

Научная статья

УДК 070.1:316.77 + 316.472.4:004.77 + 070.11:004.77 + 621.029:316.42

DOI 10.15826/izv1.2024.30.3.046

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГИПЕРЛОКАЛЬНЫХ МЕДИА АТОМНЫХ ГОРОДОВ РОССИИ

Илья Иванович Шурко

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия,

shurko.ilja@gmail.com,

<https://orcid.org/0000-0002-7705-3851>

А н н о т а ц и я. Неопределенность и изменчивость цифровой эпохи обращают людей к своему ближнему окружению. С этой точки зрения научно-практический интерес вызывают гиперлокальные медиа. Важный для них диалог с местным сообществом может происходить в социальных сетях. Поддержанию эффективного контакта способствуют интерактивные инструменты, материалы от внештатных авторов и аудиовизуальный контент. Исследование ставит вопрос об интерактивном потенциале гиперлокальных медиа атомных городов России, поскольку территории расположения АЭС демонстрируют опережающие темпы цифровизации. Результаты качественного контент-анализа и включенного наблюдения позволяют утверждать, что подобные ресурсы применяют определенные веб-инструменты. Дополнительно выявлено, что внедрение интерактивных практик повышает виральность продукции медиа. Высказывается предположение, что атомные города как территории устойчивого развития заинтересованы в сетевых площадках, где члены местного сообщества обмениваются мнениями и выдвигают полезные инициативы, а значит, могут совместно выработать дополнительные меры их поддержки.

К л ю ч е в ы е с л о в а: гиперлокальные медиа; социальные сети; цифровая журналистика; интерактивность; пользовательский контент; локальное телевидение; аудитория медиа

INTERACTIVE TOOLS OF CREATIVE ACTIVITY IN THE RUSSIAN NUCLEAR TOWN HYPERLOCAL MEDIA

Ilya I. Shurko

Ural Federal University,

Ekaterinburg, Russia,

shurko.ilja@gmail.com,

<https://orcid.org/0000-0002-7705-3851>

Abstract. The uncertainty and volatility of the digital age turn people to their immediate environment. From this point of view, hyperlocal media are of practical interest. An important dialogue with the local community can take place on social media. Interactive tools, contributions from freelance authors and audiovisual content contribute to maintaining effective contact. The study raises the question of the interactive potential of hyperlocal media in Russia's nuclear cities, as the territories where nuclear power plants are located demonstrate a faster pace of digitalisation. The results of qualitative content analysis and live monitoring allow us to assert that such resources apply certain web tools. Additionally, it is revealed that the introduction of interactive practices increases the virality of media products. It is suggested that nuclear cities as territories of sustainable development are interested in networking platforms where members of the local community exchange opinions and put forward useful initiatives, and thus can jointly develop additional measures to support them.

Key words: hyperlocal media; social networks; digital journalism; interactivity; user-generated content; local television; media audience

Введение

Существование журналистики как социального института в цифровую эпоху обусловлено ее всесторонними, глубокими преобразованиями. С одной стороны, продолжается глобализация и концентрация медиарынка, с другой же — усиливается индивидуализация и сегментация медиасреды [Колобова; Штейман, Зайцева]. Так или иначе, профессиональные журналисты регулярно обращаются в публикациях к проблемам своей аудитории. Однако все чаще автор выступает не с позиций стороннего наблюдателя, а в качестве равноправного участника диалога с читателями и зрителями. Как следствие, в ситуации неопределенности «потребитель останавливает выбор на близких ему, и обычно узких, сообществах», транслирующих понятные установки и ценности [Вартанова, Дунас].

Так, локальные СМИ, чья роль в развитии мировой и отечественной журналистики снижалась в предыдущие десятилетия, благодаря развитию новых цифровых инструментов и площадок вновь демонстрируют тренд на повышение своей институциональной значимости, включены в «трансформацию региональных медиаландшафтов» [Нигматуллина]. Низовые инициативы, так называемые «малые дела», находят отражение в сетевых изданиях сельских поселений, небольших городов, микрорайонов мегаполисов, оказывая влияние на развитие

территорий [Довбыш; Dovbysh]. Онлайн-ресурсы, предоставляющие пространство для дискуссий внутри местных сообществ, все чаще описываются в научном мире как гиперлокальные медиа.

