

УДК 070
DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-122-130

Городские и районные паблики как объект медиаисследований

В. Е. Беленко, П. А. Мордвинова

*Новосибирский государственный университет
Новосибирск, Россия*

Аннотация

Актуальность исследования связана с возрастающей ролью пабликов «ВКонтакте» в формировании актуальной ежедневной повестки, в частности, связанной с городской жизнью. Новые практики «сетевой коммуникации» становятся следствием развития информационной инфраструктуры современного горожанина. Статья позволяет «внести» городские и районные паблики в актуальную повестку исследований. В ней показано, какое место на условной медиакарте занимает это явление. Определена его распространенность в Новосибирске, представлены количественные показатели аудиторий пабликов в наиболее популярной в Сибири социальной сети. В статье предпринимается попытка осмыслить, какая теория наиболее адекватна для формулировки дальнейшего исследовательского видения этого проявления социальности, ставшей «оплатформенной», и на какие вопросы может дать ответ более подробный анализ этих неорганизованных локальных практик, в которых находит отражение социальная, в том числе политическая, реальность.

Ключевые слова

социальные сети, социальные медиа, паблики, городские и районные паблики, общественно-политическая проблематика

Для цитирования

Беленко В. Е., Мордвинова П. А. Городские и районные паблики как объект медиаисследований // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 122–130. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-122-130

City and District Publics in Social Media as an Object of Media Research

V. E. Belenko, P. A. Mordvinova

*Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russian Federation*

Abstract

The importance of the study is due to the increasing role of the public pages of “VKontakte” in making daily agenda, in particular, related to urban life. New practices of “network communication” are the result of the development of the information infrastructure of the modern city-dwellers. The article “includes” urban and rural public pages to the current research agenda. It shows what place this phenomenon occupies on the conditional media map. The outcomes of the research contain identifying their prevalence in Novosibirsk and presenting quantitative indicators of audience in the most popular social network in Siberia. The article discusses, which theory is most suitable and effective regarding this “platformed” manifestation of sociality and what research topics may be covered by a more detailed analysis of these unorganized local media practices, reflecting social, including political, reality.

Keywords

social networks, social media, public sites, city and district public sites, socio-political issues

For citation

Belenko V. E., Mordvinova P. A. City and District Publics in Social Media as an Object of Media Research. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism, p. 122–130. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-122-130

© В. Е. Беленко, П. А. Мордвинова, 2021

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика
Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism

В настоящее время Интернет занимает большое место в жизни людей. Так, по данным исследовательской компании Mediascope, 78,1 % россиян старше 12 лет пользовались Интернетом в 2020 г. В связи с глобальным распространением коммуникационных возможностей, которые дает этот канал, к «традиционным» СМИ добавились новые медиа, обладающие сиюминутностью, интерактивностью и гипертекстуальностью. Одной из особенностей новых медиа на современном этапе их развития является то, что их аудитория принимает участие в создании и распространении контента.

Наибольшее время пользователи Интернета проводят в социальных сетях. По мере распространения, а также постепенной трансформации социальных сетей они стали не только средством коммуникации: теперь это и площадки для бизнеса, для совместного обсуждения проблем, для самореализации, учебы и работы. «Социальные сети являются тем местом, где зачастую человек может удовлетворить практически все свои потребности, в том числе необходимость в получении информации» [Морозова, 2015. С. 241].

Социальные сети – это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Это отличается от более широкой трактовки, принятой у социологов, развивавших это предметное поле в XX в. и понимавших под социальной сетью структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними. Однако это понятие трансформировалось в XXI в., отразив именно коммуникативные процессы в среде «Интернет».

Социальная сеть «ВКонтакте» – самая популярная среди россиян, здесь публикуется самый большой объем контента – более 496 млн сообщений в месяц (по данным Brandanalytics за октябрь 2020 г.). При этом сообщества «ВКонтакте», или, по-другому, паблики, становятся популярным каналом распространения разного рода информации: в них объединяются люди по интересам, читают актуальные новости, обмениваются мнениями.

В исследовательской литературе отношение к пабликам в большинстве своем пренебрежительное. Например, «в итоге “котики” и мемы вытеснили качественную информацию и снизили общее качество контента, которым наполняются паблики; в общем и целом привели к девальвации информации» [Битков, 2013. С. 23]. Или «паблик часто создан не для обсуждения, а для чтения информации или созерцания картинок и комиксов» [Золотухин, Мажарина, 2017. С. 41]. Видно, что паблики воспринимаются в основном как аккумуляторы развлекательного контента.

