DOI 10.15826/koinon.2021.02.3.033

УДК 316.772.5 + 070.1:004.738.5 + 316.4 + 352(470)

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ ЖИТЕЛЯМИ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ

А. Н. Новгородцева

Уральский федеральный университет
Екатеринбург, Россия

Н. И. Сивкова

Уральский федеральный университет
Екатеринбург, Россия

Аннотация: Медиапотребление глобального и федерального контентов в современной России на различных территориях имеет больше общего, но потребление местного контента значительно отличается в зависимости от территории. Малые города обладают уникальной инфраструктурой и уровнем доступа к разным медиаканалам. С одной стороны, наличие Интернета позволяет подключиться ко всем возможным СМИ, особенно в ситуации цифровизации ТВ, радио, газет и выхода в социальные сети. С другой стороны, очевиден разрыв, когда практически отсутствуют городские СМИ и информирование о местных новостях в большей степени связано с «сарафанным радио», а не с соответствующими типами СМИ городского значения (так, городские газеты могут выходить с периодичностью раз в неделю, в то время как о событиях в мире информация поступает ежедневно). Данная статья интересна анализом эмпирических данных — серии фокус-групп с жителями малых городов Свердловской области, возможности обратиться к высказываниям об уровне развития региональных СМИ.

Ключевые слова: медиапотребление, малые города, медиаканалы, региональные СМИ, медиаконтент.

Для цитирования: Новгородцева А. Н., Сивкова Н. И. Медиапотребление новостей жителями малых городов России // *Koinon*. 2021. Т. 2. № 3. С. 158–168. DOI: 10.15826/koinon.2021.02.3.033

NEWS MEDIA CONSUMPTION BY RESIDENTS OF SMALL TOWNS OF RUSSIA

A. N. Novgorodtseva

Ural Federal University
Yekaterinburg, Russia

N. I. Sivkova

Ural Federal University
Yekaterinburg, Russia

Abstract: Media consumption of global and federal content in modern Russia in different territories has more in common, but the consumption of local content differs significantly depending on the area. Small towns have a unique infrastructure and access to various media channels. On the one hand, the presence of the Internet allows you to connect to all possible media, especially in the situation of digitalization of TV, radio, newspapers, and access to social networks. On the other hand, there is virtually a lack of urban media outlets, and local news dissemination is more connected with word of mouth, and not with the corresponding types of media of urban significance (for example, city newspapers can be published once a week, while as information about events in the world is received daily). This article is interesting due to its analysis of empirical data — a series of focus groups with residents of small towns in the Sverdlovsk region, the opportunity to refer to statements about the level of development of regional media.

Keywords: media consumption, small towns, media channels, regional media, media content.

For citation: Novgorodtseva, A. N. and Sivkova, N. I. (2021), “News Media Consumption by Residents of Small Towns of Russia”, *Koinon*, vol. 2, no. 3, pp. 158–168 (in Russian). DOI: 10.15826/koinon.2021.02.3.033

Введение

Медиапотребление как тема исследования вызывает ряд затруднений как на теоретическом, так и на эмпирическом уровне. Во-первых, это связано с выбором типа медиа — телевидения, газет, радио, цифровых медиа, в том числе социальных сетей. Во-вторых — с постоянным процессом модификации и цифровизации медиа — возможностью расширения интерактивности со стороны пользователей и создателей контента. В-третьих — с уровнем обсуждаемых тем — от глобальных и международных до локальных, внутрикорпоративных событий. В-четвертых — с пониманием масштаба аудитории, т. е. с учетом доступности и уровня развития медиа в мегаполисе, крупных, средних и малых городах России.

Современные исследователи подчеркивают одновременность использования людьми разных медиаканалов, устройств в повседневных практиках (стратегии сочетания зависят от доступа к СМИ или уровня доверия к определенным каналам), вызванную интересом к событиям в мире и стране, вниманием к резонансным сообщениям [Ильмухин 2015]. Также отмечается участие части аудитории в рассмотрении отдельных тем (например, интересы мамочек с грудными детьми отличаются от интересов школьников-выпускников, готовящихся к поступлению в вузы), что порождает выбор медиаканала, особенности поиска информации.

