

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-142-152

Любительская журналистика в периферийной России: потенциал межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти

Анна Сергеевна Сумская

Уральский федеральный университет

Екатеринбург, Россия

anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

Аннотация

Выявляются возможности межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти в периферийной России с учетом потенциала местных медиа. Исследование реализовано с опорой на социокультурный подход, позволивший выявить ресурсные коммуникативные практики трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений. В процессе достижения цели использованы эмпирические методы исследования: количественный и качественный анализ 1 281 медиатекста с помощью сервиса Popsters и метода контент-анализа. Изучение пабликов социальной сети ВКонтакте, ориентированных на местную аудиторию, помогло выявить коммуникативные практики (стратегии, тактики, смыслы-символы), обеспечивающие трансфер коммуникативно-культурной памяти в условиях ограниченных медиапредложений в российской медийно-периферийной территории, и определить любительскую журналистику как основной ресурс трансфера коммуникативно-культурной памяти в данном исследовательском кейсе.

Ключевые слова

любительская журналистика, медийно-периферийные территории, коммуникативно-культурная память, медиакоммуникации, межпоколенческий трансфер, социальные сети

Для цитирования

Сумская А. С. Любительская журналистика в периферийной России: потенциал межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 142–152. DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-142-152

Amateur Journalism in Provincial Russia: The Potential of Intergenerational Transfer of Communicative-Cultural Memory

Anna S. Sumskaya

Ural Federal University

Ekaterinburg, Russian Federation

anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

Abstract

The study reveals the potential of intergenerational transfer of communicative-cultural memory through the engagement of non-professional and semi-professional actors in the Russian province. Utilizing a sociocultural framework, the research identifies resources that facilitate the transfer of communicative and cultural memory across different

© Сумская А. С., 2025

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 142–152

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 142–152

media generations via amateur journalism. To fulfill the study's objectives, a combination of empirical research methods was employed, including quantitative and qualitative analysis of 1281 media texts using the Popsters service, alongside content analysis. The study of the content of VKontakte social network's publics aimed at local audiences helped to identify communicative practices (strategies, tactics, meanings-symbols), to specify the tools that ensure the transfer of communicative-cultural memory in the conditions of limited media infrastructure and, consequently, media offers in the Russian media-peripheral territory.

Keywords

amateur journalism, local media, media-peripheral territories, communicative-cultural memory, media communications, intergenerational transfer, social networks

For citation

Sumskaya A. S. Amateur Journalism in Provincial Russia: The Potential of Intergenerational Transfer of Communicative-Cultural Memory. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 142–152. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-142-152

Интенсивное освоение отечественными пользователями цифровых медиаплатформ, в том числе социальных сетей, привело к увеличению создания контента непрофессиональными или полупрофессиональными акторами [Нигматуллина, 2021]. Их деятельность можно идентифицировать как любительскую журналистику, авторов материалов – как обладающих «промежуточной» профессиональной идентичностью [Dovbysh, 2021, p. 9], а результат – как создание и развитие сетевых сообществ, имеющих внушительный отклик у аудитории. Эта тенденция явно обнаруживается в местных медиа российских периферийных территорий.

Пользователи публичных сообществ на медийно-периферийных российских территориях локализованы на немногочисленных публичных медиаплощадках. Будучи представителями разных медиапоколений, контент-мейкеры создают материалы, отражающие накопленную медиапоколениями память. Данное исследование стремится расширить географию памяти, ее пространственно-территориальное разнообразие в условиях «мемориального бума», связанного с повышенным общественным вниманием к вопросам прошлого во многих странах. Ориентированность работы по тематико-содержательному принципу развивает проблематику памяти в эпоху цифровизации и соответствует мему-нарративу «запечатленная память» [Зубанова и др., 2021, с. 143].

