

Известия Южного федерального университета.  
Филологические науки. 2023. Том 27, № 3  
ЖУРНАЛИСТИКА

Original article

УДК 070  
ББК 76.12  
DOI 10.18522/1995-0640-2023-3-168-177

## НОВОСИБИРСКИЕ СЕЛЬСКИЕ РАЙОНКИ НА РАЗЛИЧНЫХ МЕДИПЛАТФОРМАХ

*Виктория Евгеньевна Беленко*

Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Россия

**Аннотация:** Статья ставит своей целью показать, как газеты муниципальных районов Новосибирской области представлены в социальных сетях. Актуальность заявленной темы обусловлена тем, что расширяющееся взаимодействие с социальными сетями – одна из главных особенностей и тенденций развития региональных и местных рынков прессы в России. А новизна определяется отсутствием опубликованных научных статей, касающихся актуального положения вещей в таком крупном регионе как Новосибирская область, а также эмпирическим характером проведенной работы, которая позволила проследить современное состояние этого сегмента медиасферы.

**Ключевые слова:** газеты, районка, районная газета, сельская районка, интеграция в соцсети, медиаплатформы, страница в соцсетях

**Для цитирования:** Беленко В. Е. Новосибирские сельские районки на различных медиаплатформах // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2023. Т. 27, № 3. Р. 168 – 177.

Научная статья

## NOVOSIBIRSK RURAL NEWSPAPERS ON VARIOUS MEDIA PLATFORMS

*Viktoriya E. Belenko*

Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

**Abstract.** The article shows how the newspapers of the municipal districts of the Novosibirsk region are represented in social networks. The relevance of the stated topic is due to the fact that expanding interaction with social networks is one of the main features and trends in the development of regional and local press markets in Russia. The novelty is determined by the lack of published scientific articles concerning the current state of affairs in such a large region as the Novosibirsk region, as well as the empirical nature of the work carried out, which made it possible to trace the current state of this segment of the media sphere.

The article presents the results of the analysis of audience indicators of public newspapers and monitoring of their content both in traditional social networks, such as VKontakte and Odnoklassniki, and in the relatively new Telegram, YouTube or Yandex.Zen. It is shown that all newspapers of this type have their own pages, on average they have 1.5–3 thousand subscribers on VKontakte and Odnoklassniki. The median number of posts per week is 22.5 posts for VKontakte and 20.8 for Odnoklassniki. At the same time, new platforms, such as Telegram, are just beginning to attract the interest of

editorial offices — nine newspapers launched their tg channels in the spring of 2022, but the number of subscribers there is not yet large.

**Key words:** *newspapers, local newspapers, district newspaper, rural district, integration into social networks, media platforms, page in social networks.*

**For citation:** *Belenko V. E. Novosibirsk rural newspapers on various media platforms // Proceedings of Southern Federal University. Philology. 2023. Vol. 27, № 3. С. 168 – 177.*

## Ведение

Недавний социологический опрос, проведенный ВЦИОМ, показал, что в рейтинге газет, которые регулярно читают россияне, первое место занимает местная или районная газета, в народе так называемая районка, – ее читает каждый третий среди читающих периодику (30 %) [Пресса..., 2023]. При этом на селе и в небольших населенных пунктах с численностью населения до 100 тыс. чел. показатель выше – 39–40 %. В аналитическом отчете, подготовленном по результатам опроса, отмечается, что представители старшей возрастной группы на селе предпочитают традиционные способы информирования, но в то же время высказывается предположение, что горожане, молодые россияне, граждане трудоспособного возраста получают новости о ситуации по месту жительства из интернета и социальных сетей. Кроме того, актуальность заявленной темы обусловлена и тем, что о расширяющемся взаимодействии с социальными сетями, как об одной из главных особенностей и тенденций развития региональных и местных рынков прессы в России, упоминает член правления Альянса независимых региональных издателей Ю.П. Пургин [Российская..., 2021, с. 38].

