

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

*На правах рукописи*

**Канайлова Анна Олеговна**

**Функции и типология новых медиа  
в городской системе создания и распространения  
новостного контента**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2025

Диссертация подготовлена на кафедре теории и экономики СМИ  
факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

Научный руководитель:

**Макеенко Михаил Игоревич**  
кандидат филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

**Тулупов Владимир Васильевич**  
доктор филологических наук, профессор;  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»  
факультет журналистики, декан,  
кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна, заведующий

**Дементьева Ксения Владимировна**  
доктор филологических наук, доцент;  
Санкт-Петербургский филиал  
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»,  
факультет Санкт-Петербургская школа гуманитарных наук и искусств,  
департамент медиа, профессор

**Нигматуллина Камилла Ренатовна**  
доктор политических наук;  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»,  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»,  
кафедра цифровых медиакоммуникаций, заведующий

Защита диссертации состоится 24 декабря 2025 г. в 14:00 часов  
на заседании диссертационного совета МГУ.059.4 Московского  
государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу:  
125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, ауд. 103.

E-mail: dissovet.059.4@smi.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной  
библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект, д. 27)  
и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3639>

Автореферат разослан « » 2025 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент

М.И. Макеенко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В конце 2010-х – начале 2020-х гг. активно продолжающийся процесс цифровизации системы и процесса коммуникации привёл к тому, что всё большую роль в городских медиасистемах начали играть новые медиа, создаваемые на базе социальных платформ, в число которых входят многочисленные социальные сети и мессенджеры. Они перенимают часть функционала, ранее реализуемого только традиционными средствами массовой информации, и, переплетаясь с ними, формируют основу единого потока медиаобъектов<sup>1</sup>, включаясь таким образом в городскую систему распространения новостного контента и оказывая на неё заметное влияние<sup>2</sup>.

Ряд специалистов считает, что вовлечение в процесс освещения локальных событий позволяет городским новым медиа удовлетворять информационные запросы местной аудитории<sup>3</sup> и обеспечивать преобладание в контенте локальной тематики<sup>4</sup>. Информирование о важных для региона или населенного пункта событиях и проблемах даётенным медиа возможность принимать участие в формировании повестки<sup>5</sup>, которая отражает локальную специфику и социально-экономический контекст существования территории и её жителей и институтов<sup>6</sup>. Кроме того, деятельность медиа, существующих на социальных платформах, позволяет образовывать вокруг освещаемых событий коммуникацию как непосредственно между гражданами<sup>7</sup>, так и между гражданами и властью<sup>8</sup>, реализуя тем самым вовлекающую и интегративную функции.

<sup>1</sup> Nygren G. Local media ecologies: Social media taking the lead // Nordicom Review, 40 (Special Issue 2), 2019. P. 51–67.

<sup>2</sup> Harte D., Howells R., Williams A. Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news. Routledge, 2019.

<sup>3</sup> Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 30–49.

<sup>4</sup> Давыдов С. Г., Логунова О. С. Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 204–221.

<sup>5</sup> Гарбузняк А. Ю. Повестка дня новых медиа: подходы к методике исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 4. С. 627–641.

<sup>6</sup> Матвеева И. Ю., Лободенко Л. К. Городские сетевые сообщества: анализ информационной повестки дня и вовлеченности аудитории // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12, № 2. С. 310–332.

<sup>7</sup> Зуйкина К. Л., Аникина М. Е. Районные Telegram-каналы Москвы: опыт контент-аналитического исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 87–117.

<sup>8</sup> Градюшко А. А., Нигматуллина К. Р., Пустовалов А. В. Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трёх регионов // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2019. № 1 (219). С. 54–61; Довбыш О. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом в российских регионах // The Journal of Social Policy Studies, 18 (3), 2020. Р. 475–490.

В случае социальных медиа большое значение имеет их характеристика как одного «из главных плацдармов для развития гражданской (народной любительской) журналистики»<sup>9</sup>. В силу доступности всего функционала социальных платформ и отсутствия необходимости регистрироваться в качестве средства массовой информации и нанимать штат сотрудников, в городском медиапространстве появляется большое количество неинституционализированных медиа, деятельность которых никакими редакционными стандартами и практиками не регламентируется<sup>10</sup>. И многие из них включаются в городскую систему создания и распространения новостного контента.

Данный процесс затрагивает подавляющее большинство регионов и городов России, при этом нередко количество функционирующих на конкретной территории новых медиа с новостным контентом уже превышает количество официально зарегистрированных СМИ. Теоретически<sup>11</sup>, единовременное существование довольно большого и даже растущего количества источников местных новостей в одном регионе или городе должно быть оправдано функционально: каждый участник потенциально должен занимать в системе собственное место и решать хотя бы минимально уникальные, завязанные только на него коммуникационные задачи. В связи с тем, что новые новостные городские медиа возникают в России в количествах, как указывалось выше, уже превосходящих во многих случаях число традиционных локальных журналистских организаций, *актуальным* является направление исследований, направленных на выявление их позиций в городских медиасистемах, понимание их текущего социального и коммуникационного функционала и возможностей влияния на трансформации систем сбора и обработки новостного контента. Изучение характеристик содержания городских новых медиа и выявление их подходов к работе с местной новостной повесткой и медиатекстами должно способствовать решению *исследовательской проблемы*, связанной с формированием представлений о том, какую роль неинституционализированные акторы играют в городской новостной системе, какова их функционально обоснованная типология и как трансформируются (если трансформируются) в них журналистские подходы, традиционно лежавшие в основе освещения социально значимой тематики<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Алгави Л. О., Аль-Ханаки Д. А. Н. Функции социальных медиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2012. № 3. С. 58.

<sup>10</sup> Горбунова А. С., Макеенко М. И., Трищенко Н. Д. Основные сегменты современных систем производства журналистского контента // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. М.: Фак-т журн. МГУ, 2022. С. 361–363.

<sup>11</sup> Пашаева Я. Ф. Ежедневные городские газеты США в условиях конкуренции: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017.

<sup>12</sup> Тулупов В. В. Взаимодействие власти и региональных СМИ при освещении социально значимых проблем // Региональная журналистика в фокусе времени: по материалам

**Степень научной разработанности проблемы.** Стремительный характер развития новых цифровых технологий, возрастающая роль социальных сетей в распространении новостей и организации вокруг них диалога, вовлечённость неинституционализированных медиа в медиасистему оказывают влияние на функционирование региональных и городских медиасистем по всей России. Динамичность происходящих в сфере массовой коммуникации процессов определяет заинтересованность исследователей в активной разработке связанных с ними тем.