Концепция гиперлокальных медиа возникла в первом десятилетии XXI в. в США и сегодня получила признание среди исследователей из многих стран. Работы, посвященные этому явлению, а также практические воплощения феномена мы обнаруживаем и в России. В начале 2010-х гг. группа американских ученых пришла к выводу, что гиперлокальные медиа обладают рядом конституирующих характеристик. Они привязаны к географии, ориентированы на сообщество, публикуют оригинальные новости, существуют в сети и предназначены для заполнения предполагаемых пробелов в освещении повестки и поощрения гражданской активности [Metzgar, Kurpius, Rowley].

Специфика гиперлокальных медиа, среди прочего, заключается в активной публикации пользовательского контента и вовлечении членов сообщества в медиапроизводство [Nygren, Leckner, Tenor; Örnebring, Hellekant Rowe]. Внештатные авторы из числа представителей аудитории своими материалами вносят вклад в общее благо, влияют на повестку гиперлокальных медиа [Metzgar, Kurpius, Rowley]. Внедрение труда фрилансеров обусловлено не только политикой редакции, но и экономической стороной вопроса [Мухина]. Находя баланс между бизнесом и профессионализмом, владельцы гиперлокальных медиа обращают внимание местных жителей на географически близкие проблемы, предлагают альтернативу пропагандистскому дискурсу ведущих традиционных медиа [Олешко, Шурко; Tenor].

Следовательно, в цифровых медиакommunikациях формируются полисубъектные отношения, в которых участвуют «профессиональные СМИ, “новые профессионалы” социальных медиа и аудитория» [Вартанова]. Значимым компонентом поддержания устойчивости обмена информацией выступают интерактивные инструменты, которые специалисты могут использовать в своей работе [Щепилова, Круглова]. С этой точки зрения социальные сети предоставляют создателю контента гиперлокальных медиа наибольшие возможности [Манскова; Першина]. Именно здесь гиперлокальные паблики, группы и чаты объединяются в особую медиасистему, в рамках которой человек стремится к деятельному участию в наполнении освещающих его жизнь ресурсов [Курушкин].

Методология исследования

В данном исследовании мы предприняли попытку выявить интерактивные инструменты, применяемые гиперлокальными медиа атомных городов России, чьи публикации стали объектом исследования. Интерес к объекту обусловлен интенсивной цифровизацией городов — спутников атомных электростанций (АЭС), результаты которой подтверждаются профильными изданиями [Велесюк]. На устойчивое развитие атомных городов указывает и публикуемый Минстроем РФ Индекс качества городской среды [Лосева].

Пользовательский контент как инструмент позволяет сетевому журналисту выполнять свою общественную функцию, ориентировать читателей и зрителей в постоянно меняющемся мире [Киршин]. Гиперлокальные медиа, выступающие онлайн-площадкой, где члены местного сообщества обмениваются мнениями и выдвигают социально полезные инициативы, очевидно, заинтересованы в имплементации ряда интерактивных практик.

Таким образом, в статье рассматриваются следующие вопросы:

1. Используют ли гиперлокальные медиа российских атомных городов интерактивные инструменты в своей творческой деятельности и, если это так, какие именно?

2. Влияет ли публикация интерактивных материалов на виральность контента подобных гиперлокальных медиа?

Кроме того, нами была поставлена задача сопоставить между собой степень интерактивности отобранных для анализа ресурсов, существующих в схожих по определенным характеристикам условиях.

В рамках исследования мы сосредоточились на трех городах — спутниках АЭС России. Это Заречный (Свердловская обл.), Курчатова (Курская обл.) и Нововоронеж (Воронежская обл.). Мы исходили из того, что территориально они более доступны для цифровых технологий и профессиональных кадров из-за близости к административным центрам субъектов РФ. Заречный расположен в 54 км от Екатеринбурга, Курчатова — в 47 км от Курска, Нововоронеж — в 50 км от Воронежа. Схожи города и по населению: свыше 28 тыс. человек проживает в Заречном, 39,5 тыс. — в Курчатове, более 30 тыс. — в Нововоронеже [Численность населения...]. Наконец, они сравнительно молоды, не имеют дореволюционной либо довоенной истории: Заречный основан в 1955 г., Курчатова — в 1968 г., Нововоронеж — в 1957 г. Сопоставимый масштаб локальных сообществ позволяет ожидать некоторых закономерностей и в деятельности местных гиперлокальных СМИ.

