мероприятия, подписки или онлайн-сервис, так как наблюдается острая нехватка конкуренции и игроков, способных функционировать без существенной поддержки государства и крупных промышленных предприятий. Существующие СМИ выполняют свои основные задачи без внедрения уникальных форматов взаимодействия с аудиторией, перенимая с определенным временным лагом опыт более крупных медиа. Наконец, цифровая инфраструктура, хотя и развита, может уступать мегаполисам в скорости интернета и поддержке новых digital-проектов — особенно в сельских районах.

Таким образом, Липецкая область демонстрирует яркий пример того, как экономическая устойчивость, инвестактивность и мощный промышленный сектор создают базу для устойчивого и стабильного развития регионального медиарынка. Одновременно ограниченность сектора «информация и связь», зависимость от ключевых отраслей и региональной власти, а также отсутствие стабильных, не зависящих от учредителей в лице власти и крупных местных корпораций доходов медиа подчеркивают необходимость поддержки инновационных медийных инициатив, развития digital-инфраструктуры и формирования устойчивых бизнес-моделей. Для будущего роста медиарынка важно не просто использовать экономический подъём, но и постепенно строить самостоятельные медийные платформы, адаптированные к цифровой эпохе.

4. Заключение = Conclusions

Анализ структуры медиарынка Липецкой области в контексте её экономического развития позволяет сделать ряд выводов и выработать меры,



направленные на формирование устойчивой и самостоятельной региональной информационной среды. Представленная модель регионального медиапространства демонстрирует высокую степень сопряжённости с экономическим базисом, что определяет его устойчивость, но одновременно порождает структурные ограничения. Институциональная зависимость ключевых медиаресурсов от государства и системообразующих предприятий формирует устойчивую, но малоподвижную систему с ограниченным потенциалом к инновациям и критическому транслированию жизни региона. Такая структура обеспечивает стабильность, ресурсную насыщенность и технологическое воспроизводство, однако ограничивает медийный плюрализм, снижает уровень редакционной автономии и сужает спектр обсуждаемых тем.

В условиях высокой зависимости от промышленного капитала и административного финансирования критически важно стимулировать формирование альтернативных каналов информации и развитие медиасистемы за счёт внутренних рыночных механизмов, диверсификации источников финансирования и внедрения новых цифровых форматов взаимодействия с аудиторией. В частности, необходимы институциональная поддержка малых независимых медиа, стартапов и гражданских инициатив в сфере коммуникаций, а также развитие программ поддержки цифровой журналистики и образовательных инициатив, способствующих появлению квалифицированных участников медиарынка.

Эти меры способны активизировать взаимодействие между региональной властью, бизнесом и медиасообществом в направлении формирования прозрачных механизмов финансирования и распределения государственного информационного заказа, исключая конфликт интересов и обеспечивающих равный доступ к ресурсам для медиаструктур разных форм собственности. Подобная система позволит получать необходимую поддержку независимым медиа, которые на данный момент являются абсолютно неконкурентоспособными по сравнению с крупными игроками, финансируемыми государством и крупными промышленниками.

Кроме того, важным направлением является развитие компетенций в области цифровой трансформации — внедрение мультимедийных форматов, работа с аналитикой пользовательского поведения, развитие систем дистрибуции через цифровые платформы. Это позволит региональным СМИ повысить свою конкурентоспособность, в том числе за пределами области, а также выйти за рамки традиционной зависимости от ограниченного пула инвесторов и рекламодателей.

Таким образом, устойчивость медиарынка Липецкой области в значительной степени опирается на экономическую стабильность региона



и тесную связь с промышленным и государственным секторами. Однако для обеспечения его долгосрочного и сбалансированного развития необходим переход от модели структурной зависимости к модели устойчивого роста через инновации, диверсификацию и цифровизацию. Формирование полноценной региональной медиасреды возможно только при условии институционального стимулирования рыночной конкуренции, редакционной самостоятельности и расширения каналов общественного участия в производстве и потреблении информации.