В нашем исследовании акцент делается на медиапотреблении в малых городах в связи с тем, что оно значительно отличается от такового в хорошо изученных мегаполисах. Многие малые города характеризуются низким уровнем развития промышленности, сферы услуг, наличием острых проблем с трудоустройством, маятниковой миграцией в близлежащие крупные города в поисках работы, отсутствием выбора учреждений образования, здравоохранения, мест досуга, медиаканалов при поиске местных новостей.

Методология и методы исследования

Методология медиаисследования заложена в работах российских социологов Т. М. Дридзе и Б. А. Грушина, анализирующих понятие «массовая информация», выделяющих проблемы анализа информации, имеющей публичный характер и затрагивающей интересы больших групп населения [Массовая информация 1980].

В связи с ростом значения СМИ в жизни современного общества не ослабевает интерес к изучению медиапотребления как особого процесса взаимодействия создателей определенного контента и аудитории, выражающей разные мнения по поводу его содержания, форм подачи [Как новые медиа изменили журналистику 2016; Комарова 2018; Колобова 2020]. Заслуживают внимания

исследования медиапотребления в российском обществе [Коломиец 2010; Дзялошинский 2014; Полуэхтова 2016].

Выделяются возрастные особенности субъектов медиапотребления [Зверева, Хворова 2020; Назаров, Иванов, Кублицкая 2020; Особенности медиапотребления 2019], стилевые характеристики медиаконтента [Троянская, Петрова 2013; Сивиркова 2016]. Наибольший интерес представляют исследования медиапотребления новостей различных СМИ [Дунас, Толоконникова, Черевко 2017]. В рамках этого направления выделяются работы, в которых изучаются предпочтения в медиапотреблении представителей поколений «X», «Y», «Z» [Черевко, Дунас, Толоконникова 2018].

Особый интерес вызывают труды ученых, исследующих различия электронных и печатных СМИ, социальных сетей [Turow, Couldry 2018; Goyanes, Demeter 2020; Bergström, Jervelycke Belfrage 2018], изучающих влияние СМИ на повседневную жизнь человека с учетом активного времени суток, возможностей информационной гигиены [Молодцова, Максимова, Сливина 2018; Sharakhina, Skvortsova 2019].

Эмпирическая база нашего исследования получена методом массового опроса и серии фокус-групп, проведенных в малых городах Свердловской области в 2019 году: Алапаевске, Артемовском, Богдановиче, Карпинске, Красноуфимске, Реже, Сысерти, Тавде. Учитывалось, что малым городом в России считается тот, численность которого не превышает 50 000 человек [Малые города 2021]. Респондентами являлись представители разных возрастных групп: молодежь, люди среднего и старшего возрастов. Выявлялись применяемые ими стратегии медиапотребления. Опрошено методом анкетирования 1 400 человек, приняли участие в фокус-группах — 37.

Как отмечают В. В. Маркин, М. Л. Малышев, Д. Ю. Землянский, малые города России всё больше утрачивают свое значение как на уровне страны, так и на уровне региона из-за незначительного их вклада в ВВП страны [Маркин, Малышев, Землянский 2019]. Основные проблемы малых городов вызваны высоким уровнем износа основных инженерно-бытовых коммуникаций и сетей, дефицитом медицинского персонала, учителей, что негативно сказывается на качестве жизни населения. При этом постоянно подчеркивается важность сохранения малых городов как фактора обеспечения национальной безопасности страны.

Результаты и обсуждение

Результаты фокус-групп свидетельствуют о том, что жители малых городов обладают доступом к основным федеральным СМИ, что позволяет быть включенными в глобальную повестку и почувствовать развитие страны в целом. При этом существует конкуренция за внимание потребителей — работает

множество ТВ-каналов, газет, радиостанций. На уровне федеральных СМИ за внимание горожан борются в Свердловской области следующие ТВ-каналы, имеющие в том числе и цифровое присутствие: Россия-1, Россия 24, НТВ; на уровне областных СМИ — ОТВ, ТАУ (Шеремет). Из газет — «Комсомольская правда», «Аргументы и факты»; среди областных — «Областная газета», «Уральский рабочий». Онлайн-площадки более разнообразны — «Яндекс новости», «66.ru», «e1.ru». Респондент читает новости на том портале, на котором зарегистрирован почтовый ящик. Жители малых городов, как и мегаполисов, свободно выбирают контент — обращаются к более узкой или расширенной новости, могут найти дополнительные источники информации.