Периодика местных и региональных рынков привлекает меньшее количество исследователей, чем, казалось бы, должна, исходя из места, которое она занимает в медиапотреблении граждан, и места в системе СМИ по количеству наличествующих изданий.

Цифровые локальные сообщества изучаются К.Р. Нигматуллиной и А.В. Пустоваловым [Градюшко, Нигматуллина, Пустовалов, 2019; Нигматуллина, 2021]. Различным аспектам работы нестоличных СМИ Белоруссии посвящены работы А.А. Градюшко [2018; 2020]. Региональными СМИ Мордовии занимается К. В. Дементьева [2020; 2021а, 2021б, 2022]. Ситуация в Пермском крае отражена в статье А.В. Пустовалова [2017]. Исследование проводилось не только по пабликам муниципальных районов, но и по всему медиaproстранству социальных сетей, разноформатным городским пабликам. Местные СМИ Якутии анализируют Н.А. Аргылов [2017; 2022] и О.Г. Сидоров [2022]. Он отмечает, что «за последние десять лет сложился новый формат или модель улусных газет: от бумажной прессы к новым медиа» [2022, с. 134].

Целью представленного исследования стало показать, как сибирские сельские районные газеты представлены в социальных сетях. На примере сельской периодики Новосибирской области было рассмотрено, как сельские районки Сибирского федерального округа осваивают различные медиаплатформы. Чтобы охарактеризовать работу районных газет с социальными медиа, пришлось осуществлять поиск отдельно по каждой медиаплатформе, поскольку

выяснилось, что сайты вовсе не всегда указывают ссылки на свои представительства во «ВКонтакте», «Одноклассниках», Telegram, YouTube или же «Яндекс.Дзен». Таким образом, методика представленного исследования предполагала анализ работы страниц в соцсетях по 30 газетам, учредителями которых выступают органы государственной власти. Это классические сельские районки, какими их привыкли видеть в последнее пятидесятилетие с поправкой на новые технологические возможности. Анализ контента страниц «ВКонтакте» и «Одноклассников» проводился за период с 19 по 25 декабря 2022 г. Такой семидневный мониторинг (в сумме было проанализировано более 1200 постов) не только позволил зафиксировать количество подписчиков в пабликах изданий на конец 2022 г., но и представить результаты анализа интенсивности использования этого канала коммуникации: в ходе анализа фиксировалось ежедневное количество постов, их содержательная направленность, главные акторы представленных публикаций.

Отсутствие опубликованных в последние годы научных статей по представленности сельских районов такого крупного региона, как Новосибирская область, в цифровом медиапространстве, в сочетании с эмпирическим характером проведенной работы, в ходе которой были проанализированы все социальные сети и медиаплатформы, на которых существующие в регионе районные газеты продвигают свой контент, определяют новизну представленного исследования и обосновывают ее практическую значимость.

### Исследование и его результаты

«Муниципальная пресса по-прежнему играет важную роль в формировании контента локальных информационных пространств» [Олешко, 2017, с. 253]. В Новосибирской области, как и по всей стране, можно увидеть две встречные тенденции: сокращение тиражей и уменьшение аудитории традиционных печатных номеров изданий, но и расширение базы интернет-читателей. В среднем тиражи новосибирских районов составляют 3–4 тыс. экземпляров, а аудитория печатных номеров сократилась за последнее десятилетие примерно в полтора раза. Такой вывод можно сделать, проанализировав результаты социологических исследований медиапотребления жителей Новосибирской области, которые уже девять лет ежегодно проводятся по заказу Департамента информационной политики Администрации губернатора Новосибирской области и Правительства Новосибирской области.

При этом в России активно развивается медиапотребление в интернете. В 2022 г. общая интернет-аудитория составила более 102 млн человек (12+). Среднее время в день, которое россиянин проводит в интернете, – 3 часа 41 минута (для молодой аудитории (12–24 лет) этот показатель выше в 1,5 раза). Причем 20 % времени в интернете пользователи тратят на социальные сети [Бороздина, 2022].