В настоящий момент можно выделить три доминировавших в последнее десятилетие подхода российских авторов к изучению систем, типологий и функций городских новых медиа: политический активизм и разработка теории кумулятивной делиберации; рассмотрение типов, жанров и моделей отдельных городских пабликсов и каналов (как любых городских, так и условно новостных) – на примере отдельных кейсов и обобщения материала из нескольких регионов / городов; анализ соотношения традиционных и новых медиа и места последних в медиасистеме с выходом на обобщения.

В рамках первого подхода<sup>13</sup> внимание исследователей сосредоточено на анализе всего многообразия текстов, публикуемых на социальных платформах: постов в пабликах, каналах, личных блогах, а также комментариев к ним. Анализ медиатекстов, циркулирующих в медиасистемах большого количества регионов и городов, проводится с использованием специализированных программ, которые позволяют обрабатывать большие объёмы данных. В рамках этого подхода подчёркивается значимость работы с комментариями, поскольку они являются важной частью пространства социальных цифровых платформ, способствующего организации общественного диалога и проявлению политических установок пользователей.

Во втором подходе<sup>14</sup> представлены результаты разбора отдельных кейсов и обобщения материала из нескольких регионов или городов, что позволяет исследователям определять и предлагать варианты типологии медиа, моделей отдельных городских пабликсов и каналов (как любых городских, так и условно

Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2022. С. 353–359.

<sup>13</sup> Бодрунова С. С. Кумулятивная делиберация: новая нормативность в изучении публичных сфер онлайн // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 1. С. 87–122; Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Азаров А. А., Лукушин В. А. Контексты социального недовольства в новых медиа российских региональных кластеров // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. № 6. С. 57–86.

<sup>14</sup> Градюшко А. А., Нигматуллина К. Р., Пустовалов А. В. Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трёх регионов // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. Минск: БГТУ, 2019. № 1 (219). С. 54–61; Давыдов С. Г., Логунова О. С. Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 204–221; Дементьева К. В. Городские паблики социальной сети «ВКонтакте»: специфика привлечения аудитории, особенности подачи информации // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 73. С. 287–310.

новостных) и используемых в них жанров. Работа с несколькими пабликами или каналами из одного региона (города) или сравнение медиа из разных регионов (зачастую в обоих случаях осуществляется работа с крупнейшими / наиболее популярными ресурсами) позволяет выявить характеристики функционирования небольших сегментов городских медиасистем.

Более основательный подход, в рамках которого новые медиа осмысляются как часть медиасистемы и сопоставляются с традиционными СМИ<sup>15</sup> был выстроен вокруг анализа соотношения традиционных и новых медиа и места последних в медиасистеме, что позволяет делать обобщения на основе объёмного материала из разных регионов / городов. Исследователи отмечают важность медиа на социальных платформах для местной аудитории как источников новостной информации, определяют их как посредника между жителями и властью. Подчёркивается, что социально-политические, экономические и иные особенности региона могут оказывать влияние на контент и характеристики локальных новых медиа и их место в региональной (городской) медиасистеме.

**Научная новизна.** Результаты данного исследования расширяют научное представление о функционировании новых медиа локального масштаба и их месте в городской медиасистеме. Были установлены преобладающие подходы к работе с текстами и определены возможности городских новых медиа встроиться в нормативные рамки журналистской деятельности. Была сформирована типология городских новых медиа на основе нескольких критериев понимания их подходов к работе с контентом. Локальное измерение проблемы позволило установить, как в рамках одного региона (города) решается вопрос существования большого количества новых медиа, определить, в каком формате и с опорой на какие подходы они осуществляют свою деятельность и каковы их функциональные позиции в современных городских системах создания и распространения новостного контента.

**Объектом исследования** стала система новых медиа, сформированная в городах России пабликами «ВКонтакте» и каналами в *Telegram*, ориентированными на публикацию новостного контента в качестве одного из основных видов информации. **Предметом исследования** стали основные типологические и функциональные характеристики городских новостных новых медиа, связанные с содержанием и структурой их материалов.

**Целью** исследования было выявить ключевые типологические группы и функциональные характеристики городских новостных новых медиа и

---

<sup>15</sup> Довбыш О. С. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом в российских регионах // The Journal of Social Policy Studies, 18 (3), 2020. Р. 475–490; Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 30–49; Dovbysh O. New Gatekeepers in Town: How Groups in Social Networking Sites Influence Information Flows in Russia's Provinces // Social media + Society. 2021, Volume 7, Issue 2; Litvinenko A., Nigmatullina K. Local Dimensions of Media Freedom: A Comparative Analysis of News Media Landscapes in 33 Russian Regions // Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization 28: 3. P. 393–418.

определить их позиции в городской системе создания и распространения новостного контента.

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- установить доминирующие подходы к работе с текстами и подходы к обработке основных типов контента социально значимой тематики редакторов / авторов городских новостных новых медиа для определения возможности их сопоставимости с нормативными институциональными журналистскими подходами;

- выявить параметры дифференциации и сформировать типологию городских новостных новых медиа внутри изучаемого сегмента медиасистемы города;

- определить функциональные позиции городских новостных новых медиа в системах распространения и создания городских новостей на основе их вовлеченности в производство собственного новостного контента социально значимой тематики.

**Методика исследования.** Важно отметить, что говорить сегодня о «городских пабликах» и «городских Telegram-каналах» обобщённо не очень корректно. С одной стороны, их можно рассматривать как часть цифрового пространства на платформах социальных сетей, которые позволяют создавать медиа разного формата: чаты, паблики и каналы, личные страницы и блоги и т.д. В таком случае весь контент можно рассматривать как огромный набор самых разных медиатекстов: постов в сообществах и на личных страницах, комментариев и т.п. Именно этот условно единый комплекс в настоящий момент преимущественно и изучают с разных позиций. Однако, если стремиться анализировать развитие непосредственно новостного (или журналистского) дискурса, есть смысл рассматривать конкретно публикации (посты), размещаемые администраторами / модераторами / редакторами / авторами пабликов и каналов, которые признаются одним из важных источников новостей для современной аудитории. В таком случае контент хотя бы в какой-то степени может быть авторским (собственного производства) или, по меньшей мере, отобранным администраторами / модераторами / редакторами / авторами и отредактированным ими. Именно такой подход – анализ только самих постов – был применён в рамках текущего исследования.