Одной из актуальных форм работы в медиaprостранстве является развитие страниц в социальных сетях. По данным платформы rrc.world со ссылкой на Mediascope, самой популярной социальной сетью в России остается «ВКонтакте». Согласно отчету самой соцсети, по состоянию на конец 2022 г. она охватывала 86 % отечественной онлайн-аудитории [Соколова].

Среди особенностей материалов (постов) в социальных сетях выделяется размещение видеоконтента [Першина]. Действительно, в цифровую эпоху «экран становится символом современности и оперативным средством передачи актуальной аудиовизуальной информации» [Уразова]. Сейчас этот тезис применим не только к экранам телевизоров, но и к дисплеям смартфонов, планшетов, компьютеров. Вместе специалисты в сфере медиа и рядовые граждане формируют аудиовизуальную реальность в digital-измерении.

Отсюда следует, что на территориях расположения АЭС следует наблюдать за медиа, сочетающими в своей практике сетевые взаимодействия с местными жителями и создание видеоконтента — как профессионального, так

и любительского. В Заречном мы выбрали для изучения паблик «Белка ТВ/ФМ», в Курчатове — «Курчатов ТВК», в Нововоронеже — «Нововоронеж КТВ». Эти ресурсы стали сетевым продолжением традиционных локальных телеканалов, ныне переживающих цифровую трансформацию.

Выборка для проведения качественного контент-анализа включила в себя 3329 постов гиперлокальных медиа на площадке социальной сети «ВКонтакте» за шесть месяцев, в период с ноября 2022 г. по апрель 2023 г. 1270 публикаций принадлежит «Белка ТВ/ФМ», 1924 — «Нововоронеж КТВ», 135 — «Курчатов ТВК». Единицы анализа — публикуемые «атомными» медиа посты. Процедура кодировки позволила выделить материалы, побуждающие к взаимодействию с контентом либо содержащие отсылки к гражданским авторам, после чего классифицировать их. Дополнительно методом включенного наблюдения нами был изучен эксперимент по повышению интерактивности паблика «Белка ТВ/ФМ» в апреле 2023 г. В целом комментирование и обобщение полученных данных стало возможным благодаря практическому опыту сотрудничества автора статьи с гиперлокальным медиа российского атомного города.

Результаты исследования

Методом качественного контент-анализа нам удалось выделить несколько интерактивных инструментов, которые можно обнаружить в практике редакций конкретных гиперлокальных медиа.

1. Пост на основе информации от аудитории.

Этот способ взаимодействия с участниками сообщества прослеживается во всех трех медиа. 25 марта 2023 г. «Белка ТВ/ФМ» опубликовало видео, снятое очевидцами происшествия на Белоярском водохранилище. Местный центр спасения достал из воды двух рыбаков, провалившихся под лед вместе со снегоходом. В отличие от мужчин, транспортное средство извлечь со дна водоема не удалось. Ситуация, зафиксированная подписчиками на камеру, собрала большое количество просмотров (около 11 тыс.) и реакций (81 лайк и 32 репоста), а также позволила еще раз привлечь внимание аудитории к проблеме опасности выхода на весенний лед.

11 апреля 2023 г. здесь же появилась информация (текст и фото) от читателей, заметивших в центре Заречного выброшенных щенков.

Нужен временный приют, а лучше сразу постоянный дом. Ночи холодные, малышам не выжить на улице!

Через два дня история получила продолжение. Выяснилось, что благодаря посту животных приютили местные жительницы. Подключившиеся к ситуации сотрудники Белоярской АЭС и член местной общественной палаты смогли организовать сбор средств для лечения щенков.

«Нововоронеж КТВ» 21 апреля 2023 г. опубликовало сообщение от подписчицы. Девушка рассказала, что на территорию одного из частных домов подкинули

трех котят, причем в опасной близости от агрессивных собак. Как и любым другим животным, взятым на передержку, котятм срочно потребовался постоянный дом.