В 2018 г. широкополосный доступ в интернет появился в населенных пунктах с населением от 250 человек. Согласно подписанному в 2014 г. поправкам в Федеральный закон «О связи», в населенных пунктах численностью от

250 до 500 человек предусмотрена установка не менее одной точки доступа к интернету с использованием пользовательского оборудования абонента. Реализация этой программы в Новосибирской области завершилась в 2020 г. Эта область стала первым регионом в Сибирском федеральном округе, где с опережением на два года завершилась реализация президентского проекта по устранению цифрового неравенства в сельской местности. До этого 79 из 100 жителей Новосибирской области в возрасте от 15 до 72 лет являлись пользователями сети. По данным Росстата, сеть интернет была доступна для 76 % городских домохозяйств и 63 % сельских [Проблема устранения..., 2018]. Упомянем также, что в прошлом году в России было 227,3 млн мобильных подключений, т. е. мобильное медиапотребление (а именно с мобильных телефонов часто заходят в соцсети) распространено повсеместно, и часто у одного человека есть несколько телефонов или подключений [Интернет в России..., 2022].

Таким образом, жители сельской местности являются полноценными участниками большой сети пользователей социальными медиа, что не могло не учитываться редакциями газет, стремящимися найти нового читателя, компенсируя тем самым сокращение традиционной читательской аудитории. Так, в Пермском крае, «сопоставив в 38 населенных пунктах цифру тиража крупнейших районных газет с количеством подписчиков соответствующих им крупнейших групп “ВКонтакте”, мы выяснили общую закономерность: первый показатель обычно меньше, чем второй (в целом по краю 42 % и 58 %)» [Пустовалов, 2017, с. 255].

Новосибирские районки в последние годы также активно выходят в социальные сети и формируют там свою аудиторию. Обратимся к уже упомянутому социологическому исследованию медиапотребления жителей Новосибирской области, которые проводятся каждую осень, начиная с 2014 г. В 2014 г., отвечая на вопрос о местных новостных сайтах, которые читали или просматривали в течение последней недели, 3,6 % городского населения районов области и 2,6 % сельского отмечают «другие, в том числе местные сайты в городах и районах области». В 2015 г. количество ответивших таким образом сократилось: 2,5 и 1,5 % по городскому и сельскому населению соответственно. Если же отнести к ответу и социальные сети («другие, в том числе соцсети и местные сайты в городах и районах области»), то число ответивших распределилось следующим образом: городское население, 2014 – 4,2 %, 2015 – 3,7 %, 2016 – 5,9 %; сельское население, 2014 – 2,9 %, 2015 – 2,3 %, 2016 – 4,2 %. В 2017 г. вопрос снова трансформировался. Теперь среди ответов появляется «группы своего района, города, поселка, села» с 9,5 и 5,9 % по городскому и сельскому населению районов области соответственно. В 2018 г. эти показатели 7,8 и 6,6 %.

Начиная с 2018 г. выделяется ответ «паблики районов, городов, сел в “Одноклассниках” и ВК», с 2019 г. – «паблики местных газет в “Одноклассниках” и ВК» (табл. 1).

Таблица 1. Ответ на вопрос «Какие местные новостные сайты вы читали или просматривали в течение последней недели?» (городское и сельское население районов области, % от числа опрошенных)\*

Показатель	2018		2019		2020		2021		2022	
	гор.	сел.	гор.	сел.	гор.	сел.	гор.	сел.	гор.	сел.
Паблики районов, городов, сел в «Одноклассниках» и ВК	11,7	8,5	12,3	10,4	16,5	9,7	17,9	12,2	16,6	10,4
Паблики местных газет в «Одноклассниках» и ВК			1,8	1,6	1,1	1,8	1,53	1,5	2,4	3,3

\* Составлено по данным ежегодных социологических исследований.