Цель данного исследования – выявление коммуникативных практик как ресурсов для межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти на периферийных российских территориях. Значимым концептом в исследовании является **КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНАЯ ПАМЯТЬ**. Основанием для выработки представлений о коммуникативно-культурной памяти медиапоколений стали труды немецких исследователей культурной памяти Яна и Алейды Ассман, российского культуролога Марии Шуб [Ассман Я., 2004, с. 23; Ассман А., 2014; Шуб, 2018, с. 26]. Исследователи акцентируют внимание на селекции содержания образов прошлого с целью оказания воздействия: формирования определенных ценностей у членов социальной группы. Как правило, функции по отбору и формализации «важного воспоминания» реализуются различными институтами, к которым относятся официальные СМИ. В условиях развитого цифрового общества правом селекции, производства и дистрибуции обладают как институциональные акторы (чаще всего профессиональные журналисты официальных СМИ), так и неинституциональные. Культурное достояние цифровой эпохи постоянно нарабатывается всеми участниками интернет-коммуникации через смешение мемориального и повседневного, кодировку смыслов и их воспоминание в цифровой медиасреде на основании как группового, так и личного прошлого.

Значимыми социальными общностями в цифровом медиасоциуме являются поколения медиакоммуникаторов, идентифицируемые нами как «аналоговое» медиапоколение, «цифровые» медиапоколения (первое, второе и третье) и промежуточное между «аналоговым» и «цифровыми» – медиапоколение «цифрового» пограничья [Сумская, 2024; Sumskaya, Solomeina, 2022]. Типичные представители медиапоколений имеют отличающиеся горизонты коммуникативной памяти и, соответственно, разные «багажи» культурной памяти, несовпадающие ценностные ориентации и привычные медиапрактики [Сумская, 2024, с. 270]. Ме-

диапоколения в отличающихся медиальных формах транслируют поколенчески значимые смыслы и ценности, понятные для их группы, «пробуждают историю» как в соответствии с доминирующей культурной традицией, так и на основе репертуара индивидуальных воспоминаний. Поэтому сегодня в цифровой медиасреде актуализируется именно поколенческая коммуникативно-культурная память. В нашем исследовании под коммуникативно-культурной памятью медиапоколений подразумевается совокупность значимых смыслов, символов культуры и практик медиаиспользования, которые способствуют идентификации личности в своем культурно-историческом сообществе» [Сумская, 2024, с. 256].

Медиапоколения в мегаполисной и провинциальной России отличаются в силу отсроченности распространения цифровых медиатехнологий и сохранности традиционных культурных практик на медийно-периферийных российских территориях. В этой связи уместно привести суждение Г. Болина о том, что медиапоколение определяется не только временной локализацией в историческом процессе, но и «пространственной локализацией, имеющей политические, медиатехнологические и культурные особенности» [Bolin, 2014, p. 80]. Как известно, в российской провинции воспроизводится стратегия «колеи предыдущего развития». Поэтому можно говорить о различающейся медиапамяти не только в обобщенном смысле «аналогового» и «цифровых» медиапоколений, но и «аналогового» медиапоколения в столичной и провинциальной России, медиапамяти «цифровых» медиапоколений на медийно-центральных и медийно-периферийных территориях. Если отнести к российской медийной периферии малые города и поселения с населением меньше 50 000 чел. (за редким исключением), то в совокупности это составит 34,68 % населения России. Немало. При этом важно упомянуть закономерность циркуляции образов прошлого в жизненном пространстве социальных групп, выявленную Я. Ассманом. Он пришел к выводу о том, что по мере уменьшения масштаба социальной группы сильнее проявляются ее отличия от других и отрицаются различия внутри самой общности [Ассман Я., 2004, с. 51]. Другими словами, в контексте данного исследования чем меньше социальная общность и чем больше она территориально отдалена от условного центра (согласно центрo-периферийной модели), тем более эта общность смыслово обособлена от других социальных территориальных групп, тем более в ней устойчивы образы прошлого и тем больше она стремится к единомыслию, поддержанию внутригруппового единства. В этой связи перспективной представляется задача выявления способов трансляции коммуникативно-культурной памяти в медиа, создающих контент для местной аудитории в медийно-периферийной России. Решение ее позволяет выявить эффективные практики межпоколенческого медиавзаимодействия на провинциальных российских территориях.