Выбор города для изучения обусловлен возможностью решения поставленных нами исследовательских задач. Сочи – динамично развивающийся крупный город (возможно, даже крупнейший среди не официальных столиц субъектов федерации), в который вкладываются значительные государственные и частные инвестиции и который регулярно привлекает значительное внимание федеральных властей и медиа в целом. Сочи отличается от других крупных, прежде всего «столичных», городов России, в первую очередь, тем, что в нём не обнаруживается какого-либо противостояния политических элит или групп интересов, что часто наблюдается в «столичных» городах и что может влиять на расстановку акцентов в медиа и обеспечивать перевес сообщений определённой тематики.

При этом, как и другие города того же масштаба, Сочи имеет довольно развитую медиасистему, за которой, в силу названных выше особенностей, пристально следят, что может оказывать влияние на наполнение городской новостной системы. Однако для нас представляет интерес именно то, как функционируют новые медиа, освещая усредненную городскую жизнь экономически достаточно благополучного и политически стабильного крупного города с насыщенной медиасистемой.

Важным первым этапом исследования было проведение полуформализованных экспертивных интервью с представителями сочинских СМИ и медиа. Данные, собранные в рамках анализа текстов интервью, позволили получить представление о характеристиках функционирования традиционных средств массовой информации в г. Сочи, о структуре городской медиасистемы и роли в ней новых медиа, что стало основой для формирования группы новых медиа, посты которых изучались на следующем этапе.

В выборку вошли материалы 10 пабликовых «ВКонтакте» и 9 Telegram-каналов, ориентированных на граждан, проживающих на территории г. Сочи: 7 и 6 из них – оригинальные новые медиа, а 3 и 3 – аккаунты традиционных СМИ на цифровых платформах соответственно.

В рамках работы важнейшими для нас были характеристики акторов медиасистемы, которых мы определяем как *«оригинальные новые медиа»* – паблики и каналы, администраторы / модераторы / редакторы / авторы которых работают только на социальных платформах и которые не являются платформенными ресурсами традиционных городских медиаорганизаций. Так мы подчёркиваем неинституционализированность подобных медиа, которые представляют собой типологически или даже видово иные новостные ресурсы в сравнении с газетами, редакциями телевизионных новостей и новостными интернет-сайтами, и в связи с этим и вызывают основной исследовательских интерес.

Период публикации материалов, взятых для исследования, – одна неделя с 05.12.2022 г. по 11.12.2022 г. Выбор данного периода – межсезонья, не отмеченного никакими крупными мероприятиями всероссийского или международного масштаба, часто проводимыми на территории Сочи, – обусловлен стремлением минимизировать риск появления в городском новостном потоке крупных инфоповодов, не привязанных к локальной проблематике, и сосредоточиться на анализе представленности в медиа непосредственно городской жизни. Кроме того, в связи с тем, что Сочи – город туристический, в месяцы «курортного сезона» локальный контент размывается условно *«туристическим»*, и, чтобы этого избежать, мы приняли решение взять для исследования более *«нейтральный»* временной период.

В качестве основного метода в работе был выбран контент-анализ. Суммарно закодировано 1644 поста: 1027 публикаций (постов), опубликованных в социальной сети «ВКонтакте», и 617 публикаций (постов), размещенных в мессенджере *Telegram*.

В рамках контент-анализа материалы были проанализированы по следующим параметрам: тип публикации, локализация объекта, характер постов, происхождение контента, тематика, пересекаемость материалов. В ходе составления кодификатора мы опирались на ряд подходов, уже апробированных в разных научных работах. Во-первых, опора была сделана на исследование «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.»<sup>16</sup> и матрицу, использованную при работе с традиционными городскими СМИ; во-вторых – на кодификаторы и классификации из работ о новых медиа и их контенте<sup>17</sup>. При работе с публикациями из нашей выборки мы внесли ряд изменений, адаптировав параметры анализа под задачи исследования, чтобы по возможности полно охарактеризовать контент исследуемых нами медиа.

Полученные в ходе контент-анализа данные позволили определить следующие аспекты функционирования новых медиа в городе Сочи: ведущий тип и происхождение публикуемого контента; масштаб событий, попадающих в поле зрения городских новых медиа; характер постов; тематические доминанты и распределение контента разного происхождения в рамках тематических блоков. Также была проведена работа по выделению (на обеих площадках) в отдельную группу постов с пересекающимися темами и осуществлён их анализ с целью выявления характеристик отработки инфоповодов рассматриваемыми неинституционализированными медиа.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Основные закономерности функционирования оригинальных городских новостных новых медиа на разных цифровых платформах и подходы, используемые ими при работе с контентом социально значимой тематики, очень схожи. В значительной степени они сводятся к публикации полных или измененных заимствованных текстов, которые практически всегда доминируют как базовый блок контента, вне зависимости от объёма размещаемых постов, освещаемых тем и популярности у аудитории. Таким образом, в оригинальных новостных городских новых медиа как сегменте медиасистемы практически не осуществляется журналистская работа на уровне самостоятельного сбора информации и подготовки текстов, что не дает возможности говорить об их системной интеграции в институт журналистики на уровне рабочих практик и технологий.

2. В оригинальных городских новостных новых медиа на социальных платформах преобладает новостной контент, реализуется в основном информационная функция, присутствует преимущественно универсальная

<sup>16</sup> Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А. и др. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. Контент-аналитическое исследование. Коллективная монография. М.: Ф-т жур-ки МГУ, 2016.

<sup>17</sup> Дементьева К. В. Городские паблики социальной сети «ВКонтакте»: специфика привлечения аудитории, особенности подачи информации // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 73. С. 287–310; Образцова А. Ю., Галкина М. Ю. Особенности освещения общественно-политических процессов в социальных сетях в Казахстане на основе русскоязычного дискурса. // Медиаскоп. 2020. Вып. 2.