Заявленный вклад авторов: Есин И. Р. – концепция исследования; сбор, обработка и анализ эмпирического материала, написание текста, итоговые выводы. Дякина А. А. – методология исследования; доработка текста; заключение. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.	Contribution of the authors: Ivan. R. Esin — research concept; collection, processing, and analysis of empirical material, writing the text, and final conclusions. Anzhelika A. Dyakina — research methodology; text revision; conclusion. The authors declare no conflicts of interests.
--	---

Источники и принятые сокращения

1. *Валовой* региональный продукт Липецкой области 1998—2023 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Липецкой области. — Режим доступа : [https://48.rosstat.gov.ru/access_\(дата обращения 24.08.2025\)](https://48.rosstat.gov.ru/access_(дата обращения 24.08.2025)).
2. *ВРП ОКВЭД 2* (с 2016 г.) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. — Режим доступа : [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/VRP_OKVED2_s_2016.xlsx_\(дата обращения 24.08.2025\)](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/VRP_OKVED2_s_2016.xlsx_(дата обращения 24.08.2025)).
3. *Климанов В.* Регионы с развитой металлургией стали терять налоговые доходы из-за санкций [Электронный ресурс] / В. Климанов // Региональные комментарии. — Режим доступа : [https://regcomment.ru/analytics/regiony-s-razvitoj-metallurgiej-stali-teryat-nalogovye-dohody-iz-za-sanktsij/\(дата обращения 24.08.2025\)](https://regcomment.ru/analytics/regiony-s-razvitoj-metallurgiej-stali-teryat-nalogovye-dohody-iz-za-sanktsij/(дата обращения 24.08.2025)).
4. *Коротко о СМИ* : краткая характеристика средств массовой информации Липецкой области [Электронный ресурс] // Официальный сайт правительства Липецкой области. — Режим доступа : [https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/o-regione%2Fsmi%2Fkorotko-o-smi_\(дата обращения 24.08.2025\)](https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/o-regione%2Fsmi%2Fkorotko-o-smi_(дата обращения 24.08.2025)).
5. *Липецкая область вошла* в топ-3 регионов ЦФО по привлечению инвестиций [Электронный ресурс] // Официальный сайт правительства Липецкой области. — Режим доступа : [https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/news/15977_\(дата обращения 24.08.2025\)](https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/news/15977_(дата обращения 24.08.2025)).
6. *Липецкая область: рейтинг* СМИ за I полугодие 2025 [Электронный ресурс] // Медиалогия: Мониторинг соцсетей и СМИ. — Режим доступа : [https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/14068/\(дата обращения 26.08.2025\)](https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/14068/(дата обращения 26.08.2025)).
7. *Официальный сайт* инвестиционного портала Липецкой области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [https://investinlipetsk.ru/\(дата обращения 29.08.2025\)](https://investinlipetsk.ru/(дата обращения 29.08.2025)).
8. *Официальный сайт* интернет-портала Lipetskmedia.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [https://lipetskmedia.ru/\(дата обращения 22.08.2025\)](https://lipetskmedia.ru/(дата обращения 22.08.2025)).

9. *Официальный сайт* информационно-справочного портала Gorod48 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://gorod48.ru/> (дата обращения 23.08.2025).

10. *Официальный сайт* новостного портала ГТРК «Липецк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://vesti-lipetsk.ru/> (дата обращения 27.08.2025).

11. *Официальный сайт* телеканала «Липецкое время» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://lipetsktv.ru/> (дата обращения 27.08.2025).

12. *Промышленность*: Основные итоги и показатели за 2024 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт правительства Липецкой области. — Режим доступа : <https://xn--80aaoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/ekonomika/otrasli/promyshlennost%D1%8C> (дата обращения 24.08.2025).

13. *РБК Компании* [Электронный ресурс] // Официальный сайт РБК Компании. — Режим доступа : <https://companies.rbc.ru/trademark/354268/gorod-gorod48/> (дата обращения 18.08.2025).

14. *Pennings A. J. PhD WRITINGS ON AI POLICY, DIGITAL ECONOMICS, ENERGY STRATEGIES, AND GLOBAL E-COMMERCE* [Electronic resource] / A. J. Pennings. — Access mode : <https://apennings.com/dystopian-economies/equilibrium-and-the-turn-from-political-economy-to-economics/#respond> (accessed 24.08.2025).

Литература

1. *Вартанова Е. Л.* Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. — Москва : Аспект Пресс, 2003. — 334 с. — ISBN 5-7567-0298-9.

2. *Вартанова Е. Л.* Меняющаяся российская медиаиндустрия : теоретические подходы / Е. Л. Вартанова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2018. — Т. 15. — Выпуск 2. — С. 186—196. — DOI: 10.21638/spbu09.2018.203

3. *Вартанова Е. Л.* Теория и экономика медиа как актуальные направления медиаисследований / Е. Л. Вартанова // Меди@льманах. — 2020. — № 2—3. — С. 8—16. — DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2020.816.

4. *Качкаева А. Г.* Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации / А. Г. Качкаева // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2010. — № 6. — С. 42—51.

5. *Кирия И. В.* Региональные диспропорции в развитии медиасистем в России / И. В. Кирия, О. С. Довбыш // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2014. — № 3. — С. 4—14.