Институциональные авторы, как правило, превращают нарративы прошлого в функциональную социально-политическую конструкцию, используя стратегию коммуникации «сверху вниз». Однако сегодня доказывается целесообразность анализа, выходящего за рамки взгляда «сверху вниз», и предлагается исследовать все коммуникативные интенции: «сверху вниз» и «снизу вверх» [Heinrich, Weyland, 2016]. Стратегию «снизу вверх» зачастую реализуют акторы любительской журналистики, чаще всего не находящиеся под влиянием институций, устанавливающих повестку. А. Ассман утверждает, что «память обладает живой культурной силой, когда она не декретирована сверху, а располагает низовой поддержкой» [Ассман А., 2014, с. 162]. Особенностью онлайн-диалога в любительской журналистике является ее построение скорее на интуитивном «чувстве аудитории», чем на институциональном понимании своей миссии и задач [Zagidullina et al., 2023].

Исследования показывают, что социальные сети являются местом трансляции коммуникативно-культурной памяти отдельных социальных групп. Сетевые сообщества становятся такими же легитимными, как и официальные источники коллективной памяти [Bartoletti, 2011, p. 86]. Убедительны и доказательства о том, что паблики локальных территорий в социальных сетях отражают коммуникативную память, поскольку в них «“простые люди” воспроизводят в текстах окружающую их социальную, в том числе политическую, реальность»

[Беленко, Мордвинова, 2021, с. 127]. Таким образом, подобные сетевые сообщества потенциально привлекательны для межпоколенческой медиакоммуникации, трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений.

Методы, методика и материал исследования

Исследование реализовано с опорой на социокультурный подход, позволяющий выявить коммуникативные практики трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений (стратегии, тактики и смыслы) в медиатекстах медийно-периферийной российской территории. В процессе достижения цели использована совокупность эмпирических методов исследования: количественный анализ материалов медиа с помощью сервиса Popsters, количественный и качественный анализ медиатекстов методом контент-анализа.

Сбор эмпирической базы реализован методом сплошной выборки. Для исследования выбраны 3 месяца – октябрь, ноябрь и декабрь 2022 г. Это месяцы, следующие за сентябрем 2022 г., когда в стране была объявлена первая (частичная) мобилизация со времен Великой Отечественной войны. Выборка материалов, опубликованных в данный период, вместила всего 1 281 медиатекст.

Методика исследования включила четыре этапа. На первом этапе реализован количественный анализ пабликов с помощью сервиса Popsters с целью выявления активности и степени вовлеченности аудитории. На втором этапе выполнено количественное исследование текстовых массивов городских сообществ во ВКонтакте методом контент-анализа с целью выявления тематических групп, в том числе материалов, отражающих культурное наследие (культурную память). На третьем этапе осуществлено качественное исследование конкретных тематических групп с целью выявления использованных коммуникативных стратегий и тактик в анализируемых сообществах. На четвертом этапе проведен контекстологический анализ медиатекстов тематических групп с целью выявления в сетевых сообществах транслируемых смыслов, отражающих коммуникативно-культурную память медиапоколений.

В исследовательский кейс включены все самые массовые медийные сообщества Нязепетровска¹. Медийное пространство города преимущественно покрывают три площадки, представленные в социальных сетях. Наиболее востребованной у всех горожан является социальная сеть ВКонтакте. Первый паблик по времени появления в сети – «Нязепетровский контур-ТВ»², в котором местная телестудия публикует материалы о городских событиях. Телеканал позиционируется как оперативное СМИ и предлагает аудитории присоединиться, чтобы «первыми узнавать новости города и района» (https://vk.com/kontyr_nzp?w=club20220771). Сообщество телеканала ВКонтакте создано в 2010 г., в настоящее время публикация материалов в этой социальной сети является основным каналом дистрибуции контента. На телестудии работают не более пяти человек, никто из них не имеет профессионального журналистского образования³. Анализ социально-демографических характеристик сотрудников телеканала позволяет предположить, что создатели контента являются представителями медиапоколения «цифрового пограничья» и первого российского «цифрового» медиапоколения. Специфика учреждения обуславливает смещение акцентов деятельности телеканала на информационно-рекреационные и культурно-просветительские материалы в ущерб информационно-аналитическим. По данным сервиса Perrege.ninja, большую часть аудитории