тематическая направленность и схожий набор тем. Это делает паблики и каналы, на первый взгляд, похожими друг на друга. Однако их вовлечённость в формирование и распределение городских новостных потоков на цифровых социальных платформах всё-таки различна. В связи с этим внутри системы городских оригинальных новостных новых медиа возможно выделить четыре типа: «дежурная часть» – паблики / каналы формата «ЧП», занимающие особую тематическую нишу; «журналисты с платформ» – паблики / каналы с условно «журналистским уклоном»; «лидеры-агрегаторы» – паблики / каналы, наиболее популярные у аудитории и размещающие наибольшие объёмы рекламы и контента, который в основном весь заимствован; «мелкие агрегаторы / ретрансляторы» – остальные паблики / каналы – многочисленные, вторичные, поскольку являются, скорее, исключительно «ретрансляторами» уже опубликованной в других медиа новостной информации.

3. За наполнение городского новостного потока на социальных платформах контентом собственного производства отвечают в основном новые медиаплатформы традиционных СМИ. Помимо этого, небольшой объём материалов собственного производства может приходиться на долю крайне малого числа (буквально единичные случаи precedентного, не системного порядка) оригинальных пабликсов и каналов двух первых типов, которые в небольшом количестве порождают инфоповоды. Таким образом, оригинальные городские новостные новые медиа в целом, с одной стороны, технически способствуют тому, что новости потенциально получают больший охват и, значит, функционально усовершенствуют городскую систему распространения новостного контента. Однако, с другой стороны, в системе создания городских новостей их функциональное присутствие как сегмента пока остается практически незаметным.

**Теоретическая значимость исследования.** Представленные в данной работе результаты расширяют понимание того, как происходит распределение новостных потоков в городских новых медиа, существующих исключительно на социальных платформах. Данные о применяемых в пабликах и каналах подходах к работе с контентом позволяют их типологизировать и показывают, в какой степени они вовлечены в систему создания и распространения новостного контента. Апробированная в исследовании методика может быть использована для работы с городскими новыми медиа в других регионах. Это позволит расширить научное представление о неинституционализированных акторах городских медиасистем.

**Практическая значимость исследования.** Результаты исследования, разработанная методика работы с контентом новых медиа, а также предложенная классификация новостных ресурсов могут быть использованы в высших учебных заведениях для подготовки учебно-методических материалов в рамках дисциплин, посвящённых функционированию российской медиасистемы (на региональном / городском уровне). Кроме того, выявленные подходы к работе с контентом в городских пабликах и каналах могут быть полезны как администраторам «любительских» медиа, так и сотрудникам

традиционных СМИ при организации их деятельности на социальных платформах.

**Апробация результатов исследования.** Отдельные положения работы были представлены на трёх международных научных конференциях в 2021-2025 годах: Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Коммуникация в современном мире» (20-22 мая 2021 г., Воронежский государственный университет) – доклад «Контент-модели частных новостных медиа Сочи: основные особенности»; Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия» (5-6 февраля 2024 г., МГУ имени М.В. Ломоносова) – доклад «Характеристики подхода оригинальных городских новых медиа к работе с новостным контентом»; Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия» (6-7 февраля 2025 г., МГУ имени М.В. Ломоносова) – доклад «Типологические разновидности городских новых медиа и их место в городской системе распространения новостного контента».

Основные результаты, положения и выводы диссертационного исследования опубликованы в 4 научных работах, общий объём которых составляет 4,2 авторских листа, все – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика и отрасли наук.

**Структура диссертации** определена целью исследования и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трёх глав, разбитых на параграфы, заключения, списка литературы и четырёх приложений. Список использованной литературы включает 155 наименований работ отечественных и зарубежных авторов. В приложениях представлены детализированные данные по некоторым параметрам анализа.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Введение** к настоящей работе содержит основную информацию об актуальности исследования, о степени разработанности проблемы, а также об объекте, предмете, целях и задачах. Представляется методика исследования, обозначается его эмпирическая база и очерчивается теоретическая рамка, обуславливается теоретическая и практическая значимость.

**Первая глава** исследования «**Теоретические аспекты изучения систем городских новых медиа**» включает в себя обзор теоретических подходов к изучению городских новых медиа, которые применяются в российском академическом дискурсе, рассмотрение сочинской медиасистемы в динамике (с середины 2010-х гг. до начала 2020-х гг.), а также подробное описание методики исследования. Кейс Сочи предлагается рассматривать как пример

работы усреднённой медиасистемы крупного, но не «столичного» российского города.

**В параграфе 1.1 «Исследовательские подходы к изучению типов и функций городских новых медиа»** автор рассматривает новые медиа как важную часть современных городских медиасистем ввиду того, что они являются непосредственными участниками городского новостного обмена. Далее, определяя теоретическую рамку исследования, автор систематизирует существующие в российском научном дискурсе научные работы по данной теме и выделяет три крупных направления, в которых ведутся исследования:

- рассмотрение новых медиа с позиций политического активизма и теории кумулятивной делиберации, что позволяет выделять контексты социального недовольства местного населения в разных регионах;
- разбор отдельных кейсов и обобщение материала из нескольких регионов (городов), что даёт учёным возможность определять и предлагать варианты типологии медиа, моделей отдельных городских пабликов и каналов и используемых в них жанров / форматов.

- глубокий анализ соотношения традиционных СМИ и новых медиа и определение места последних в медиасистеме, благодаря чему становится возможно делать обобщения на основе объёмного материала из разных регионов / городов.

**Во параграфе 1.2 «Обоснование выбора эмпирических объектов исследования»** обусловлен выбор города для исследования, представлен последовательный разбор этапов развития сочинской городской медиасистемы с середины 2010-х до начала 2020-х гг. и охарактеризовано её текущее состояние.

Анализируя специфику города Сочи, автор отмечает, что за счет относительного экономического благополучия и политической стабильности в городе, его пример позволяет рассмотреть, как функционирует городская система создания и распространения новостного контента, в которой существуют максимально общие, связанные с социальной, культурной и деловой жизнью темы, в освещении которых возможно применение разнообразных подходов.