Однако объектом настоящего исследования являются не развлекательные, а городские паблики «ВКонтакте», а также паблики районов и микрорайонов города Новосибирска. Под пабликами понимаются публичные страницы, сообщества, в которые могут вступить все желающие и видеть новости, опубликованные в группе сообщества, в своей новостной ленте. Городскими мы будем считать паблики, относящиеся к тому или иному городу и, как правило, имеющие конкретную географическую привязку в своем названии, а также паблики, относящиеся к отдельным территориям (районам и микрорайонам) внутри города. Важно отметить, что эти страницы не являются страницами в соцсети тех или иных средств массовой информации.

В данной статье мы предлагаем перепозиционировать эти объекты на карте современных медиакommunikаций. Нам представляется, что значимые процессы социальных коммуникаций пока не включены в поле современных медиаисследований из-за их неопределенного положения: это не страницы средств массовой информации, не личная переписка людей, не развлекательный материал. А поскольку с 2019 г. «ВКонтакте» разрешает покупку и продажу публичных страниц, то со временем они станут и объектами экономических отношений. Но главное – мы предполагаем, и первичное знакомство с пабликами показало, что в этих пабликах присутствует общественно-политическая повестка, т. е. в них не просто включены объявления о потерянных вещах и т. п., в них, минуя зарегистрированные СМИ, репрезентируется социальная реальность, обозначаются ценности и приоритеты, настроения и опасения

объединенных определенной городской территорией граждан. В данной статье предлагается определить распространенность этого явления в городе-миллионнике Новосибирске, рассмотреть, какая медиатеория наиболее адекватна для формулировки исследовательского видения интересующего нас коммуникативного явления, наметить пути дальнейшего его исследования.

Проанализировав исследовательскую литературу по рассматриваемой теме, отметим, что развитием темы социальных сетей стали заниматься позже, чем тематикой интернет-СМИ в целом. Формирование подходов к их изучению и описанию нашли отражение в работах Я. Засурского [2001], А. Калмыкова и Л. А. Кохановой [2005], М. М. Лукиной и др. [Интернет-СМИ..., 2010], А. Амзина и др. [2016], А. Качаевой и др. [Качаева и др., 2010; Качаева, Кирия, 2012] и многих других. Фундаментальным трудом для понимания способов взаимодействия с аудиторией и окружающей реальностью новых медиа и составляющих их основу культурных кодов стала книга Льва Мановича «Язык новых медиа» [2018].

Феномен социальных сетей как новых медиа рассматривается с разных сторон и интерпретируется с точки зрения разных наук: социологии, психологии, политологии.

Социологический аспект рассматривается в работах В. Д. Винник [2012], А. С. Воронкина [2014], А. Н. Стрельникова [2011]. Социальные сети с точки зрения психологии изучали Т. С. Садыгова [2012], А. Е. Войскунский [2004]. Политологи А. И. Котелкин и М. М. Мусин [2003] развивали идеи влияния и управления в виртуальном обществе.

Публичные страницы в социальных сетях в ряду новых медиа еще только начинают привлекать внимание исследователей. Так, Ю. Н. Мажарина [2017] называет их «эрзац-медиа», что хорошо иллюстрирует скептическое к ним отношение, а Л. А. Битков [2013] считает, что публичные страницы убивают гражданскую журналистику и приводят к «девальвации информации» (однако подчеркнем, что в статье речь идет о развлекательных пабликах). А. Г. Донских [2019] рассматривает правовой статус пабликов как источника информации и отмечает, что в них часто содержатся не только фактические ошибки, но и абсолютно «не-легитимный контент».

В полном смысле нельзя назвать научной статью «Городские СМИ vs районные паблики» А. Пустовалова, А. Градюшко и К. Нигматуллиной [2019], поскольку она опубликована не в научном, а в отраслевом журнале «Журналист». Тем не менее именно в ней признается возрастающая роль пабликов в социальных коммуникациях. «Мы увидели, что гипотеза о замещении пробела в информационно-коммуникационном пространстве непрофессиональными ресурсами подтвердилась – там, где профессиональные СМИ слабо взаимодействуют с аудиторией в социальной сети “ВКонтакте” <...>. Группы “ВКонтакте” зачастую обгоняют районные газеты в оперативности, независимости, даже объеме информирования. Кроме того, они начали играть значительную роль в жизни местных общин, выполняя функции, не свойственные районным СМИ (не столько собственно информирование, сколько провокация дискуссии, обратной связи, объединения активности горожан для совместного решения проблем). Такие комьюнити-медиа заполняют нишу, недостаточно востребованную городскими СМИ: нишу оперативного решения социальных проблем, обратной связи» [Там же]. Признание роли данного вида новых медиа впервые так отчетливо звучит именно в этой работе.