¹ Нязепетровск – это российский моногород на Среднем Урале, в котором в 2022 г. проживало 10 378 чел., в 2023 – 10 198 чел. Распоряжением Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р Нязепетровское городское поселение включено в категорию «Монопрофильные муниципальные образования Российской Федерации (моногорода) с наиболее сложным социально-экономическим положением».

² Телеканал зарегистрирован как СМИ в 2007 г. (ЭЛ № ФС 11-1256), учредителем является отдел культуры администрации Нязепетровского муниципального района.

³ Однако это не означает, что редакция не стремится к соблюдению правил институциональной журналистики, как и означает отсутствие жестких редакционных стандартов, свободу творчества и вариативность в производстве видеоконтента по сравнению с большими официальными региональными телеканалами.

телеканала можно идентифицировать как представителей медиапоколения «цифрового пограничья» и первого «цифрового» медиапоколения. Данный факт доказывает, что производители контента преимущественно привлекают аудиторию таких же медиапоколений, как и они сами. Объемы рекламных постов в паблике позволяет отнести это сообщество к «полупрофессиональным / прибыльным» [Курушкин, 2020, с. 38].

Второе сообщество – паблик ВКонтакте районной газеты «Нязепетровские вести»⁴. Сообщество создано в 2012 г., позиционируется как новостной паблик города и всего района. В редакции работает не более 10 человек, по нашим данным, никто из сотрудников не имеет профессионального журналистского образования⁵. Анализ социально-демографических характеристик основного редакционного состава позволяет предположить, что все они являются представителями медиапоколения «цифрового пограничья». Результаты предшествующих исследований показывают, что печатную версию издания «Нязепетровские вести» читает преимущественно «аналоговое» медиапоколение [Сумская, 2024, с. 296] и медиапоколение «цифрового пограничья» [Там же, с. 342]. Тщательный анализ подписчиков паблика газеты ВКонтакте (на основе доступных метрик социальной сети) позволяет сделать вывод, что преобладающей аудиторией сообщества газеты в сети являются представители «цифрового пограничья» и первого «цифрового» российского медиапоколения. Согласно статистике Perrege.ninja, процент активности аудитории паблика «Нязепетровских вестей» крайне низкий, составляет 4 % (из 100 возможных). Это хоть и косвенно, но доказывает недостаточное соответствие контента интересам пользователей и позволяет подтвердить суждение о том, что материалы паблика газеты, как и ее печатной версии, прежде всего ориентированы на «аналоговое» медиапоколение и востребованы «цифровым пограничьем» на медиапериферийной территории. Незначительное количество рекламных постов в паблике позволяет отнести это сообщество к «профессиональным / неприбыльным» [Курушкин 2020, с. 38].

Третье сообщество – созданный в 2014 г. ВКонтакте паблик «Подслушано. Нязепетровск»⁶, в котором пользователей больше, чем все население города. Согласимся, что данные тенденции – это «следствие трансформации социальной формы соседства» в условиях цифровой среды [Там же]. Паблик «Подслушано. Нязепетровск» ведут два гражданских журналиста, которые в своих материалах, с одной стороны, стремятся выработать собственные редакционные правила, ориентируясь на общие стандарты и процедуры профессиональной журналистской деятельности, с другой – противопоставляют себя официальной журналистике, подчеркивая, таким образом «связь с народом», предпочитают позиционировать себя «респектабельными кураторами, а не деспотичными контролерами» [Dovbysh, 2021, р. 6]. В отрывках источников нет информации, позволяющей предположить наличие профессионального образования или отнесенность создателей контента к тому или иному медиапоколению. По данным предшествующих исследований, подобные паблики на периферийных территориях привлекают прежде всего медиапоколение «цифрового пограничья» [Сумская, 2024, с. 340]. Нынешнее изучение аудитории паблика «Подслушано. Нязепетровск» с помощью Perrege.ninja и метрик ВКонтакте показывает, что значительную ее часть составляют представители медиапоколения «цифрового пограничья» и первого «цифрового» медиапоколения. Большое количество рекламных постов в паблике позволяет отнести это сообщество к «непрофессиональным / прибыльным» [Курушкин, 2020, с. 38].