Прослеживая динамику развития сочинской медиасистемы и отдельных её сегментов, автор приходит к выводам о том, что в середине 2010-х гг. одними из значимых новостных ресурсов города были газеты, при этом существование нескольких изданий представлялось оправданным, поскольку каждое из них обладало определённым набором присущих именно ему характеристик и выделялось на фоне остальных, а вместе они довольно активно участвовали в информационном обмене, дополняя друг друга. Позже, в конце 2010-х гг., в рамках медиасистемы Сочи количественно видимый новый сегмент с достаточно разнообразным контентом составили новостные онлайн-СМИ. Автор отмечает, что благодаря им стала более очевидна тенденция к существенному преобладанию в городском дискурсе материалов новостного формата над материалами остальных жанровых форм. Однако в любом случае

влиятельными и востребованными широкой аудиторией источниками новостей и информации онлайн-СМИ так и не стали.

Объёмный взгляд на медиасистему города Сочи в начале 2020-х гг. дал возможность предположить, что традиционные СМИ в настоящий момент не играют в ней большой роли. Таким образом, город функционирует в русле отмечаемой многими исследователями тенденции, согласно которой часть значимых функций, ранее выполняемых ими, уходит к неинституционализированным новым медиа. Автор отмечает, что число существующих городских медиа на платформах «Вконтакте» и «Telegram» как минимум в 2 раза превосходит количество традиционных СМИ, что делает актуальным определение места, которое оригинальные новостные новые медиа занимают в городской системе создания и распространения новостного контента.

**В параграфе 1.3 «Методика исследования»** подробно описан процесс отбора городских новостных новых медиа, составивших эмпирическую базу исследования, а также детально представлены параметры, по которым проводился их анализ. Автор предлагает свою методику работы с контентом новых медиа, которая позволяет рассмотреть их как сегмент современной городской / региональной медиасистемы.

Обоснование выбора города и хронологических рамок исследования, а также количество проанализированных ресурсов были приведены выше (см. Общую характеристику работы). Однако важно отметить и тот факт, что 2022 г. оказался для системы новых медиа чрезвычайно важным, поскольку Telegram стал платформой, по-настоящему заметной на всех уровнях российской медиасистемы. Таким образом, в 2022 г. систему новостных новых медиа в стране стало возможно рассматривать уже как полноценную двухплатформенную, со значительно возросшим количеством игроков.

Многоступенчатая система отбора городских новостных новых медиа позволила определить для дальнейшего анализа список акторов медиасистемы, отвечающих следующим требованиям: они на регулярной основе публикуют в первую очередь новостной контент о происходящем в Сочи, который в той или иной степени адаптирован под формат социальных сетей, а не приставляет собой исключительно ссылки на материалы на сайте.

В число параметров, по которым проводилась работа с новыми медиа города Сочи, были включены следующие: тип публикаций; локализация объекта публикации; характер поста; происхождение контента; тематика с её внутренним делением на три больших блока: социально значимая тематика / криминал, развлечения, стиль жизни / иной контент; пересекающиеся / непересекающиеся темы. Отдельная часть работы посвящена анализу постов с пересекающимися и непересекающимися темами в рамках блока «социально значимая тематика».

В силу того, что в основе большинства материалов лежит заимствованный контент, паблики и каналы так или иначе его перерабатывают, т.е. занимаются рерайтом. В связи с этим в рамках текущего исследования была

проведена работа с публикациями в неинституционализированных медиа, которые в подавляющем большинстве а) по структуре далеки от материалов, написанных в традиционных журналистских жанрах, б) существенно отличаются от них по объёму, в) основываются на контенте из одного источника. Говоря обобщённо, автор приходит к заключению, что они все написаны с использованием технологии ререйтинга. Поскольку в число наших задач входило выделение приёмов обработки текстов, автор предлагает следующую классификацию типов работы с заимствованным текстом: копипаст, сокращение, пересказ своими словами, добавление информации, перестановка предложений и компиляция.

Полученные в ходе исследования данные позволили соотнести ресурсы между собой, типологизировать их и выявить используемые ими способы работы с информацией.

**Вторая глава** диссертации «**Базовые характеристики новостных городских новых медиа**» посвящена разбору основных характеристик, которыми обладают оригинальные городские новые медиа как медиа принципиально иного вида, образующие отдельный сегмент городской медиасистемы. На основе этих данных выделены используемые ресурсами подходы к работе с информацией и проведена их типологизация.

**В параграфе 2.1 «Типы размещаемых публикаций»** автор определяет новостной контент как один из преобладающих в оригинальных городских новостных новых медиа типов контента, что позволяет прийти к выводу о формировании ими отдельного сегмента городской новостной системы на базе социальных платформ.

Автором проводится первый этап классификации медиа на типы в зависимости от того, на какие подходы они опираются при работе с новостными материалами:

- в ряде паблик и каналов новостной контент *очевидно доминирует*, составляет большую долю в общем количестве публикуемых материалов, а значит является для них определяющим типом контента при среднем и небольшом числе постов этого типа;

- в медиа второй группы доля новостного контента *немного превосходит* объем контента иных типов, при этом в абсолютных показателях количество новостных постов значительно больше, чем у конкурентов;

- доля новостного контента в оригинальных новых медиа *немного превосходит* объем контента иных типов, при небольшом (в сравнении с площадками предшествующей группы) количестве новостных постов.

**Во параграфе 2.2 «Локализация объекта публикации»** определяется уровень вовлечённости исследуемых медиа в распространение именно городской информации.

Автор приходит к выводу о том, что изучаемые паблики и каналы являются вполне локализованными акторами городской новостной системы, однако в них также отчётливо прослеживаются разные подходы к работе с городской повесткой:

- сосредоточенность преимущественно на освещении *городских* событий;
- публикация максимально *разнообразного* с точки зрения локализации контента при формальной привязке к городу Сочи;
- «разбавление» местной повестки умеренным количеством материалов о происходящем *за пределами края*, но преимущественно в пределах страны.

**В параграфе 2.3 «Характер постов в контексте журналистского функционала»** автор обозначает функционал оригинальных городских новых медиа, определяя характер постов, подразумевающий сообщение о чём-либо в нейтральном ключе, стремление к анализу события / процесса или вовлечение аудитории в обсуждение описываемого.

Результаты анализа показывают, что сегмент новых медиа образует собой довольно монолитную часть городской новостной системы, сосредотачиваясь преимущественным образом на реализации информационной функции, не стремясь к интерпретации освещаемых событий и их анализу. Также отмечается, что, хотя на основе полученных данных возможно выделение ряда паблик и каналов, более часто публикующих вовлекающие посты, активной коммуникации с местной аудиторией всё-таки не наблюдается.