Исследование выявило проблемы низкого доступа к местным каналам и отсутствия внимания к событиям местного значения. Многие жители малых городов любят свой город; описывая его, используют прилагательные: уютный, тихий, спокойный. Это формирует иное восприятие событий местного значения. Так, появление по примеру мегаполисов торговых центров ведет не к развитию малого города, а наглядно показывает низкий уровень жизни населения. *«Торговые центры, которые начали строить, не могут открыть. На улице от вокзала по Советской построили 30-метровый ТЦ, но его так и не открыли, так как он нерентабелен»* (Реж, мужчина, 37 лет).

Отмечаются проблемы развития инфраструктуры, поиска работы (маятниковая миграция). *«Когда завод закрыли, стало чище дышать, но при этом люди потеряли работу. Часть мужского населения очень нагревает рынок труда близлежащих городов. Особенно Березовский, Екатеринбург, Артемовский. Там есть какие-то рабочие места, и они разъезжаются. До Березовского завод предоставляет автобус, а до Артемовского, Екатеринбурга люди должны добираться сами»* (Реж, мужчина, 28 лет).

Отмечается, что многие вынуждены уезжать в большие города региона. *«Теперь все люди действительно устраиваются через Тюмень, Екатеринбург. Чтобы ехать на работу, сутки надо или полсуток, а потом вернуться. Это все от дня отдыха»* (Тавда, женщина, 39 лет). Нехватка кадров в больницах заставляет ездить в другие территории для получения квалифицированной медицинской помощи: *«Я ездила в больницу в Арамилы»* (Сысерть, женщина, 45 лет).

В связи с этим одной из проблем жителей становится получение информации о том, когда и как будут решаться вопросы, связанные с получением услуг, которыми пользуются проживающие в больших городах граждане, с помощью средств региональной или центральной власти. Об этом местные СМИ редко сообщают, центральные и даже областные не говорят. Основным источником информации становятся местные СМИ, Интернет, «сарафанное радио». *«Потому что город маленький, всё заметно, все на виду»* (Тавда, женщина, 62 года).

Таблица 1. Местные СМИ малых городов, которыми пользуются респонденты
Table 1. Local media of small towns used by respondents

Малые города	Онлайн	ТВ	Газеты	Радио
Алапаевск	«Мой Алапаевск», «Алапаевск онлайн», «Вести Алапаевск», «Подслушано Алапаевск»	Алапаевское ТВ	«Алапаевская газета», «Алапаевская искра»	—
Артемовский	Газета «Егоршинские вести», сайт Артемовского городского округа «Altexmedia.ru», «Подслушано Артемовский»	Альтекс Медиа	«Егоршинские вести», «Все будет!», «Артемовский рабочий»	Альтекс Медиа
Богданович	«Типичный Богданович», «Богданович онлайн»	ТВ-Богданович	«Наш Богданович», «Знаменка», «Народное Слово»	Радио Клен
Карпинск	«Подслушано Карпинск», «Вечерний Карпинск», «Карпинск онлайн»	«Собеседник»	Карпинский рабочий», «Вечерний Карпинск»	Собеседник FM
Красноуфимск	«КСК66», «Подслушано Красноуфимск»	МАКС ТВ	«Вперед», «Городок»	Красноуфимск
Реж	«Новости Режа» «Подслушанный Реж», «Сплетни Режа»	Студия «Панорама», Режевские новости	«Режевская весть», «Новости Режа»	Радио ХЗ (хлебозавод)
Сысерть	«Подслушано Сысерть», «Сысертские вести», «Беседка Сысерть»	—	«Маяк», «Сысертская неделя», «Сысертские вести»	Радио Сейбл
Тавда	«Тавдинка РФ», «Тавда онлайн», «Подслушано Тавда»	Студия Тавда Видео	«Тавдинская правда», «Тавдинский край»	Вести Тавда

Местные СМИ представлены в ограниченном доступе по времени и длительности ТВ-вещания, частоты выхода газет (раз в неделю). Так, в г. Реж местное телевидение представлено «Студией Панорама. Режевские новости», но оно работает только один час в день (с 19.00 до 20.00) и включает не только формат новостей, но и рекламу, объявления и поздравления. На сайте муниципалитета в разделе сведений о СМИ представлена только газета «Режевская весть», хотя в рамках фокус-групп была названа и другая: «Новости Режа». «*“Новости Режа” беру раз в неделю, по пятницам она выходит, и всё, что за неделю, там*

всё освещается. *“Режевскую вест”* два раза в неделю покупаем, как раньше не выписываем» (Реж, женщина, 59 лет). Жители Сысерти чаще всего получают новости в газетах *«Сысертская неделя»*, *«Сысертские вести»*.