6. *Колобова Е. Ю.* Особенности функционирования российского медиарынка в условиях глобализации информационного пространства / Е. Ю. Колобова // Петербургский экономический журнал. — 2018. — № 4. — С. 95—105. — DOI: 10.25631/PEJ.2018.4.8.

7. *Макеенко М. И.* Транснациональные медиакорпорации в начале XXI века : кризис управления масштабом? / М. И. Макеенко // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2005. — № 4. — С. 39—48.

8. *Мухаметов О. Р.* Альтернативный подход к измерению концентрации медиарынка : анализ региональных рынков радиовещания в Москве и Санкт-Петербурге / О. Р. Мухаметов // Меди@льманах. — 2019. — № 1. — С. 96—120. — DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2019.96120.

9. *Натхо З. А.* Роль средств массовой информации в социально-экономическом развитии регионов / З. А. Натхо // Научный журнал КубГАУ. — 2016. — № 121. — С. 74—81. — DOI: 10.21515/1990-4665-121-117.

10. *Смирнов С. С.* Особенности развития крупнейших межрегиональных медиахолдингов России / С. С. Смирнов // *Меди@льманах*. — 2020. — № 5. — С. 93—99. — DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399.

11. *Пинчук Е. С.* Мировые тенденции и динамика развития медиа-отрасли / Е. С. Пинчук // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия : Экономика. — 2021. — № 2. — С. 324—337. — DOI: 10.22363/2313-2329-2021-29-2-324-337.

12. *Izquierdo-Castillo J.* Challenges and Opportunities for Regional Public Service Media : A Singular Case Study in Europe / J. Izquierdo-Castillo, J. C. Miguel-de-Bustos // *International Journal of Communication*. — 2021. — Vol. 15. — Pp. 625—646.

13. *Kaczmarek I.* Integrating media sentiment with traditional economic indicators : a study on PMI, CCI, and employment during COVID-19 period in Poland / I. Kaczmarek, A. Iwaniak, A. Chrobak // *Journal of Computational Social Science*. — 2025. — Vol. 8. — № 2. — Pp. 18—23. — DOI: 10.1007/s42001-025-00375-x.

14. *Mitka D.* Print and Online Regional Press : Navigating the Impact of Financial Crisis and Digital Transition / D. Mitka, G. Gioltzidou // *European Journal of Communication and Media Studies*. — 2023. — Vol. 2. — № 5. — Pp. 13—20. — DOI: 10.24018/ejmedia.2023.2.5.24.

15. *Nistor A.* The Consumption Analysis of Economic Media at the Regional Level in a Developing Country / A. Nistor, E. Zadobrischi // *Sustainability* — 2022 — Vol. 14. — № 2. — Pp. 241—256. — DOI: 10.3390/su142316140.

*Статья поступила в редакцию 01.10.2025,
одобрена после рецензирования 12.02.2026,
подготовлена к публикации 27.02.2026.*

Material resources

Briefly about the media: a brief description of the mass media of the Lipetsk region. *Official website of the Government of the Lipetsk region*. Available at: <https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/o-regione%2Fsmi%2Fkorotko-o-smi> (accessed 24.08.2025). (In Russ.).

Gross regional product of the Lipetsk region 1998—2023. *Official website of the Territorial Body of the Federal State Statistics Service for the Lipetsk Region*. Available at: <https://48.rosstat.gov.ru/accounts> (accessed 24.08.2025). (In Russ.).

GRP OKVED 2 (since 2016). *Official website of the Federal State Statistics Service*. Available at: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/VRP_OKVED2_s_2016.xlsx (accessed 24.08.2025). (In Russ.).

Industry: Key results and indicators for 2024. *Official website of the Government of the Lipetsk region*. Available at: <https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/ekonomika/otrasli/promyshlennost%D1%8C> (accessed 24.08.2025). (In Russ.).

Klimanov, V. Regions with developed metallurgy began to lose tax revenues due to sanctions. *Regional comments*. Available at: <https://regcomment.ru/analytics/regiony-s-razvitoj-metallurgiej-stali-teryat-nalogovye-dohody-iz-za-sanktsij/> (accessed 24.08.2025). (In Russ.).

Lipetsk region entered the top 3 regions of the Central Federal District in attracting investments. *Official website of the Government of the Lipetsk region*. Available at: <https://xn--80aacoonefzg3am8b1fsb.xn--p1ai/news/15977> (accessed 24.08.2025). (In Russ.).