**В параграфе 2.4 «Типы новостных новых медиа по критерию происхождения контента»** автор определяет вклад, вносимый новыми медиа в информационные потоки, формируемые городской системой производства и распространения новостного контента. Ключевыми категориями, которыми оперирует автор, являются заимствованный и самостоятельно созданный контент.

В работе указывается, что за наполнение городского новостного потока контентом собственного производства берутся преимущественно традиционные медиа. Оригинальные же новые медиа оказываются, по сути, «ретрансляторами» того, что публикуют другие акторы сочинской медиасистемы, а значит, не вносят заметного вклада в городскую систему создания новостного контента.

Соотношение контента собственного производства и заимствованного позволило выделить три вида оригинальных новых медиа:

- «специализированный» *ресурс*: тематическая ниша, которую он занимает, – почти всегда происшествия и криминал – обуславливает заметный (на фоне остальных) объём собственного контента;
- мультитематическое медиа с достаточно высокой долей *собственного* контента;
- остальные мультитематические паблики и каналы, работающие в основном на базе *заимствованного* контента.

Внутри последнего подхода авторы выделяют разные под-подходы – в зависимости от того, какой именно заимствованный контент является в медиа преобладающим:

- стремление к обработке заимствованного контента;
- публикация заимствованного контента с указанием источника;
- публикация заимствованного контента без указания на источник.

**В параграфе 2.5 «Тематика постов: освещение социально значимых тем»** автор определяет степень вовлечённости оригинальных городских новостных новых медиа в процесс информирования граждан о событиях и процессах, которые можно отнести к социально значимым, и их вклад в формирование единой городской новостной системы.

Автор подчёркивает, что большинство из них уделяют социально значимой тематике в среднем около 30% внимания, при этом на обеих платформах они производят крайне мало собственного контента на социально значимые темы и предпочитают работать с контентом, взятым в других источниках.

Сопоставление оригинальных новых медиа с каналами и пабликами традиционных медиа показало, что именно последние практически полностью формируют новостную повестку на цифровых платформах. В то же время первые, будучи представлены большим количеством ресурсов, не вносят статистически ощутимого вклада в городскую систему создания новостного контента при работе с социально значимыми темами. В связи с этим не представляется возможным говорить о том, что в рамках данного блока они вовлечены в создание городского новостного потока – они лишь «ретранслируют» информацию.

При этом чётко выраженные тематические доминанты почти во всех оригинальных пабликах и каналах при работе с заимствованным контентом как таковые выделить сложно: они сообщают обо всём понемногу, чуть больше уделяя внимания транспорту, благоустройству и работе органов правопорядка. Набор наиболее значимых тем на обеих платформах оказывается идентичным, однако при этом ряд важных социальных вопросов, традиционно активно освещавшихся газетами и интернет-порталами, не затрагивается.

**В параграфе 2.6 «Тематика постов: освещение тем блока “Криминал, происшествия, стиль жизни”»** автор определяет степень вовлечённости оригинальных городских новостных новых медиа в процесс информирования граждан о событиях и процессах, которые, как правило, не являются критически значимыми для города, по сравнению с социально значимыми.

Автор приходит к выводу, что в рамках данного блока оригинальные паблики и каналы в целом демонстрируют те же подходы к работе с заимствованным контентом, что были отмечены в предыдущих параграфах, и также публикуют мало контента собственного производства, однако всё же выстраивают свою работу по разным моделям:

- публикация значительного количества оригинальных материалов;
- работа преимущественно с заимствованным контентом (именно его придерживаются все остальные оригинальные паблики и каналы).

Автор отдельно отмечает, что такой подход не оказывает существенного влияния на популярность данных пабликов и каналов: они более востребованы у местной аудитории, нежели паблики и каналы традиционных медиа,

Также автор выявляет более явную сосредоточенность на работе с конкретными темами в рамках данного направления. Чуть более активно в

рамках данного блока новые медиа взаимодействуют с пользовательским контентом, что может объясняться меньшей сложностью работы с такими темами.

**В параграфе 2.7 «Пересекающиеся и непересекающиеся темы»** акцент делается на классификации тем, которые освещаются в постах городских новых медиа, по двум категориям: пересекающиеся и непересекающиеся, что позволяет более точно оценить вклад, который они совокупно вносят в городскую систему создания и распространения новостей.

Анализ показал, что на обеих социальных платформах самое большое количество, а также наибольшая доля постов на пересекающиеся темы наблюдается в блоке «Социально значимая тематика». При этом показатели оригинальных новых медиа практически идентичны тем, которые демонстрируют паблики и каналы традиционных медиа. Вариативность же тем на обеих площадках достигается преимущественно за счёт публикаций в рамках блока «Криминал, развлечения, стиль жизни», а также иного контента. И основной вклад в эти два блока вносят именно оригинальные паблики и каналы.

Основываясь на полученных данных в совокупности с данными о темах и тематиках, подробно рассмотренными в двух предыдущих параграфах, автор предполагает, что оригинальные городские новые медиа функционируют как ресурсы более развлекательные, в отличие от традиционных медиа. Кроме того, они не создают альтернативную официальной социальной и политическую повестку. Таким образом, преимущественное большинство исследуемых медиа, дублируя те или иные темы, создаёт схожее представление о происходящем в городе.

**В параграфе 2.8 «Основные группы новых медиа по типам предлагаемого контента»** автор обобщает все выявленные характеристики новостных новых медиа и на основе этого типологизирует оригинальные медиа, включённые в городскую новостную систему создания и распространения новостного контента, определяя следующие виды: тематические (специализированные) ресурсы; медиа, в меру активно публикующие собственный контент и в определённой степени дополняющие традиционные медиа; медиа-лидеры по количеству подписчиков и уровню взаимодействия с ними, а также количеству постов, но при этом слабо вовлеченные в освещение социально значимых тем; многочисленные медиа со средними объемами контента, который преимущественно заимствован и не касается социально значимых тем.

**Третья глава** диссертации **«Реализация функции освещения социально значимых тем в оригинальных новых медиа»** посвящена разбору приёмов и способов обработки текстов, которые используют администраторы / модераторы / редакторы / авторы пабликов и каналов при работе с текстами на социально значимые темы. Автор определяет источники информации, а также анализирует то, как разрабатываются в медиа непересекающиеся и пересекающиеся темы.