⁴ Печатное издание выходит с 1996 г., является официальным СМИ (ПИ № ТУ74-01058). Учредители СМИ – администрация района, сотрудники газеты и областное госучреждение «Издательский дом “Губерния”». Ссылка на паблик газеты: https://vk.com/gazeta_nzp/.

⁵ Однако многолетний путь в профессии основного редакционного состава и встроенность в единую областную систему медиапроизводства обеспечивает качественное информирование населения о событиях в Нязепетровском районе, подготовку содержательных журналистских текстов, традиционно стабильную организацию производства и дистрибуцию издания как печатной, так и цифровой ее версии.

⁶ Сообщество позиционируется как общественное пространство безразличных людей, которые любят и ценят Нязепетровский район, имеют свое мнение и не боятся его высказывать. Ссылка на паблик: https://vk.com/overhear_nzp/.

Анализ аудитории пабликов показывает удивительную, но, может быть, вполне естественную ситуацию для периферийной России, поскольку отмечается схожее распределение аудиторных кластеров на всех трех анализируемых медиаплощадках: около 15 % – «аналоговое» медиапоколение (однако заметим, что это поколение медиа из трех анализируемых площадок больше всего подписано на паблик газеты (около 20 %) и меньше всего – на «Подслушано. Нязепетровск» (около 8 %)), представители «цифрового пограничья» и первого «цифрового» медиапоколения являются активными подписчиками всех пабликов – в среднем по 30 % каждое и на каждый паблик; около 17 % – второе «цифровое» медиапоколение (это поколение медиа больше других пабликов подписано на местное телевидение ВКонтакте – около 20 %); около 8 % – третье, наиболее молодое «цифровое» медиапоколение (меньше всего подписано на паблик газеты (4 %) по сравнению с двумя другими анализируемыми сообществами). Представляется, что такое распределение аудитории является результатом ограниченности предложений медиа в периферийной России и отражением той самой «колеи предыдущего развития», поэтому в подобных территориях минимизируется проблема поколенческих несовпадающих медийных сред, ведь все подписаны на все сообщества, связанные в местной тематикой, и лишь некоторые выявленные акценты (например, «аналоговое» медиапоколение больше других подписано на паблик газеты, а самая молодая аудитория пользователей подписана на него меньше всего) позволяют соотнести данные конкретные распределения аудитории с универсальным видением о поколенческом медиаиспользовании российской аудитории.

Все сообщества являются локальными медиа, в большей степени к любительской журналистике могут быть отнесены сообщества нязепетровского телеканала (хоть и с некоторыми оговорками) и сообщество «Подслушано. Нязепетровск».

Результаты исследования

Результаты количественного анализа на первом этапе показывают, что «Подслушано. Нязепетровск» и «Нязепетровский контур-ТВ» имеют большую степень вовлеченности. Средний показатель ER-day (вовлеченность) в течение исследуемого периода в «Подслушано. Нязепетровск» равен 4,6 %; ER-day «Нязепетровский контур-ТВ» – 5,2 %, а ER-day «Нязепетровские Вести» – 2,5 %. В этой ситуации по логике сообщество телеканала и гражданский паблик могут быть перспективной площадкой для межпоколенческого диалога, трансфера коммуникативно-культурной памяти.