В Карпинске активно смотрят местный ТВ-канал *«Собеседник»*, в котором отображаются события, происходящие в городе: *«Эфир прямой идет, рассказывают городские новости, говорят о решениях городской Думы»* (Карпинск, мужчина, 42 года). Отмечается возможность *«поздравить кого-то с днем рождения, хотя сейчас это реже делают. <...> Показывают мероприятия, проводимые во Дворце культуры. Это тоже интересно, кто-то, может, не успел, не сходил во Дворец культуры, все равно смотришь»* (Карпинск, женщина, 37 лет).

Также жители города читают местные газеты *«Карпинский рабочий»*, *«Вечерний Карпинск»*. Отмечается разная направленность публикуемой в них информации. *«“Карпинский рабочий” — они действуют в определенных рамках, им нельзя влево, вправо. Выражают позицию городской администрации»* (Карпинск, мужчина, 27 лет). Про *«Вечерний Карпинск»*: *«Она независимая»* (Карпинск, мужчина, 39 лет).

Жители Тавды отмечают при использовании местных СМИ проблемы технического характера: *«Чтобы новости посмотреть, нужно отцепить тарелку, прицепить антенну. Поэтому мы уже привыкшие, так не делаем, а просто в Интернете заходим на Тавдинка.рф и там уже смотрим в “ВКонтакте” либо в “Одноклассниках” все новости»* (Тавда, мужчина, 25 лет).

Основным источником получения информации все чаще становятся социальные сети. Участники фокус-групп подчеркивают, что они позволяют получать оперативную информацию. При этом ее можно перепроверить, так как есть обратная связь и жители активно реагируют, обмениваясь фотографиями (например, того, как осуществляется ремонт дороги). *«Там комментарии можно почитать о том, как люди, которые с тобой рядом живут, относятся к той или иной проблеме»* (Тавда, мужчина, 28 лет).

Наиболее популярная социальная сеть у большинства респондентов — *«ВКонтакте»*, но очень часто тот же канал или сообщество представлено одновременно в разных социальных сетях — и в *«ВКонтакте»* и в *«Одноклассниках»*. Например, в Реже — *«Новости Режа»*, *«Подслушанный Реж»*, *«Сплетни Режа»*. В Сысерти также есть *«Подслушано Сысерть»*, *«Беседка Сысерть»*. *«Я подписана в группу “Подслушано Сысерть” в “Одноклассниках”, захожу каждый день, и, если новость какая-то есть, я читаю. А так еще у нас на работе создана группа, и туда люди сами скидывают разные новости»* (Сысерть, женщина, 35 лет). Аудитория *«Подслушано Карпинск»* исключительно молодежная, до 34 лет. В то время как аудитория *«Вечернего Карпинска»* и *«Карпинска онлайн»* включает не только молодежь, но и значительную часть людей среднего возраста.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволили выявить особенности медиапотребления малых городов. Во-первых, малая представленность местных СМИ — основная информация поступает из телеканалов, газет, работающих на всю страну, регион. На уровне международных и глобальных новостных лент очевидна конкуренция за внимание жителей малых городов. Среди местных СМИ — ограничен выбор источников информации, существуют проблемы доступа к ней. Во-вторых, основными источниками новостей местного значения являются социальные сети и «сарафанное радио».

В связи с высоким уровнем маятниковой миграции — на работу, в больницу, на учебу, — медиапотребление не характеризуется наличием специально отведенного для этого времени в определенном пространстве. Чаще всего оно осуществляется в разные временные диапазоны (рабочее время, время учебы, отдыха) и в разных пространствах (дом, работа, транспорт).