Мы не случайно объединили в одну таблицу «паблики районов, городов сел» и «паблики местных газет», потому что сайт местной газеты часто (но не всегда) и является «держателем» паблика района. Например, «Новости Убинского района» – название паблика газеты «Убинский вестник». И не вполне понятно, какой ответ имеют в виду читатели, когда их голос относят к той или иной формулировке. При этом отметим, что «паблики администраций районов, городов, сел в “Одноклассниках” и “ВКонтакте”» выделяются в анализируемых социологических исследованиях отдельно и не представлены в табл. 1.

Все сельские районки Новосибирской области имеют представительства как во «ВКонтакте», так и в «Одноклассниках». Результаты исследования по количеству подписчиков представлены в табл. 2. При этом есть газеты, явно лучше аккумулировавшие аудиторию в одной из соцсетей. У шести газет именно такая ситуация: четыре газеты предпочитают «Одноклассники», две – «ВКонтакте».

Таблица 2. Количество подписчиков страниц районных газет Новосибирской области в социальных сетях\*

Показатель	«ВКонтакте»	«Одноклассники»
Менее 1 тыс.	«Сельская правда»	
От 1 до 2 тыс.	«Венгеровская газета», «Сельский труженик», «За изобилие», «Трудовая правда», «Коченёвские вести», «Трудовая жизнь», «Маяк Кулунды», «Северная газета», «Новая жизнь», «Убинский вестник», «Знамя труда», «Кулундинская новь»	«Наши новости», «Сельская правда», «Степные зори», «Коченёвские вести», «Трудовая жизнь», «Маслянинский льновод», «Мошковская новь», «Северная газета», «Новая жизнь», «Народная газета», «Знамя труда»
От 2 до 3 тыс.	«Степная нива», «Барабинский вестник», «Наши новости», «Степные зори», «Мошковская новь», «Чановские вести», «Чулымская газета»	«Степная нива», «За изобилие», «Трудовая правда», «Чановские вести», «Кулундинская новь»

Окончание табл. 2

Показатель	«ВКонтакте»	«Одноклассники»
От 3 до 4 тыс.	«Правда Севера», «Маслянинский льновод», «Народная газета», «Тогучинская газета», «Краснозёрская новь»	«Барабинский вестник», «Сельский труженик», «Маяк Кулунды», «Правда Севера», «Убинский вестник», «Черепановские вести»
От 4 до 6 тыс.	«Наша жизнь», «Ордынская газета»	«Наша жизнь», «Краснозёрская новь», «Ордынская газета», «Тогучинская газета»
Более 6 тыс.	«Черепановские вести»	«Венгеровская газета», «Чулымская газета»

\* Данные на 9 января 2023 г. Курсивом выделены издания, у которых число подписчиков в «ВКонтакте» и «Одноклассниках» резко различно.

Анализ контента этих страниц показал, что медианное значение опубликованных за неделю постов составляет 22,5 поста для «ВКонтакте» и 20,8 – для «Одноклассников». При этом количество постов не коррелирует с количеством подписчиков (нет такого, что чем больше постов, тем популярнее группа).

Так, больше всего постов за неделю с 19 по 25 декабря 2022 г. опубликовали газеты «Новая жизнь» (Сузунский район) – 100, «Убинский вестник» – 96, «Краснозёрская новь» – 73. Меньше всего – «Барабинский вестник» и «Чулымская газета» – по 19, «Венгеровская газета» – 17. Сопоставимая ситуация с наполнением контентом страниц газет в «Одноклассниках». Почти все посты сопровождаются фотографиями или иными видами иллюстраций. Регулярно встречаются видео (правда, сделанные не самими редакциями).