**В параграфе 3.1 «Источники материалов на социально значимые темы»** автор выясняет, что преобладающее большинство инфоповодов при освещении социально значимых тем администраторы / модераторы / редакторы / авторы оригинальных пабликов и каналов берут из традиционных медиа, чаще всего – городских новостных, за счёт чего большинство тем оказываются пересекающимися. Это позволяет говорить о тесной взаимосвязи оригинальных городских новостных новых медиа с традиционными СМИ и вновь позволяет подчеркнуть, что они не столько добавляют что-то новое в городскую систему создания и распространения новостного контента, сколько становятся «ретрансляторами» информации, созданной иными акторами.

Реже оригинальные городские новые медиа обращаются к другим новым медиа. Однако в случае взаимодействия с ними в пабликах и каналах можно выделить 2 варианта работы:

- *займствование постов у медиа того же «уровня»*: паблики и каналы берут материалы друг у друга, тем самым обеспечивая в некотором роде взаимоцитирование (но не всегда с указанием источника) и распространение более-менее адаптированной под формат социальных сетей информации;
- *обращение к новым медиа иной территориальной привязки* – относящимся к региону в целом или близлежащим населённым пунктам.

**В параграфе 3.2 «Работа над непересекающимися социально значимыми темами»** определяется, что собственного вносят оригинальные новые медиа в городскую систему создания и распространения новостного контента.

Автор приходит к выводу о том, что, в силу отсутствия каких-либо регламентирующих их деятельность норм и правил, администраторы / модераторы / редакторы / авторы городских оригинальных новостных пабликов и каналов могут наполнять городскую новостную систему темами, представляющими интерес и имеющими значимость для совсем узкой аудитории, а также темами, информационной ценности не имеющими вовсе.

При этом среди публикаций, в основе которых лежат уникальные инфоповоды и которые являются продуктом авторской деятельности, можно выделить следующие разновидности:

- *совсем короткие новостные сводки, напоминающие новости-молнии и в большинстве случаев сопровождаемые фотографиями*;
- *более обстоятельные материалы, схожие со стандартными новостными заметками и сопровождаемые собственноручно снятым видео длиной около 10 минут*;
- *посты, скорее, блогерского характера*: в подобных материалах можно уловить критические нотки, однако в целом мнение высказывается кратко, аккуратно и сдержанно.

**В параграфе 3.3 «Подходы к работе с текстами на пересекающиеся социально значимые темы»** автор выявляет варианты работы с одними и теми же инфоповодами (т.е. только с текстовой составляющей), которые используют

администраторы / модераторы / редакторы / авторы городских оригинальных новостных новых медиа.

На основе полученных данных автор делает вывод о том, что производимые оригиналами новыми медиа изменения в материалах позволяют говорить, скорее, о том, что осуществляется *не столько журналистская работа, сколько авторизация* текстов, какой её, видимо, представляют себе администраторы / модераторы / редакторы / авторы новых медиа. Вне зависимости от того, указывают они источники, к которым обращались за информацией, или нет, наиболее часто размещаемый ими контент представляет собой копирование чужих журналистских материалов – с сокращениями или без них. Тот факт, что отбор инфоповодов и обработка текстов осуществляется по своему усмотрению и на основе доступных умений, с одной стороны, даёт медиа большую свободу, с другой – приводит к их схожему контентному наполнению.

Разбор постов на пересекающиеся социально значимые темы помогает нам увидеть, что работа с ними выстраивается в оригинальных новых медиа в соответствии с разными подходами. Автором выделены 2 основных подхода:

- *публикация текстов с минимальными изменениями или полным их отсутствием;*
- *внесение более заметных изменений, в частности – активное сокращение и/или переписывание текстов*, что существенно снижает объем совпадений с материалами, размещёнными в других СМИ и медиа.

Наиболее частым в постах ряда новых медиа является сочетание копипаста и сокращения, что позволяет сделать акцент на сути новости, отказываясь от включения описываемого в контекст. В то же время тенденция к акцентированию внимания на сути новости и отказу от второстепенных деталей (а в ряде случаев – от конкретики в целом) заметна и в постах тех новых медиа, в которых вносятся более заметные изменения в тексты. Во втором случае возможно выделение нескольких вариантов изменений:

- *отказ от ряда значимых подробностей и деталей или максимальное урезание текста.*

- *пересказ новости своими словами*, что проявляется на уровне упрощения лексики, сокращения текста и отсутствия в постах дополнительных деталей.

Дополнительно возможно выделить ещё два варианта обработки текстов:

- *изложение сути новости по пунктам;*
- *добавление эмоционально окрашенной, а также разговорной лексики в посты, реже – риторических восклицаний.*

В том или ином виде городские оригинальные новостные новые медиа доносят до читающей их аудитории суть происходящих событий – таким образом, новости предположительно получают в городском медиапространстве больший охват. При этом данная группа медиа не развивает и не обогащает темы, поднятые и освещаемые медиа традиционными, а также не проводит полноценной журналистской работы над материалами.

**В параграфе 3.4 «Функциональное значение подходов к освещению социально значимых тем»,** основываясь на обобщении проанализированных в главе данных, автор подчёркивает, что оригинальные новые медиа включаются по большей части в городскую систему не создания, но распространения новостного контента и оказываются ресурсами, тиражирующими уже имеющуюся в ней информацию. В целом новостной поток в оригинальных городских новых медиа оказывается крайне ограничен и унифицирован. Однако за счёт различных комбинаций подходов к работе и способов обработки текстов паблики и каналы возможно дифференцировать. При этом производимые оригинальными новыми медиа изменения в материалах позволяют говорить о реализации журналистских функций *за счет не столько ведения журналистской работы, сколько авторизации* текстов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый анализ показал, что, на первый взгляд, с точки зрения содержания текстов в постах, размещаемых администраторами / модераторами / редакторами / авторами городских новостных новых медиа, паблики и каналы могут быть очень похожи: в них преобладает новостной контент, реализуется преимущественно информационная функция, они достаточно локализованы, имеют универсальную тематическую направленность (за редким исключением). Однако их вовлечённость в формирование городского новостного потока на цифровых социальных платформах различна, а детальное изучение характеристик медиатекстов доказало, что проведение типологической дифференциации уже возможно – опираясь на то, как они комбинируют в своих публикациях подходы к работе с контентом и способы обработки текстов. Автор выделяет в исследовании несколько типов новых медиа:

- «классические редакции» – паблики / каналы традиционных СМИ / медиакомпаний и официальных органов. Они достаточно активны, публикуют контент регулярно и по меркам новых медиа производят (прежде всего – самостоятельно) его немало. Однако в цифровом пространстве они оказываются почти не заметны: по количеству подписчиков в несколько раз уступают оригинальным новым медиа, не говоря уже о том, что просмотров их публикаций совсем немного, – т.е. их почти не читают.