В-третьих, выделились социально-демографические различия в медиапотреблении. Чем выше уровень образования человека, тем шире круг СМИ, которые он использует для получения новостей областного, федерального и международного значения. Существуют значительные различия в потреблении новостей среди разных возрастных групп: молодежь предпочитает интернет-СМИ (в частности, социальные сети); лица среднего возраста получают новости из разных источников информации: Интернета, телевидения, от друзей. Пожилые горожане больше ориентированы на местные газеты и телевидение.

Медиапотребление местных новостей в малых городах характеризуется ограниченностью выбора медиаканалов, восприятием определенного медиаконтента (подчеркивается, что телевидение и газеты часто носят прогосударственный характер, отсутствуют независимые СМИ на уровне местных каналов), которое обогащается открытым и публичным обсуждением всеми горожанами текущих новостей с помощью социальных сетей.

Список литературы

- Дзялошинский 2014 — Дзялошинский И. М. Медиапотребление как характеристика медиааудитории // Медиаобразование 2014. Региональный аспект : сборник тезисов и статей Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 7–9 октября 2014 г. / под ред. И. В. Жилавской, Е. А. Карягиной. М. : РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014. С. 38–47.
- Дунас, Толоконникова, Черевко 2017 — Дунас Д. В., Толоконникова А. В., Черевко Т. С. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. 2017. № 5. С. 30–50.
- Зверева, Хворова 2020 — Зверева Е. А., Хворова В. А. Поколения Y и Z: особенности медиапотребления // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия : История, филология. 2020. Т. 19. № 6. С. 131–140. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-131-140.

- Ильмухин 2015 — *Ильмухин В. Н.* Современные практики медиапотребления: методологический аспект изучения // Вестник Адигейского государственного университета. Серия 1 : Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 2 (158). С. 132–138.
- Как новые медиа изменили журналистику 2016 — Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под ред. С. Д. Балмаевой, М. М. Лукиной. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
- Колобова 2020 — *Колобова Е. Ю.* Трансформация медиапотребления в условиях цифровой реальности // Петербургский экономический журнал. 2020. № 4. С. 25–39. DOI: 10.24411/2307-5368-2020-10035.
- Коломиец 2010 — *Коломиец В. П.* Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1 (309). С. 58–66.
- Комарова 2018 — *Комарова А. А.* Основные тенденции медиапотребления в России в условиях динамически меняющейся реальности // Вестник университета. 2018. № 5. С. 162–166. DOI: 10.26425/1816-4277-2018-5-162-166.
- Малые города 2021 — Малые города в России. Список малых городов за 2021 год [Электронный ресурс] // Города России : сайт. 2021. URL: <https://города-россия.рф/reytin-cities.php?name=малые> (дата обращения: 20.08.2021).
- Маркин, Малышев, Землянский 2019 — *Маркин В. В., Малышев М. Л., Землянский Д. Ю.* Малые города России: комплексный мониторинг развития. Часть 1 // Мониторинг правоприменения. 2019. № 4 (33). С. 46–55. DOI: 10.21681/2226-0692-2019-4-46-55.
- Массовая информация 1980 — Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. Ониква. М. : Политиздат, 1980. 446 с.
- Молодцова, Максимова, Сливина 2018 — *Молодцова И. А., Максимова Е. А., Сливина Л. П.* Информационная гигиена: общетеоретическая оценка проблем // НБИ технологии. 2018. Т. 12. № 2. С. 25–29. DOI: 10.15688/NBIT.jvolsu.2018.2.4.
- Назаров, Иванов, Кублицкая 2020 — *Назаров М. М., Иванов В. Н., Кублицкая Е. А.* Медиапотребление в возрастных когортах: ТВ и Интернет // Вестник РУДН. Серия : Социология. 2020. Т. 20. № 3. С. 560–571. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-3-560-571.
- Особенности медиапотребления 2019 — Особенности медиапотребления трех поколений жителей России [Электронный ресурс] // Adindex. 27.12.2019. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2019/12/27/278643.phtml> (дата обращения: 20.08.2021).
- Полуэхтова 2016 — *Полуэхтова И. А.* Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы [Электронный ресурс] // Mediascope. 2016. Вып. 4. URL: www.mediascope.ru/2199 (дата обращения: 20.08.2021).
- Сивиркова 2016 — *Сивиркова Н. В.* Особенности стиля медиапотребления в раннем и позднем юношеском возрасте // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2016. № 3. С. 140–145.
- Троянская, Петрова 2013 — *Троянская С. Л., Петрова М. А.* Проблемы формирования культуры и стиля медиапотребления у студентов в процессе обучения // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22 (313). С. 205–209.
- Черевко, Дунас, Толоконникова 2018 — *Черевко Т. С., Дунас Д. В., Толоконникова А. В.* Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. 2018. № 1. С. 3–25.
- Bergström, Jervelycke Belfrage 2018 — *Bergström A., Jervelycke Belfrage M.* News in Social Media: Incidental consumption and the role of opinion leaders // Digital Journalism. 2018. Vol. 6 (5). P. 1–16. DOI: 10.1080/21670811.2018.1423625.
- Goyanes, Demeter 2020 — *Goyanes M., Demeter M.* Beyond positive or negative: Understanding the phenomenology, typologies and impact of incidental news exposure on citizens' daily lives // New Media & Society. 2020. P. 1–18. DOI: 10.1177/1461444820967679.