Следует также понимать, что вовсе не все эти материалы – продукт деятельности редакции СМИ; больше половины из них – репосты из других групп (медианное количество репостов – 13,9 за неделю по «ВКонтакте» и 11,8 – по «Одноклассникам»). Основные страницы, которые репостят районки, – областное правительство (редко в каких СМИ губернатор упоминается реже, чем два раза в неделю), организации, существующие в районе, и страницы других районных изданий, чаще всего из сопредельных территорий. Вообще в соцсетях газетам удается держать дружескую, душевную тональность, там проводят конкурсы новогодних поделок, реализуют организационную функцию СМИ, в наиболее популярных у аудитории (как, например, в «Ордынской газете») – отвечают на вопросы, вступают в диалог с читателями. Приведем в качестве примера и «Краснозёрскую новь». Часть из опубликованных за неделю 73 постов – фотографии детских новогодних поделок, которые были представлены на конкурс. Фотографии новогодних костюмов, блюд с рецептами, украшений дома, рисунков и поделок вообще активно разбавляют новостные заметки и цитаты представителей администраций в наиболее «живых» и популярных у подписчиков пабликах газет в соцсетях.

Как уже упоминалось, губернатор области и другие чиновники областной и районной администраций – регулярные акторы действий, упомянутых в постах. От одного до трех их упоминаний за неделю встретились в подавляющем большинстве пабликов.

У трех новосибирских районок когда-то были группы в Facebook (напомним, что Meta в России признана экстремистской организацией и запрещена 21 марта 2022 г.). «Черепановские вести» начала и в следующем же месяце 2013 г. перестала вести свою группу, «Степная нива» и «Барабинский вестник» завели их в начале 2021 г. и перестали вести в начале 2022 г. Количество подписчиков в группах было менее шестидесяти человек. Инстаграм-аккаунты новосибирских районок обнаружить не удалось.

Что касается иных социальных платформ, на которых может быть представлен контент районного СМИ, то в течение прошлого года новосибирские районки стали более активно, чем раньше, осваивать Telegram: девять газет весной 2022 г. завели свои tg-каналы. До 2022 г. эта медиаплатформа сельские районные газеты Новосибирской области не привлекала. Медианное значение по подписчикам в этих каналах – 83, минимальное – 3 («Ордынская газета», tg-канал создан 28 декабря 2022 г.), максимальное – 213 («Степная нива», Баганский район). В YouTube представительств новосибирских районных газет обнаружить не удалось. Ни одна из газет также пока не имеет канала на «Яндекс.Дзене». Освоение этих платформ, или же Rutube, представляется одним из направлений последующей аккумуляции своей аудитории в различных средах.

### Заключение

Для «низовой» периодики Новосибирской области освоение социальных сетей и мессенджера Telegram – одно из направлений работы, на которую редакция готова тратить время и усилия. Сельским районкам достаточно эффективно удастся аккумулировать аудиторию в социальных сетях. И хотя новые платформы, такие как, к примеру, Telegram, еще только начинают привлекать интерес редакций газет, в их группах в «ВКонтакте» и «Одноклассниках» в среднем по 1,5–3,0 тыс. постоянных читателей, а количество выкладываемых материалов – в районе двадцати постов в неделю (с учетом выходных это примерно по четыре поста в день), из которых чуть больше половины – репосты. Социологические опросы показывают, что 13–18 % жителей Новосибирской области недавно читали районные паблики (не путать с пабликами администраций районов) и паблики районных изданий. В целом читательские предпочтения смещаются в интернет, и районные газеты стараются отвечать требованиям времени, при этом социальные сети, став воплощением «оплатформенной социальности» [Van Dijck, 2013], идеально способствуют задачам районных изданий в создании ощущения близости и общности со своей аудиторией.



## Список источников

*Аргылов Н.А.* Медиаобщество Республики Саха (Якутия) и власть: идеи свободы, тенденции отрасли, формы взаимодействия (социологический аспект) // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика, 2017. № 4. С. 77–81.

*Аргылов Н.А.* Редакции массмедиа перед цифровыми вызовами: экспертные оценки // XII междунар. науч.-практ. конф. НАММИ: сб. материалов конф. М.: Изд-во МГУ, 2022. С. 17–18.

*Бабина К.А.* Трансформации районных газет в условиях новой экономической и медийной среды (на примере Оренбургской области) // Вестн. Волжского ун-та им. В.Н. Татищева, 2014. № 3 (16). С. 159–166.