Изучение исследовательской литературы по различным аспектам функционирования новых медиа, в том числе медиа в социальных сетях, показало, во-первых, значительный крен в сторону организационных вопросов (как классические зарегистрированные СМИ должны использовать потенциал социальных сетей), во-вторых, еще только зарождающееся внимание исследователей к таким новым формам, как публичные страницы городов и районов. Паблики только начинают становиться объектом изучения, причем его предметный ракурс остается в немалой степени дискуссионным.

В пространство социологических исследователей паблики в социальных сетях попали относительно недавно. В Новосибирске – в 2015 г. Областная администрация ежегодно заказывает социологическое исследование, посвященное медиапотреблению жителей Новосибир-

ской области. Оно проводится в виде опроса населения Новосибирской области методом формализованного телефонного интервью по месту жительства респондентов по стационарным и мобильным телефонам¹. Объем выборки в 2020 г. – 10 315 человек, выборка по Новосибирску – 1 500 респондентов, по другим городским округам – не менее 300 респондентов, по муниципальным районам – не менее 250 респондентов. Выборка репрезентирует население Новосибирской области старше 18 лет по полу, возрасту и типу муниципальных образований.

Из сопоставления данных этих исследований видно, что впервые, отвечая на вопрос о страницах в соцсетях, люди стали выделять паблик «АСТ-54» в 2015 г. До 2018 г. существовала некоторая путаница, и в результатах за разные годы интересующие нас паблики городов и районов существовали в исследовании в двух вариантах формулировок с разными процентами опрошенных (ср. первую и вторую строчки в таблице). А с 2019 г. выражение «паблики районов, городов, сел в “Одноклассниках” и “ВКонтакте”» стабильно обосновалось в результатах исследования.

Аудитория пабликов в социальных сетях
(% от опрошенных, данные по Новосибирску)
The audience of publics in social media
(% of respondents, data for Novosibirsk)

Паблик	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Группы своего района, города, поселка, села		0,5	2,4	1,1	–	–
Паблики районов, городов, сел в «Одноклассниках» и «ВКонтакте»		0,9	3,2	3,5	5,1	6,2
«АСТ-54» (Новосибирская служба эвакуации)	0,8	8,5	14,4	12,5	10,9	14,8
«Инцидент Новосибирск» («ВКонтакте»)		1,9	5,0	5,8	5,8	7,0
«Типичный Новосибирск» («ВКонтакте»)		7,9	7,6	5,7	6,2	4,3

Составлено по ежегодным отчетам по результатам социологического исследования «Аудитория и рейтинг средств массовой информации в Новосибирской области» (Департамент информационной политики НСО).

Таким образом, в городе с населением 1,6 млн человек, из которых только 44 % могут назвать сайты интернет-СМИ, на которые они заходили за прошедшую неделю, хотя охват населения Интернетом 91 %, 6,2 % новосибирцев говорят, что они подписаны на районные паблики в «Одноклассниках» или «ВКонтакте». В 25 % ответов прозвучали общегородские страницы типа «АСТ-54», «Типичный Новосибирск» и «Инцидент Новосибирск». Количество подписчиков в десяти самых крупных пабликах города составляет более 2,2 млн (необходимо учитывать, что один и тот же человек подписан обычно на несколько пабликов).

Всего был выявлен 91 паблик «ВКонтакте» (в сумме общегородских, пабликов районов и микрорайонов), в каждом из которых состояло от 1 000 участников. Как уже отмечалось, все эти паблики являются обособленными, не связанными с традиционными СМИ (например, районными газетами).

Районных пабликов среди выявленных оказалось 22, их суммарный состав – 124 тыс. подписчиков. Пабликов микрорайонов – 58, на них подписано 433 686 аккаунтов.

¹ <http://uip.nso.ru/news/9493> и другие года.