- Sharakhina, Skvortsova 2019 — Sharakhina L. V., Skvortsova V. Big Data, Smart Data in Effective Communication Strategies Development // Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Workshop (ComSDS) (St. Petersburg, 10 April 2019). Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2019. P. 7–10. DOI: 10.1109/COMSDS.2019.8709651.
- Turow, Couldry 2018 — Turow J., Couldry N. Media as Data Extraction: Towards a New Map of a Transformed Communications Field // Journal of Communication. 2018. Vol. 68 (2). P. 415–423. DOI: 10.1093/joc/jqx011.

References

- Balmayeva, S. D. and Lukina, M. M. (eds) (2016), *Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016* [How New Media Changed Journalism. 2012–2016], Liberal Arts University — University for Humanities, Yekaterinburg, 304 p. (in Russian).
- Bergström, A. and Jervelycke Belfrage, M. (2018), “News in Social Media: Incidental consumption and the role of opinion leaders”, *Digital Journalism*, vol. 6 (5), pp. 1–16. DOI: 10.1080/21670811.2018.1423625.
- Cherevko, T. S., Dunas, D. V. and Tolokonnikova, A. V. (2018), “News in the networked era: an analysis of students’ news consumption”, *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10, Zhurnalistika*, no. 1, pp. 3–25 (in Russian).
- Dunas, D. V., Tolokonnikova, A. V. and Cherevko, T. S. (2017), “Current conceptual approaches to the process of young people’s media consumption of online news”, *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10, Zhurnalistika*, no. 5, pp. 30–50 (in Russian).
- Dzyaloshinskii, I. M. (2014), “Media consumption as media audience characteristic”, in Zhilavskaya, I. V. and Karyagina, E. A. (eds), *Mediaobrazovanie 2014. Regional’nyi aspekt, sbornik tezisev i statei Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem, 7–9 oktyabrya 2014 goda* [Media education 2014. Regional aspect, collection of abstracts and articles of the All-Russian scientific and practical conference with international participation, October 7–9, 2014], Sholokhov Moscow State University for the Humanities, Moscow, pp. 38–47 (in Russian).
- “Features of media consumption of three generations of residents of Russia” (2019), *Adindex*, 27 December, available at: <https://adindex.ru/news/researches/2019/12/27/278643.phtml> (accessed 20 August 2021) (in Russian).
- Goyanes, M. and Demeter, M. (2020), “Beyond positive or negative: Understanding the phenomenology, typologies and impact of incidental news exposure on citizens’ daily lives”, *New Media & Society*, pp. 1–18. DOI: 10.1177/1461444820967679.
- Grushin, B. A. and Onikov, L. A. (eds) (1980), *Massovaya informatsiya v sovetskom promyshlennom gorode: Opyt kompleksnogo sotsiologicheskogo issledovaniya* [Mass information in a Soviet industrial city: The experience of a comprehensive sociological study], Politizdat, Moscow, 446 p. (in Russian).
- Il’ mukhin, V. N. (2015), “Modern practices of media consumption: the methodological aspect of the study”, *The Bulletin of Adyghe State University. Series 1, Regional Studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Culturology*, no. 2 (158), pp. 132–138 (in Russian).
- Kolobova, E. Yu. (2020), “Transformation of media consumption in digital reality”, *Saint-Petersburg Economic Journal*, no. 4, pp. 25–39 (in Russian). DOI: 10.24411/2307-5368-2020-10035.
- Kolomiets, V. P. (2010), “Media milieu and media consumption in Russian society today”, *Sociological Studies*, no. 1, pp. 58–66 (in Russian).
- Komarova, A. A. (2018), “Main trends of media consumption in Russia in the conditions of dynamically changing reality”, *Vestnik universiteta*, vol. 5, pp. 162–166 (in Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2018-5-162-166.
- Markin, V. V., Malyshev, M. L. and Zemlyanskii, D. Yu. (2019), “Small cities of Russia: an integrative monitoring of development. Part 1”, *Monitoring of Law Enforcement*, no. 4 (33), pp. 46–55 (in Russian). DOI: 10.21681/2226-0692-2019-4-46-55.