Проведенный контент-анализ на втором этапе исследования позволил уточнить объемы материалов, тематически связанных с культурной памятью (культурным наследием, смыслами и символами медиапоколений). Наиболее емко такой контент представлен в пабликах телеканала и газеты – 22,6 и 22,4 % соответственно. В комьюнити «Подслушано. Нязепетровск» таких материалов всего 1,6 %, и все они связаны с участием земляков в специальной военной операции. Остальные анализируемые материалы пабликов воспроизводят коммуникативную память. В этой ситуации трансфер культурной памяти в наибольшей степени целесообразнее в сообществах телеканала и газеты.

Однако проведенный на третьем и четвертом этапах качественный анализ материалов позволил скорректировать видение о трансфере коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, поскольку выявил используемые коммуникативные стратегии и поколенческие темы-символы. Результаты позволили сделать следующие выводы.

1. Официальные СМИ в своей работе преимущественно используют информационные жанры, реализуют вещательную модель традиционных СМИ «сверху вниз». Журналисты газеты предпочитают нейтральный стиль изложения материалов, воспринимают аудиторию как население и транслируют роль своеобразного архивариуса. В работе придерживаются *объясняющей интенциональной стратегии*: журналистам «не всегда удастся изменить ситуацию к лучшему, но по крайней мере они стремятся объяснить людям, почему так происходит»

(<https://np-vesti.ru/about/>). Возможно, поэтому в паблике муниципальной газеты наиболее низкий уровень вовлеченности по сравнению с другими анализируемыми сообществами.

2. Сотрудники телеканала, преимущественно используя тот же принцип информирования, применяют как минимум три востребованных ныне коммуникативные тактики: визуализацию контента, позитивную эмоциональную подачу, трансляцию позиции соучастника процесса, что срабатывает на вовлечение аудитории в современном обществе визуальной культуры и «экономики впечатлений». Стратегию телеканала можно назвать *фиксация ярких событий*.

3. Медиаактивисты сообщества «Подслушано. Нязепетровск» предпочитают использовать ироническую коммуникацию. Медiateксты паблика включают большое количество визуального материала. Их ведущая интенционная стратегия – *борьба за лучшую действительность*. Судя по всему, именно тактики использования эмоционально окрашенной лексики, стилистики комического, визуализации с использованием графики; актуализации проблем, которые не поднимаются официальными СМИ, являются наиболее результативными коммуникативными практиками во взаимодействии с аудиторией. Похоже, что это сообщество действительно создано «общиной, для общины, об общине» [Градюшко и др., 2019, с. 56].

На завершающем этапе работы проведен контекстологический анализ материалов с целью выявления материалов, презентующих коммуникативно-культурную память медиапоколений, транслируемую через символические образы и определенные ценности.

Результаты показали, что сообщество «Нязепетровские вести» транслирует контент и от имени, и для аудитории архетипа «простой советский человек», т. е. представителей «аналогового» медиапоколения. Материалы, воспроизводящие поколенческую коммуникативно-культурную память, описывают прошлые достижения, заслуги человека труда и воина, жителя Нязепетровского района. Пиетет ко всему советскому, признание особенностей края ценностно-значимым для человека и общества, репрезентация успешности традиционного семейного воспитания, в целом *уважение к прошлому, принятие настоящего и надежда на будущее* – духовный инвентарь, предлагаемый изданием жителям Нязепетровска. При этом *человек крупным планом* – земляки вчера, сегодня и завтра – наиболее выигрышная и конкурентно привлекательная тема-символ издания.

Сообщество «Нязепетровский контур-ТВ» в основном презентует мозаичную картину современной яркой жизни жителей города и района. Все признаки развития, успехи земляков, маркеры улучшения жизни или решения существующих проблем, признаки благоустройства города и района в целом, примеры соучастия и помощи в трудных ситуациях являются самыми выигрышными и привлекательными темами телеканала. Можно сказать, что телеканал воспроизводит и одновременно формирует у подрастающего медиапоколения *смыслы не-унывания*, стремится формировать достижительную мотивацию и на примерах показывает, что это возможно, поддерживая таким образом уверенность в правильном выборе тех, кто живет в Нязепетровске и состоялся как специалист, как личность. Безусловно, эти смыслы являются значимой поддержкой и для медиапоколения «цифровое пограничье», и для первого «цифрового» медиапоколения, ведь это самое социально активное население и самая большая аудитория телеканала.