Другой пример работы общественных наблюдателей в медиа мы видим на странице «Нововоронеж КТВ» в публикации от 12 марта 2023 г. Безымянный пользователь прислал видео, на котором запечатлена неправильно установленная водосточная система одного из многоквартирных домов города. Конструкция сделана таким образом, что потоки воды с крыш полностью уходят мимо. Автор видеоролика задает вопросы:

Как это возможно? На что тратят народные деньги? Куда смотрит власть? Кто принимал работы с такими недочетами?

В качестве мобильных репортеров выступают пользователи ресурса «Курчатов ТВК». 27 января 2023 г. благодаря аудитории медиа удалось оперативно сообщить о дорожно-транспортном происшествии. Несмотря на серьезные повреждения автомобилей, позже редакция подтвердила, что пострадавших в аварии не было.

В формировании эстетической стороны контента «Курчатов ТВК» подписчики также периодически принимают участие. 14 декабря 2022 г. медиа поделилось фотографиями с видами города после ночного снегопада. Кадры создают положительный образ зимнего атомграда, однако журналисты справедливо рассматривают ситуацию и в практической плоскости:

Остается надеяться, что по-настоящему зимнее убранство города атомщиков не приведет к утреннему коллапсу. Желаем сил и терпения коммунальщикам.

2. Опрос участников сообщества.

Второй по популярности интерактивный инструмент в обозначенный период также применяли в трех гиперлокальных медиа.

11 января 2023 г. медиа «Белка ТВ/FM» присоединилось к обсуждению федеральной инициативы о запрете на законодательном уровне продажи энергетических напитков детям. Журналисты решили выяснить мнение местного сообщества об этом предложении, предварительно заявив о том, что на информационном ресурсе председателя Государственной думы ФС РФ В. В. Володина идею поддержали 91 % подписчиков. По результатам опроса все те же 91 % респондентов, только теперь уже зареченцев, одобрили инициативу законодателей.

Дискуссия вокруг более локальной проблемы развернулась на ресурсе «Белка ТВ/FM» 28 марта 2023 г. Редакция вышла к аудитории с вопросом: *«Есть ли у жителей Заречного иммунитет к телефонным звонкам от мошенников?»* Интересно, что более половины опрошенных выбрали варианты «Не отвечаю на незнакомые номера» либо «Не вступаю в диалог совсем», а треть респондентов сообщили, что «троллят их (мошенников) постоянно». Тем не менее случаев телефонного и онлайн-мошенничества в уральском атомном городе не становится меньше, что следует из профессионального общения автора исследования с сотрудниками правоохранительных органов.

«Курчатов ТВК» 9 ноября 2022 г. провело опрос аудитории, посвященный социально важной теме — проверке систем экстренного оповещения. «*Вы слышали сирену и голосовой сигнал?*» — такой вопрос был задал гиперлокальным медиа. Из ответов в комментариях следует, что далеко не во всех районах города жители смогли распознать жизненно важное сообщение. 5 из 8 высказавшихся подписчиков сообщили, что не слышали сирену или сигнал.

«Нововоронеж КТВ» привязывает многие онлайн-опросы аудитории к актуальному для малых городов благоустройству общественных пространств. В 2023 г. было размещено шесть публикаций с анкетами на эту тему. Опрос жителей происходил при поддержке администрации Нововоронежа.

Кроме того, в декабре 2022 г. редакция этого гиперлокального медиа провела опрос, посвященный выбору лучшего предприятия Нововоронежа. Интерактивный формат позволил местным властям накануне Нового года наградить самые популярные в локальном сообществе организации.

В целом такой интерактивный инструмент, как онлайн-опрос, в условиях гиперлокального медиа развивается в двух направлениях: решает задачи редакции по формированию уникальных информационных поводов на основе результатов анкетирования либо привлекает участников сообщества к решению общегородских проблем.

3. Видео по результатам опросов и обращениям участников сообщества.

Этот интерактивный инструмент используется для формирования информационной повестки города также в редакциях двух гиперлокальных медиа: «Белка ТВ/ФМ» и «Нововоронеж КТВ».