- Molodtsova, I. A., Maksimova, E. A. and Slivina, L. P. (2018), "Information hygiene: general theoretical assessment of the problem", *NBI technologies*, vol. 12, no. 2, pp. 25–29 (in Russian). DOI: 10.15688/NBIT.jvolsu.2018.2.4.
- Nazarov, M. M., Ivanov, V. N. and Kublitskaya, E. A. (2020), "Media consumption of different cohorts: TV and Internet", *RUDN Journal of sociology*, vol. 20, no. 3, pp. 560–571 (in Russian). DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-3-560-571.
- Poluekhova, I. A. (2016), "The Studies of Audience and Media Consumption in the Digital Environment: Methodological and Practical Problems", *Mediascope*, no. 4, available at: <http://www.mediascope.ru/2199> (accessed 20 August 2021) (in Russian).
- Sharakhina, L. V. and Skvortsova, V. (2019), "Big Data, Smart Data in Effective Communication Strategies Development", in *Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Workshop (ComSDS) (Saint Petersburg, Russia, 10 April 2019)*, Institute of Electrical and Electronics Engineers, pp. 7–10. DOI: 10.1109/COMSDS.2019.8709651.
- Sivirkova, N. V. (2016), "Features of media consumption style in early and late youth", *Bulletin of Chelyabinsk State Pedagogical University*, no. 3, pp. 140–145 (in Russian).
- "Small towns in Russia. List of small towns for 2021" (2021), *Goroda Rossii*, available at: <https://города-россия.рф/reytin-cities.php?name=малые> (accessed 20 August 2021).
- Troyanskaya, S. L. and Petrova, M. A. (2013), "Problems of forming culture and style consumption of media the students in the educational process", *Bulletin of Chelyabinsk State University*, no. 22 (313), pp. 205–209 (in Russian).
- Turow, J. and Couldry, N. (2018), "Media as Data Extraction: Towards a New Map of a Transformed Communications Field", *Journal of Communication*, no. 68 (2), pp. 415–423. DOI: 10.1093/joc/jqx011.
- Zvereva, E. A. and Khvorova, V. A. (2020), "Generations U and Z: features media consumption", *Vestnik NSU. Series: History, Philology*, vol. 19, no. 6, pp. 131–140 (in Russian). DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-131-140.

Рукопись поступила в редакцию / Received: 27.09.2021

Принята к публикации / Accepted: 15.11.2021

Информация об авторах

Новгородцева Анастасия Николаевна
кандидат социологических наук, доцент
Уральский федеральный университет
620083, Россия, Екатеринбург,
пр. Ленина, 51
E-mail: novgorodtseva_anastasia@yahoo.com
Авторский ORCID: 0000-0001-7042-3867

Сивкова Надежда Ивановна
кандидат социологических наук, доцент
Уральский федеральный университет
620083, Россия, Екатеринбург,
пр. Ленина, 51
E-mail: N.I.Sivkova@urfu.ru
Авторский ORCID: 0000-0002-6331-0124

Information about the authors

Novgorodtseva, Anastasia Nikolaevna
Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor
Ural Federal University
51 Lenin St., Yekaterinburg, 620083 Russia
E-mail: novgorodtseva_anastasia@yahoo.com
Author's ORCID: 0000-0001-7042-3867

Sivkova, Nadezhda Ivanovna
Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor
Ural Federal University
51 Lenin St., Yekaterinburg, 620083 Russia
E-mail: N.I.Sivkova@urfu.ru
Author's ORCID: 0000-0002-6331-0124