- «дежурная часть» – паблики / каналы формата «ЧП» или «жесть». Они занимают свою тематическую нишу (происшествия, криминал, работа органов правопорядка), производят разные объёмы собственного контента и в небольшом количестве дают эксклюзивы. В силу своей специфики востребованы у аудитории. Кроме того, их публикации в некоторых случаях становятся источниками инфоповодов для других городских (и/или региональных) медиа.

- «журналисты с платформ» – паблики / каналы с условно «журналистским уклоном». Они выделяются среди остальных оригинальных новых медиа за счёт больших объёмов контента собственного производства

(в т.ч. на социально значимую тематику), который не встречается в иных пабликах и каналах и в котором получают охват более разнообразные темы. Также их отличает более отчётливое выраженное стремление к обработке заимствованного контента. Такие паблики и каналы единичны, и на каждой платформе (а может, и во всём городе) их может оказаться лишь 1-2.

- «лидеры-агрегаторы» – паблики / каналы, размещающие наибольшие объёмы контента и популярные у аудитории. Отличительные черты данных медиа – высокая публикационная активность, слабая обработка контента и/или низкое качество постов, обилие рекламных материалов. Подобные паблики и каналы также довольно малочисленны, их обычно 1-2 на платформу или даже на всю городскую медиасистему.

- «мелкие агрегаторы / ретрансляторы» – остальные паблики / каналы. В силу высокой доступности социальных платформ, таких пабликов и каналов может быть в любой городской медиасистеме неограниченное количество. При этом они могут как иметь большую аудиторию, так и быть совсем мелкими, а потому и малозаметными. Объединяет их в любом случае то, что их вклад в городскую систему создания и распространения новостного контента (в первую очередь – в рамках социально значимой тематики) минимален или вовсе отсутствует. Они являются, скорее, «агрегаторами» уже циркулирующей в медиапространстве новостной информации – иными словами, полностью вторичны.

Было выявлено, что в городском новостном пространстве социальных медиа за появление контента собственного производства ответственны в основном традиционные СМИ через свои новомедийные площадки. Оригинальные же новые медиа существенным образом не обогащают и не развиваются журналистские практики и активно не способствуют наполнению городской новостной системы контентом собственного производства. Как следствие, в гипотетически все более вероятной ситуации, когда средний пользователь в городе не читает газет, не заходит на сайты интернет-СМИ и не смотрит программы местных телеканалов, а замкнут в коммуникационном пространстве социальных сетей, пабликов и *Telegram*-каналов, его новостная повестка дня все равно будет складываться преимущественно из тем, поднятых в СМИ, пабликах СМИ и, скорее всего, медиа формата «ЧП». Группа оригинальных городских новых медиа в этой ситуации создает, по сути, только не имеющую единых и понятных правил отбора и редактирования (неинституционализированную) систему фильтрации, через которую проходит не ими собранная и представленная информация. Отдельные примеры ресурсов, отличающихся более самостоятельным подходом к отбору тем и работе с контентом, единичны и пока не вносят в городскую новостную систему статистически ощутимый вклад на фоне иных видов производителей собственного контента (редакций газет, интернет-СМИ, телевизионных новостных программ). Пока их функционал видится преимущественно привязанным к увеличению охватов новостной информации, а не к её производству.

Рассмотренная в работе ситуация в сочинской системе городских новостных новых медиа позволяет зафиксировать важную общую для этих систем характеристику – городские / региональные сообщества «ВКонтакте» или *Telegram*-каналы в своей совокупности все же не формируют полноценную новостную среду как отдельный самодостаточный сегмент городской медиасистемы. Характеристики, которые позволяют говорить о том, что оригинальные новостные новые медиа вносят вклад в функционирование и развитие медиасистемы и журналистского городского дискурса социальных процессов (за счет поднятия новых социально значимых тем или раскрытия уже поднятых, обогащения политических и идеологических дискуссий или усиления общественных обсуждений важнейших вопросов городской жизни), присутствуют у единичных ресурсов, в том время как совокупность новых медиа как отдельная система или как сегмент медиасистемы подобных характеристик лишены. Несмотря на то что во многих городах их количество может превосходить число традиционных СМИ, институционально они, в отличие от районных газет или муниципальных телеканалов, не формируют единого сегмента создания и распространения новостного контента. Это среда, которая при определенном стечении обстоятельств может порождать единичные заметные на локальном уровне новостные проекты, но пока что делать это в прецедентном, а не в системном порядке.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

### **Четыре публикации, необходимые для защиты:**

одна статья, опубликованная в издании, входящем в базы Scopus и Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index):

1. Канайлова А. О., Макеенко М. И. Новые медиа в городской системе создания и распространения новостного контента // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. Т. 50. № 1. С. 33–68. EDN: GENICN. (Объём 1,9 а.л., авторский вклад – 1,5). [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

и три статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ и входящих в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденный решением Ученого совета Московского университета, для защиты по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки):

2. Канайлова А. О. Источники информации и тематические характеристики постов на социально значимые темы в городских новостных новых медиа // Медиаскоп. 2025 Вып. 1. EDN: JFVJLQ. (Объём 1,1 а.л.). [Импакт-фактор 0,571 (РИНЦ)]

3. Канайлова А. О. Контентные модели частных городских новостных СМИ (на примере изданий г. Сочи) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2025. № 1. С.131-134. EDN: OWWOUW. (Объём 0,4 а.л.). [Импакт-фактор 0,208 (РИНЦ)]

4. Канайлова А. О. Способы и приемы работы городских новостных медиа с текстами на социально значимые темы // Меди@льманах. 2024. № 4 (123). С. 84-94. EDN: CLIPGG. (Объём 0,8 а.л.). [Импакт-фактор 0,755 (РИНЦ)]