- Lipetsk region: media rating for the first half of 2025. *Medialogy: Monitoring of social networks and mass media*. Available at: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/14068/> (accessed 26.08.2025). (In Russ.).
- Pennings, A. J. *PhD WRITINGS ON AI POLICY, DIGITAL ECONOMICS, ENERGY STRATEGIES, AND GLOBAL E-COMMERCE*. Available at: <https://apennings.com/dystopian-economies/equilibrium-and-the-turn-from-political-economy-to-economics/#respond> (accessed 24.08.2025).
- RBC of the Company. *The official website of RBC of the Company*. Available at: <https://companies.rbc.ru/trademark/354268/gorod-gorod48/> (accessed 18.08.2025). (In Russ.).
- The official website of the GTRK Lipetsk news portal*. Available at: <https://vesti-lipetsk.ru/> (accessed 27.08.2025). (In Russ.).
- The official website of the information and reference portal Gorod48*. Available at: <https://gorod48.ru/> (accessed 08/23/2025). (In Russ.).
- The official website of the Internet portal Lipetskmedia.ru*. Available at: <https://lipetskmedia.ru/> (accessed 08/22/2025). (In Russ.).
- The official website of the investment portal of the Lipetsk region*. Available at: <https://investinlipetsk.ru/> (accessed 29.08.2025). (In Russ.).
- The official website of the Lipetsk Time TV channel*. Available at: <https://lipetsktime.ru/> (accessed 27.08.2025). (In Russ.).

References

- Izquierdo-Castillo, J., Miguel-de-Bustos, J. C. (2021). Challenges and Opportunities for Regional Public Service Media: A Singular Case Study in Europe. *International Journal of Communication*, 15: 625—646.
- Kachkaeva, A. G. (2010). Genres and formats of modern television. The consequences of transformation. *Bulletin of the Moscow University. Episode 10. Journalism*, 6: 42—51. (In Russ.).
- Kaczmarek, I., Iwaniak, A., Chrobak, A. (2025). Integrating media sentiment with traditional economic indicators: a study on PMI, CCI, and employment during COVID-19 period in Poland. *Journal of Computational Social Science*, 8 (2): 18—23. DOI: 10.1007/s42001-025-00375-x.
- Kiria, I. V., Dovbysh, O. S. (2014). Regional imbalances in the development of media systems in Russia. *Bulletin of the Moscow University. Episode 10. Journalism*, 3: 4—14. (In Russ.).
- Kolobova, E. Y. (2018). Features of the functioning of the Russian media market in the context of the globalization of the information space. *St. Petersburg Economic Journal*, 4: 95—105. DOI: 10.25631/PEJ.2018.4.8. (In Russ.).
- Makeenko, M. I. (2005). Transnational media corporations at the beginning of the 21st century: a crisis of scale management? *Bulletin of the Moscow University. Episode 10. Journalism*, 4: 39—48. (In Russ.).
- Mitka, D., Gioltzidou, G. (2023). Print and Online Regional Press: Navigating the Impact of Financial Crisis and Digital Transition. *European Journal of Communication and Media Studies*, 2 (5): 13—20. DOI: 10.24018/ejmedia.2023.2.5.24.
- Mukhametov, O. R. (2019). An alternative approach to measuring media market concentration: analysis of regional radio broadcasting markets in Moscow and St. Petersburg. *Media@lmanakh*, 1: 96—120. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2019.96120. (In Russ.).



- Natkho, Z. A. (2016). The role of mass media in the socio-economic development of regions. *Scientific Journal of KubGAU*, 121: 74—81. DOI: 10.21515/1990-4665-121-117. (In Russ.).
- Nistor, A., Zadobrischi, E. (2022). The Consumption Analysis of Economic Media at the Regional Level in a Developing Country. *Sustainability*, 14 (2): 241—256. DOI: 10.3390/su142316140.
- Pinchuk, E. S. (2021). Global trends and dynamics of media industry development. *Bulletin of the People's Friendship University of Russia. Series: Economics*, 2: 324—337. DOI: 10.22363/2313-2329-2021-29-2-324-337. (In Russ.).
- Smirnov, S. S. (2020). Features of the development of the largest interregional media holdings in Russia. *Media Management*, 5: 93—99. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2003). *Media economics of foreign countries*. Moscow: Aspect Press. 334 p. ISBN 5-7567-0298-9. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2018). The changing Russian media industry: theoretical approaches. *Bulletin of St. Petersburg University. Language and literature*, 15 (2): 186—196. DOI: 10.21638/spbu09.2018.203. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2020). Theory and economics of media as relevant areas of media research. *Copper@llmanakh*, 2—3: 8—16. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2020.816. (In Russ.).

*The article was submitted 01.10.2025;
approved after reviewing 12.02.2026;
accepted for publication 27.02.2026.*