«Белка ТВ/ФМ» работает с сообщениями от аудитории, некоторые из них становятся поводом для запроса в профильные ведомства и в дальнейшем — для журналистских материалов. К примеру, 28 декабря 2022 г. был опубликован сюжет об остановке большегрузных автомобилей под окнами многоквартирных домов. Машины, по мнению жителей, загрязняют воздух в квартирах и ближайшую лесопарковую зону. И хотя из ответа на запрос следовало, что водители грузовиков ничего не нарушают, в данном случае гиперлокальное медиа послужило проводником между властями и местным сообществом.

Информационный сюжет, размещенный «Нововоронеж КТВ» 10 января 2023 г., посвящен награждению лучших организаций территории по версии жителей. В материале упоминается опрос как возможность выражения мнения сообществом, а также предоставляется слово победителям конкурса. Запись выделяется сравнительно высокой виральностью: 146 лайков, 23 комментария, 42 репоста. У постов-соседей (следующего и предыдущего) показатели таковы: 17/21 лайк(ов), 1/0 комментарий(ев), 1/1 репост. То есть даже вторичный материал привлекает пользователей к активному взаимодействию с контентом.

4. Прямой эфир.

Известный с момента возникновения аудиовизуальных массмедиа интерактивный формат используется «Белка ТВ/ФМ» и «Нововоронеж КТВ».

Редакция «Белка ТВ/ФМ» в апреле 2023 г. провела прямую трансляцию празднования собственного 30-летнего юбилея. Событие, передающееся в реальном времени на площадках социальных сетей, позволяет привлекать просмотры и отклики аудитории, выраженные в лайках и репостах. Серия прямых эфиров была организована в декабре 2022 г., когда в Заречном проходили всероссийские соревнования по подводному спорту, посвященные 30-летию концерна «Росэнергоатом».

В свою очередь, «Нововоронеж КТВ» организует регулярные прямые трансляции с участием представителей органов местного самоуправления, где задаются вопросы от аудитории. Однако в данном случае формат используется изолированно: вопросы можно отправить только в сообществе «ВКонтакте» до эфира, а программа выходит в свет лишь на аффилированном телеканале КТВ и недоступна в режиме онлайн. Такой подход, с одной стороны, привлекает зрителей к просмотру традиционного телеканала, но с другой — выключает из коммуникации пользователей, отдающих предпочтение онлайн-платформам. На наш взгляд, прямой эфир, где обсуждаются социально значимые темы и даются ответы на вопросы жителей, должен проходить параллельно в социальных сетях и на телеканале.

5. Социально полезное комментирование.

Роль медиа здесь является скорее опосредованной, поскольку для реализации формата достаточно предоставить возможность комментировать материалы, что, однако, не умаляет ценности метода.

«Нововоронеж КТВ» 28 ноября 2022 г. рассказало о пресс-туре на Нововоронежскую АЭС, посвященном системе обеспечения экологической и радиационной безопасности на атомной станции. Один из комментаторов не только одобрил мониторинг радиационного фона на предприятии, но и предложил установить в самом городе информационное табло, которое сообщало бы жителям о текущем состоянии окружающей среды. Местного жителя поддержали еще два пользователя, а представитель Нововоронежской АЭС сообщил, как можно отследить радиационный фон прямо сейчас.

20 апреля 2023 г. паблик «Белка ТВ/ФМ» разместил сообщение об отмене в России шествия «Бессмертный полк». В комментариях под постом развернулась общественная дискуссия. В основном обсуждалась целесообразность такого решения властей, но возникло и предложение провести мероприятие в альтернативном формате. Местный житель высказал идею высадить аллею с именами героев города. Многие читатели поддержали инициативу, предложили помощь. Отозвались и представители «Белка ТВ/ФМ», направив активиста на консультацию в отдел экологии администрации городского округа Заречный.

6. Розыгрыш подарков.

Интерактивный инструмент был применен в качестве эксперимента в рамках празднования юбилея городского телецентра Заречного редакцией «Белка ТВ/ФМ» 29 апреля 2023 г. Благодаря включенному наблюдению автора за проведением акции мы можем проанализировать показатели эффективности розыгрыша

с точки зрения развития гиперлокального медиа города — спутника атомной электростанции на цифровых платформах.