Паблики были поделены на следующие типы. Первый – паблики по типу «Подслушано». Оригинальная идея подобного типа пабликов была в том, что пользователь анонимно делится «секретом». В районных пабликах посты не пользуются большой популярностью и содержат в себе не «откровения», как предполагалось изначально, а, скорее, новости, притом предложенные участниками сообщества. Активность в таких пабликах довольно низкая (например, в паблике микрорайона «Подслушано Шлюз» в среднем приходится 2 лайка на 1 пост при нулевом количестве шервов, в «Подслушано Плющихинский» – 1 лайк на пост также при отсутствии шервов), что, возможно, связано с тем, что данный жанр не очень подходит для распространения информации о районе и городе, а пользователи таких пабликов объединяются именно за этим.

Второй тип – паблики районов и микрорайонов, посты в которых имеет право выкладывать только админ. По своему контенту они максимально приближены к районным СМИ. Посты в данных пабликах публикуются исключительно администраторами, при этом «новости» могут предлагаться всеми участниками сообщества. Это наиболее популярные паблики (количество участников в них от 10 000 человек), для них характерна наибольшая пользовательская активность (например, в «Ленинский район. Новосибирск» приходится в среднем 101 лайк и 12 шервов на один пост). Некоторые паблики позиционируют себя как СМИ, там можно встретить админа с должностью «редактор».

Третьи – разнородные паблики, посты в которых могут выкладывать все члены сообщества. В таких группах люди объединены одной территорией, некоторые так и называются «Соседи», но, ввиду того что писать посты могут все участники без модерации администраторов, в сообществах очень много рекламы и спама. Группы никто не чистит, и за ними не следят, так как здесь могут предлагать новости все пользователи. В редких случаях в таком типе пабликов можно встретить администратора, который чистит весь спам. По этой причине постов в таких пабликах много, но в них самая слабая активность: пользователи теряют интерес, видя перед собой много «шума».

Количество участников, состоящих в пабликах трех самых крупных по численности населения районов города (Ленинский, Октябрьский и Калининский), является самым большим. Например, Ленинский район является самым большим (численность 288 070 человек) районом города, при этом в двух его районных пабликах состоит 41 659 человек.

Аудитория микрорайонов города составляет в среднем 5 000 подписчиков на паблик. Исключение составляют некоторые микрорайоны, например, Академгородок (64 097 подписчиков, по данным на 20 февраля 2021 г.) или ОбьГЭС (48 271, по данным на 20 февраля 2021 г.), в которых число участников существенно больше. Мы связываем это с территориальной изолированностью этих городских микрорайонов и замкнутостью жизни их сообществ. Самые маленькие микрорайоны имеют наименьшее количество участников в пабликах («Ясный берег» – 1 351 человек).

Таким образом, мы обозначили количественные рамки этой формы новых медиа, представляющей большой интерес для последующих исследований. Этот интерес обусловлен, прежде всего, методологическими рамками, в которые может быть помещен такой объект, как городские и районные паблики. Значительное место в дальнейшем осмыслении этого явления оказывают идеи Пьера Бурдьё [1977; 2007]² и его концепция символической власти, реализующейся символическими инструментами, а не через механизмы легитимного насилия. Генетический структурализм П. Бурдьё предполагает отказ от преимущественной концентрации на фиксируемых диспозициях в структуре социальных отношений в пользу анализа дискурсивных стратегий, определяющих смыслопорождение и формирующих власть идеи, идеологий, картин мира и ценностных диспозиций.

Еще ряд социологических и медиатеорий вносят свой вклад в перспективы исследования этого проявления «платформенной социальности». Множество исследований посвящено

² См. также: Bourdieu P. Espace social et pouvoir symbolique. Текст лекции, прочитанной в Университете Сан-Диего в марте 1986 г. (по: [Бурдьё, 2007]).