*Бороздина Н.* Медиапотребление–2022 / Mediascope. [Электронный ресурс]. URL:

[https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIA\\_POTREBLENIE\\_DIGITAL\\_14092022.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIA_POTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf) (дата обращения 05.01.2023).

*Градюшко А.А.* Оценка эффективности деятельности региональных медиа в цифровой среде // Тр. БГТУ. Серия 4: Принт и медиатехнологии, 2018. № 2 (213). С. 56–61.

*Градюшко А.А., Нигматуллина К.Р., Пустовалов А.В.* Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов // Труды БГТУ. Серия 4: Принт-и медиатехнологии, 2019. № 1 (219). С. 54–61.

*Градюшко А.А.* Цифровые технологии в работе региональных медиа: результаты опроса главных редакторов // Журн. Белорусского гос. ун-та. Журналистика. Педагогика, 2020. № 1. С. 28–33.

*Дементьева К. В.* Медиакоммуникации региона в условиях глобализации и глокализации информационного пространства (на примере СМИ Республики Мордовия) // Научный диалог, 2020. № 8. С. 200–214. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-200-214.

*Дементьева К.В.* Особенности медиакоммуникаций Республики Мордовия в условиях цифровизации // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2021а. № 4 (42). С. 72–79.

*Дементьева К.В.* Специфика функционирования региональных СМИ в современных коммуникативных условиях (на примере медиа Республики Мордовии) // Вестн. Пермского ун-та. Серия: Российская и зарубежная филология, 2021б. Т. 13, вып. 3. С. 118–128.

*Дементьева К.В.* Стагнация печатных СМИ региона и перспективы их развития // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика, 2022. № 4, октябрь – декабрь. С. 94–97.

Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика / We Are Social и Kerios. 22.02.2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.webcanare.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika/> (дата обращения 28.03.2023).

*Нигматуллина К.Р.* Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестн. Московского ун-та. Серия 10. Журналистика, 2021. № 1. С. 30–50.

*Олешко В.Ф.* Муниципальная пресса в зеркале социологии // Век информации, 2017. Т. 1, № 2. С. 252–254.

Пресса, которую мы (не) потеряли. Аналитический обзор // ВЦИОМ. 12.01.23 [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pressa-kotoruju-my-ne-poterjali> (дата обращения 18.01.2023).



Проблема устранения цифрового неравенства в Новосибирской области будет решена к 2020 году / Правительство Новосибирской области, 10.04.2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nso.ru/news/29895> (дата обращения 23.03.2023).

Пустовалов А.В. Региональные газеты и соцсети Пермского края: реструктуризация информационного поля // Век информации. 2017. Т. 1, №. 2. С. 254–255.

Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под ред. В.В. Григорьева. Департамент государственной поддержки периодической печати и книжной индустрии Минцифры России. М., 2021. 130 с.

Сидоров О.Г. Районные газеты Якутии: к новой модели работы // XII междунар. науч.-практ. конф. НАММИ: сб. материалов конф. М.: Изд-во МГУ, 2022. С. 133–134.

Van Dijck J. The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013. 240 p.

### References

Argylov N.A. (2017) The Media Community of the Republic of Sakha (Yakutia) and Power: Ideas of Freedom, Industry Trends, Forms of Interaction (Sociological Aspect). *Bulletin of Voronezh state University. Ser.: Philology. Journalism*, vol. 4, pp. 77-81. (In Russian).

Argylov N.A. (2022) Media editorials facing digital challenges: expert assessments. *XII International scientific and practical conference of the National Association of Media Researchers*. Moscow, pp. 17–18. (In Russian)

Babina K.A. (2014) Transformation of regional newspapers in the new economic and media environment (on the example of the Orenburg region). *Bulletin of Voronezh University of V.N. Tatishchev*, vol. 3 (16), pp. 159-166. (In Russian).

Borozdina N. (2022) Media consumption–2022 / Mediascope. Available at: [https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE\\_DIGITAL\\_14092022.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf) (accessed 05.01.2023). (In Russian).