За 13 часов 27 минут медиа разыграло среди подписчиков 10 сувенирных призов с символикой медиа — носки, сумки-шопперы и кружки. Конкурс проводился с помощью бота, который на основе заранее заданного комментария «Белке 30 лет» в случайном порядке вычислял обладателей подарков. Каждому пользователю предоставлялось три попытки оставить выигрышный комментарий с минимальным интервалом в одну минуту. За репост записи бот предлагал пользователю дополнительную возможность, что позволило повысить виральность контента. Подписчиков, которые по какой-то причине не использовали свои попытки, программа пыталась вернуть в игру ободряющими сообщениями по схеме «(Имя пользователя), возвращайтесь и испытайте удачу снова! У вас есть еще (количество) попыток».

В розыгрыше подарков участвовали 9383 человека: 6663 подписчика публичной страницы «ВКонтакте» поделились записью о конкурсе с 2720 сторонними людьми. При этом распространение, очевидно, происходило по цепочке от пользователя к пользователю, поскольку напрямую из паблика сделано только 143 репоста. Уровень вовлеченности аудитории медиа также можно измерить в цифрах: среди более чем 2,5 тыс. адресатов вирусного контента 26 человек подписались на страницу «Белка ТВ/FM».

Всего в конкурсе приняли участие 417 игроков. Они написали 2918 комментариев. Запись с розыгрышем получила от аудитории 242 лайка.

Данный интерактивный инструмент, по нашему мнению, показал свою эффективность в аспекте расширения аудитории медиа и повышения лояльности к его бренду. В редакции «Белка ТВ/FM» опыт был охарактеризован как успешный, журналисты планируют продолжить такую практику работы с локальным сообществом.

Выводы и дискуссия

Результаты исследования подтверждают прежде всего использование интерактивных инструментов журналистами гиперлокальных медиа российских атомных городов. Некоторые из них пользуются большой популярностью среди авторов, например, пост на основе информации от аудитории или опрос участников сообщества, другие же, например, розыгрыш подарков, пока реализуются в пилотном режиме. В целом инструменты были представлены разнообразно и позволили нам выработать их отдельную классификацию.

В то же время нельзя не отметить разную степень интерактивности отобранных для анализа ресурсов. Так, «Белка ТВ/FM» использует в своей практике все шесть инструментов, включая экспериментальный. «Нововоронеж КТВ» в целом также поддерживает высокий уровень взаимодействия с членами местного сообщества, применяя в творческой деятельности пять интерактивных инструментов. К сожалению, существенно отстает от медиа Заречного и Нововоронежа «Курчатов ТВК». В его практике обнаружено лишь два интерактивных инструмента

из шести. Данная редакция на текущем этапе своей цифровой трансформации продолжает опираться на профессиональное освещение событий, фактически сужает представленность позиции членов сообщества в сетевых публикациях.

Вместе с тем интерактивный контент на практике показал свою высокую виральность. Реальная возможность получить личную выгоду, эффективно высказаться, наконец, внести вклад в общее благо мотивирует аудиторию взаимодействовать с ресурсом, повышает ее лояльность к бренду медиа. Вопрос параллельной зависимости виральности от формы и жанра публикаций в рамках конкретного кейса остается для нас дискуссионным и требует дополнительных исследований.

Добавим, что интерактивность гиперлокального медиа определяет саму его сущность, поскольку вовлечение граждан в продуктивные обсуждения, поощрение созидательных действий возможно лишь на площадке, готовой к такому диалогу. В ситуации неопределенности одна из перспективных функций журналистики — социальные проекты, поддержка локальных инициатив [Фролова, Гатилин]. В этом смысле гиперлокальные медиа обладают существенным потенциалом.

Атомные города как особые географические пространства России демонстрируют устойчивое развитие и, очевидно, заинтересованы в сохранении статус-кво. Поддерживаемые местными активистами гиперлокальные медиа, располагающие материально-технической и кадровой базой, способны работать на общий результат, посредством интерактивных инструментов предоставляя возможность высказаться всем участникам локального сообщества, в том числе на правах внештатных авторов и фрилансеров.

Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // Меди@льманах. 2021. № 6 (107). С. 8–14. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2021.814>

Вартанова Е. Л., Дунас Д. В. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности // Меди@льманах. 2022. № 6 (113). С. 8–17. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2022.817>

Велесюк А. Как Росатом переводит на «цифру» российские города // Атомный эксперт. URL: https://atomicexpert.com/cifrovizaciya_rossiya (дата обращения: 15.03.2024).

Довбыш О. С. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом в российских регионах // Журнал исслед. социальной политики. 2020. Т. 18, № 3. С. 475–490. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2020-18-3-475-490>

Киришин Б. Н. Сетевая журналистика: практический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 3 (49). С. 76–80. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2023-49-3-76-80>

Колобова Е. Ю. Трансформация медиапотребления в условиях цифровой реальности // Петерб. экон. журн. 2020. № 4. С. 25–39. <https://doi.org/10.24411/2307-5368-2020-10035>

Курушкин С. В. Гиперлокализация в системе российского мегаполиса: к вопросу об определении понятия // Челяб. гуманитарий. 2020. № 4 (53). С. 36–40. <https://doi.org/10.24411/1999-5407-2020-10405>

Лосева К. Вошли в зону комфорта: в каких атомных городах стало лучше жить // Страна Росатом. URL: <https://strana-rosatom.ru/2022/06/06/voshli-v-zonu-komforta-v-kakih-atomnyh-g/> (дата обращения: 16.03.2024).

Манскова Е. А. Проблемы трансформации медиастратегий российских региональных телекомпаний в условиях кризиса традиционных СМИ // Филология и человек. 2021. № 4. С. 140–147. [https://doi.org/10.14258/filichel\(2021\)4-12](https://doi.org/10.14258/filichel(2021)4-12)

Мухина О. С. Экономические аспекты медиафриланса цифровой эпохи // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2023. № 5. С. 40–60. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2023.4060>

Низматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2021. № 1. С. 30–50. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051>

Олешко В. Ф., Шурко И. И. Пропагандистский дискурс современного телевидения // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28, № 1. С. 5–15. <https://doi.org/10.15826/izv1.2022.28.1.001>

Першина Е. Д. Подход российских СМИ к работе со своим контентом в социальных сетях // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2022. № 3. С. 87–105. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2022.87105>

Соколова А. Аудитория восьми крупнейших соцсетей в России в 2023 году: исследования и цифры // ppc.world. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry/> (дата обращения: 17.03.2024).

Уразова С. Л. Цифровое телевидение в поиске семантического прогнозирования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2018. № 6. С. 235–253. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2018.235253>

Фролова Т. И., Гатилин А. С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2021. № 3. С. 121–151. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2021.121151>

Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2023 года // Федеральная служба гос. статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282> (дата обращения: 16.02.2024).

Штейман М. С., Зайцева Н. В. Стратегии и тренды развития современных массмедиа в контексте глобализационных процессов: региональный аспект // Научный диалог. 2022. Т. 11, № 8. С. 185–204. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-8-185-204>

Щепилова Г. Г., Круглова Л. А. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2018. № 3. С. 3–16. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2018.316>

Dovysh O. Do digital technologies matter? How hyperlocal media is re-configuring the media landscape of a Russian province // Journalism. 2021. Vol. 22, iss. 12. P. 1–11. <https://doi.org/10.1177/1464884920941966>

Metzgar E. T., Kurpius D. D., Rowley K. M. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion // New Media & Society. 2011. Vol. 13, № 5. P. 772–787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>

Nygren G., Leckner S., Tenor C. Hyperlocals and Legacy Media. Media Ecologies in Transition // Nordicom Review. 2018. Vol. 39, № 1. P. 33–49. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0419>

Örnebring H., Hellekant Rowe E. The Media Day, Revisited: Rhythm, Place and Hyperlocal Information Environments // Digital Journalism. 2022. Vol. 10, № 1. P. 23–42. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1884988>

Tenor C. Hyperlocal News and Media Accountability // Digital Journalism. 2018. Vol. 6, № 8. P. 1064–1077. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1503059>

Статья поступила в редакцию 3.04.2024 г.