изучению Интернета как среды, создающей новые варианты социальных взаимодействий. В частности, этим занимались Марк Постер [Poster, 1997] и Джозеф Волтер [Walther, 1996], Мануэль Кастельс [1999; *The network society...*, 2004], который ввел понятие сетевого общества. Отметим работы Марка Грановеттера [Granovetter, 1973], впервые описавшего явление «силы слабых связей», Стюарта Холла [Hall, 1980], показавшего вариации в декодировании аудиторией доминантного культурного кода, Мишеля де Серто [Certeau, Mayol, 1998], концептуально описавшего способы действия «пользователей и потребителей», с помощью которых пользователь заново осваивает сконструированные для них социокультурные производства. Отдельного упоминания заслуживает вышедшая сравнительно недавно книга Дж. Ван Дейка «Культура взаимодействия: критическая история новых медиа» [Van Dijck, 2013], в которой переосмыляется само понятие социальных коммуникаций и добавляется еще одно «платформенное» измерение. Даже предварительное знакомство и оценка содержания в пабликах контента позволяют утверждать, что паблики вобрала в себя все черты того, что Ван Дейк назвал «экосистема соединяющих медиа» (*ecosystem of connective media*). На их примерах как раз очень хорошо видно, как сетевая коммуникация (*networked communication*) сменяется «оплатформенной социальностью» (*platformed society*).

Дальнейший анализ уже самого контента городских и районных пабликов, а также пабликов микрорайонов позволит понять, какое представление об окружающем мире, о том, что в нем представляется важным и значимым, создают у них эти сравнительно новые средства «платформенной социальности». А выявление и анализ распространенности постов общественно-политической проблематики с учетом медиаметрических показателей вовлеченности аудитории позволит не только делать выводы о дискурсивных стратегиях и смыслопорождении, но и охарактеризовать неорганизованные локальные практики, в которых «простые люди» воспроизводят в текстах окружающую их социальную, в том числе политическую реальность.

Список литературы

- Амзин А. А., Галустян А. Л., Гатов В. В., Кастельс М., Кульчицкая Д. Б., Лосева Н. Г., Паркс М., Паранько С. В., Силантьева О. М., Хаак Б. ван дер. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под ред. С. Д. Балмаевой, М. М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
- Битков Л. А. Дивный новый мир социальных сетей, или Как публичные страницы убивают гражданскую журналистику и рожают нишевые сообщества // Вестник Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение, 2013. № 20 (311), вып. 79. С. 22–24.
- Бурдьё П. Социология социального пространства. СПб.: Алетейя, 2007.
- Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. 2012. № 4 (55). С. 110–126.
- Войскунский А. Е. Актуальные проблемы зависимости от Интернета // Психологический журнал. 2004. Т. 25, № 1. С. 90–100.
- Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. 2014. Т. 17, № 1. С. 92–97.
- Донских А. Г. Правовой статус пабликов как источников информации для журналистов // Проблемы массовой коммуникации: Материалы Междунар. науч. конф., 16–18 мая 2019 г. Воронеж, 2019. С. 19–21.
- Засурский Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы элитарного Интернета // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2001. № 6. С. 4–13.
- Золотухин А. А., Мажарина Ю. Н. Паблик СМИ как smm и комьюнити-площадка // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи. Екатеринбург, 2017. С. 40–45.
- Интернет-СМИ: Теория и практика / Под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.
- Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М.: Юнити-Дана, 2005. 384 с.

- Кастельс М.** Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. М.: Academia, 1999. С. 494–505.
- Качкаева А. Г., Кирия И. В.** Долгосрочные тенденции развития сектора массовых коммуникаций // Форсайт. 2012. № 4. С. 6–18.
- Качкаева А. Г., Кирия И. В., Коломеец К. Г., Лосева Н. Г.** Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010. 200 с.
- Котелкин А. И., Мусин М. М.** Матрицы влияния: теория и практика экономического управления. Лето, 2003. 236 с.
- Мажарина Ю. Н.** Паблики-СМИ: от эрзаца до квалити // Коммуникация в современном мире: Материалы Всерос. науч. конф. 11–17 мая 2017 г. Воронеж, 2017. С. 140–142.
- Манович Л.** Язык новых медиа. М.: Ad Marginem, 2018. 399 с.
- Морозова А. А.** Специфика традиционных жанров журналистики в текстах социальных сетей (на примере «ВКонтакте») // Вестник Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360), вып. 94. С. 240–249.
- Пустовалов А., Градюшко А., Нигматуллина К.** Городские СМИ vs районные паблики // Журналист. 2019. № 3. URL: <https://jrnlst.ru/community-media> (дата обращения 20.12.2020).
- Садыгова Т. С.** Социально-психологические функции социальных сетей // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика. Психология. 2012. № 3 (10). С. 192–194.
- Стрельников А. Н.** Социальные сети: механизмы работы и пути развития. 2011. URL: <http://www.rae.ru/forum2011/153/1796> (дата обращения 20.12.2020).
- Bourdieu P.** Sur le pouvoir symbolique. *Annales*, 1977, p. 405–411.
- Certeau M. de, Mayol P.** The Practice of Everyday Life: Living and cooking. Uni. of Minnesota Press, 1998, vol. 2.
- Granovetter M.** The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 1973, vol. 78, no. 6, p. 1360–1380.
- Hall S.** Encoding, decoding in the television discourse. In: Hall S., Hobson D. & Lowe P. (eds). *Culture, Media, Language*. London, Hutchinson, 1980, p. 19.
- Poster M.** Cyberdemocracy: Internet and the public sphere / Internet culture. New York, Routledge, 1997, p. 201–218.
- The network society: a cross-cultural perspective. Ed. by Manuel Castells. Cheltenham; Northampton, MA, Elgar, 2004, 464 p.
- Van Dijck J.** The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford Uni. Press, 2013.
- Walther J. B.** Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 1996, vol. 23, no. 1, p. 3–43.