Dementieva K.V. (2020) Media communications of the region in the context of globalization and glocalization of the information space (on the example of the media of the Republic of Mordovia). *Scientific dialog*, vol. 8, pp. 200-214. (In Russian).

Dementieva K.V. (2021a) Features of media communications of the Republic of Mordovia in the context of digitalization. *Symbol: problematic sphere of media*, vol. 4 (42), pp. 72-79. (In Russian).

Dementieva K.V. (2021b) The specificity of the functioning of regional media in modern communicative conditions (on the example of the media of the Republic of Mordovia). *Bulletin of Perm University. Series: Russian and Foreign Philology*, vol. 13, Issue. 3, pp. 118-128. (In Russian).

Dementieva K.V. (2022) Stagnation of the region's print media and prospects for their development. *Bulletin of Voronezh state University. Ser.: Philology. Journalism*, 2022, vol. 4, pp. 94-97. (In Russian).

Gradyushko A.A. (2018) Evaluation of the effectiveness of regional media in the digital environment. *Proceedings of BSTU. Series 4: Print and Media Technologies*, no. 2 (213), pp. 56-61. (In Russian).

Gradyushko A.A., Nigmatullina K.R., Pustovalov A.V. (2019) VKontakte communities and their role in the media landscape: experience of three regions/ *Proceedings of BSTU. Series 4: Print and Media Technologies*, no. 1 (219), pp. 54-61. (In Russian).

Gradyushko A.A. (2020) Digital technologies in the work of regional media: results of a survey of editors-in-chief. *Journal of the Belarusian State University. Journalism. Pedagogy*, no. 1, pp. 28-33. (In Russian).

*Internet in Russia in 2022: the most important figures and statistics / We Are Social and Kepios*. 22.02.2022. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samy-e-vazhnye-cifry-i-statistika/> (accessed 05.01.2023). (In Russian).

Nigmatullina K.R. (2021) The place of social networks in the development of regional journalism in Russia. *Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, no. 1, pp. 30-50. (In Russian).

Oleshko V.F. (2017) Municipal press in the mirror of sociology. *Century of information*, vol. 1, no. 2, pp. 252-254. (In Russian).

Pustovalov A.V. (2017) Regional newspapers and social networks of Perm Krai: restructuring of the information field. *Bulletin of Informarion*, vol. 1, no. 2, pp. 254-255. (In Russian).

*Russian periodical press. Status, trends and development prospects. Industry report (2021)*. Ed. V.V. Grigoriev. Department of State Support of the Periodical Press and Book Industry of the Ministry of Digital Development of Russia. Moscow, 130 p. (In Russian).

Sidorov O. G. (2022) District newspapers of Yakutia: towards a new model of work. *XII International scientific and practical conference of the National Association of Media Researchers*. Moscow, pp. 133-134. (In Russian).

*The press we (not) lost. Analytical Report*. VCIOM. 12.01.23. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pressa-kotoruju-my-ne-poterjali> (accessed 18.01.2023). (In Russian).

*The problem of eliminating digital inequality in the Novosibirsk region will be solved by 2020*. Government of the Novosibirsk region, 10.04.2018. Available at: <https://www.nso.ru/news/29895> (accessed 18.01.2023). (In Russian).

Van Dijck J. *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press, 2013. 240 p.

#### Сведения об авторе

**Беленко Виктория Евгеньевна** – доцент, канд. филос. наук, заведующая кафедрой массовых коммуникаций Гуманитарного института Новосибирского государственного университета, viktorija\_belenko@mail.ru

#### Information about the Author

**Viktorija E. Belenko** – Ph.D. of Philosophy, associate professor, Head of the Department of Mass Communications of the Humanitarian Institute of Novosibirsk State University, viktorija\_belenko@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 23.02.2023; одобрена после рецензирования 23.06.2023; принята к публикации 23.06.2023.*

*The article was submitted 23.02.2023; approved after reviewing 23.06.2023; accepted for publication 23.06.2023.*