References

- Amzin A. A., Galustyan A. L., Gatov V. V., Kastel's M., Kul'chickaya D. B., Loseva N. G., Parks M., Paranko S. V., Silanteva O. M., Haak B. van der.** Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016 [How Did the New Media Change Journalism]. Eds. S. D. Balmaeva, M. M. Lukina. Ekaterinburg, University for the Humanities, 2016, 304 p. (in Russ.)
- Bitkov L. A.** Divnyi novyi mir social'nykh setei, ili Kak publichnye stranitsy ubivayut grazhdanskuyu zhurnalistiku i rozhdayut nishevye soobshchestva [The Brave New World of Social Media, or How Public Pages Are Killing Citizen Journalism and Giving Birth to Niche Communities]. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art*, 2013, no. 20 (311), iss. 79, p. 22–24. (in Russ.)
- Bourdieu P.** Sur le pouvoir symbolique. *Annales*, 1977, p. 405–411.
- Bourdieu P.** Sociologie de l'espace social. St. Petersburg, Aleteiya, 2007. (in Russ.)

- Castells M.** Stanovlenie obshchestva setevykh struktur [The Rise of the Network Society]. In: Novaya postindustrial'naya volna na Zapade [New Post-Industrial Wave in the West]. Anthology. Moscow, Academia, 1999, p. 494–505. (in Russ.)
- Certeau M. de, Mayol P.** The Practice of Everyday Life: Living and cooking. Uni. of Minnesota Press, 1998, vol. 2.
- Donskikh A. G.** Pravovoi status pablikov kak istochnikov informatsii dlya zhurnalistov [Legal Status of Publics as Sources of Information for Journalists]. In: Problemy massovoi kommunikatsii [Issues of Mass Communication]. Proceedings of the International Scientific Conference, 16–18 May, 2019. Voronezh State University, 2019, p. 19–21. (in Russ.)
- Granovetter M.** The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 1973, vol. 78, no. 6, p. 1360–1380.
- Hall S.** Encoding, decoding in the television discourse. In: Hall S., Hobson D. & Lowe P. (eds). Culture, Media, Language. London, Hutchinson, 1980, p. 19.
- Internet-SMI: Teoriya i praktika [Internet Media: Theory and practice]. Ed. by M. M. Lukina. Moscow, Aspect Press, 2010, 348 p. (in Russ.)
- Kachkaeva A. G., Kiriya I. V.** Dolgosrochnye tendentsii razvitiya sektora massovykh kommunikatsij [Long-Term Trends in the Development of the Mass Communications Industry]. *Fore-sight and STI Governance*, 2012, no. 4, p. 6–18. (in Russ.)
- Kachkaeva A. G., Kiriya I. V., Kolomeets K. G., Loseva N. G.** Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediinye [Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Turning into Multimedia]. Ed. by A. G. Kachkaeva, Moscow, 2010, 200 p. (in Russ.)
- Kalmykov A. A., Kokhanova L. A.** Internet-zhurnalistika [Online Journalism]. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 2005, 384 p. (in Russ.)
- Kotelkin A. I., Musin M. M.** Matritsy vliyaniya: teoriya i praktika ekonomicheskogo upravleniya [Matrices of Influence: Theory and Practice of Economic Management]. Leto, 2003, 236 p. (in Russ.)
- Manovich L.** Yazyk novykh media [The Language of New Media]. Moscow, Ad Marginem, 2018, 399 p. (in Russ.)
- Mazharina Yu. N.** Pabliki-SMI: ot erzatsa do kvaliti [Public Media: From Ersatz to Quality]. In: Kommunikatsiya v sovremennom mire [Communication in the Modern World]. Proceeding of the All-Russian Scientific Conference, 11–17th May, 2017. Voronezh State University, 2017, p. 140–142. (in Russ.)
- Morozova A. A.** Spetsifika traditsionnykh zhanrov zhurnalistiki v tekstakh sotsial'nykh setei (na primere “VKontakte”) [The Specifics of Traditional Genres of Journalism in the Texts of Social Networks (Based on Example “VKontakte”)]. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art*, 2015, no. 5 (360), iss. 94, p. 240–249. (in Russ.)
- Poster M.** Cyberdemocracy: Internet and the public sphere / Internet culture. New York, Routledge, 1997, p. 201–218.
- Pustovalov A., Gradyushko A., Nigmatullina K.** Gorodskie SMI vs rayonnye pabliki [Urban Mass Media vs Rural Publics]. *Zhurnalist*, 2019, no. 3. (in Russ.) URL: <https://jrnlst.ru/community-media> (accessed 20.12.2020).
- Sadygova T. S.** Sotsial'no-psihologicheskie funktsii sotsial'nykh setei [Social and Psychological Functions of Social Networks]. *Science Vector of Togliatti State University. Series: Pedagogy, Psychology*, 2012, no. 3 (10), p. 192–194. (in Russ.)
- Strelnikov A. N.** Sotsial'nye seti: mekhanizmy raboty i puti razvitiya [Social Networks: Working Mechanisms and Ways of Development]. 2011. (in Russ.) URL: <http://www.rae.ru/forum2011/153/1796> (accessed 20.12.2020).
- The network society: a cross-cultural perspective. Ed. by Manuel Castells. Cheltenham; Northampton, MA, Elgar, 2004, 464 p.

- Van Dijck J.** The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford Uni. Press, 2013.
- Vinnik V. D.** Sotsial'nye seti kak fenomen organizatsii obshchestva: sushchnost' i podhody k ispol'zovaniyu i monitoringu [Social Networks as a Phenomenon of the Organization of Society: The Essence and Approaches to the Use and Monitoring]. *Filosofiya nauki [Philosophy of Science]*, 2012, no. 4 (55), p. 110–126. (in Russ.)
- Voyskunsky A. E.** Aktual'nye problemy zavisimosti ot Interneta [Current Problems of Internet Addiction]. *Psikhologicheskiy zhurnal [Psychological Journal]*, 2004, vol. 25, no. 1, p. 90–100. (in Russ.)
- Voronkin A. S.** Sotsial'nye seti: evolyutsiya, struktura, analiz [Social Networks: Evolution, Structure, Analysis]. *Educational Technology & Society*, 2014, vol. 17, no. 1, p. 92–97. (in Russ.)
- Walther J. B.** Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 1996, vol. 23, no. 1, p. 3–43.
- Zasursky Ya. N.** Informatsionnoe obshchestvo v Rossii: paradoksy elitarnogo Interneta [Information Society in Russia: Paradoxes of the Elitist Internet]. *Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism*, 2001, no. 6, p. 4–13. (in Russ.)
- Zolotukhin A. A., Mazharina Yu. N.** Pablik SMI kak smm i kom'yuniti-ploshchadka [Public Media as an SMM and Community Platform]. In: Professional'naya kul'tura zhurnalista tsifrovoy epokhi. Ekaterinburg, 2017, p. 40–45. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Received
10.02.2021

Сведения об авторах

Беленко Виктория Евгеньевна, кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой массовых коммуникаций Гуманитарного института Новосибирского государственного университета (Новосибирск, Россия)
viktorija_belenko@mail.ru

Мордвинова Полина Алексеевна, магистрант направления подготовки «Журналистика» Гуманитарного института Новосибирского государственного университета (Новосибирск, Россия)
misispoly@yandex.ru

Information about the Authors

Viktorija E. Belenko, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Head at the Department of Mass Communications, Institute for the Humanities, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation)
viktorija_belenko@mail.ru

Polina A. Mordvinova, master's student in "Journalism", Institute for the Humanities, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation)
misispoly@yandex.ru