Сообщество «Подслушано. Нязепетровск» преимущественно транслирует контент от имени «рассерженных горожан» (по Н. Зубаревич). Безусловно заинтересованные в развитии территории, авторы паблика акцентируют внимание на проблемных участках в благоустройстве города. В центре их внимания – недостроенное, плохо сделанное, несправедливое по отношению к жителям города. Материалы паблика, с одной стороны, свидетельствуют о воспроизведении только коммуникативной памяти – памяти одного поколения, поскольку преимущественно поднимают самые актуальные проблемы сегодняшнего дня. С другой стороны, публикуемый контент, как и в газете, и на телеканале, отсылает к мемориальным практикам коммуникативно-культурной памяти, чем демонстрирует встроенность в общую повестку и медиаполе Нязепетровска. Патриотическая направленность контента проявляется

и в критических медиатекстах о работе местной администрации, и в некритических материалах об участии нязепетровцев-добровольцев в СВО. Можно сказать, что они хоть и с понятной иронией, но артикулируют призыв к терпению, что является репрезентацией смыслов *терпимости*, одного из непреходящих национальных русских символов.

Анализ контента еще и показывает, что та самая колея, о которой шла речь выше, проявляется на уровне коммуникативно-культурной памяти, т. е. на уровне поколенческих значимых смыслов и символов, воспроизводимых контент-мейкерами. Очевидно, что как создатели контента, так и его пользователи «аналогового» медиапоколения, обладают устойчивым опытом, сложившейся системой ценностей советского периода и соответствующими медиапрактиками нецифрового периода отечественных СМИ. Производители паблика газеты, которые определяются как медиапоколение «цифровое пограничье», и, соответственно, читатели паблика, в силу замедленного проникновения информационных технологий и ценностей человека цифровой эпохи, локализации на постоянной основе на периферийной российской территории, также ценят медиаопыт и смыслы «аналогового» медиапоколения.

Первое «цифровое» медиапоколение, будучи активными медиапользователями местного телевидения ВКонтакте, проявляют в данном случае характеристики переходного медиапоколения – «цифрового пограничья», чем и отличаются от сверстников – пользователей медиа в российских мегаполисах. А вот второе и третье «цифровые» медиапоколения, становление которых прошло в период устойчивого распространения Интернета на всей территории России, а не только на медийно-центральных территориях, являются носителями опыта, ценностей и памяти цифровой эпохи, поэтому хотя их медиаопыт и отличается от сверстников из мегаполисной России, но все-таки не так выражено, как, например, ценностные установки «цифрового пограничья» в медийно-центральных и медийно-периферийных территориях [Сумская, 2024, с. 350]. Соответственно, трансфер коммуникативно-культурной памяти медиапоколений в данном конкретном случае в наибольшей степени осуществляется посредством любительских медиа – телеканала и гражданского паблика «Подслушано» – от группы представителей «аналогового» медиапоколения, «цифрового пограничья», первого «цифрового» медиапоколения (переходного в медиAPERиферии от «аналогового» к «цифровым») к группе второго и третьего «цифровых» медиапоколений. Это составляет основное отличие в трансляции коммуникативно-культурной памяти в местных медиа в конкретном исследуемом кейсе, представляющем медийно-периферийную Россию.

Заключение

Любительская журналистика занимает видное место в локальных сообществах провинциальной России. Это подтверждает вывод о том, что «гиперлокальные практики склонны выступать своеобразной контрсилой в сфере локальных медиа, <...> будучи ближе к местным жителям» [Dovbysh, 2021, р. 8]. Статистический анализ показывает, что медиа, которые относим к любительским, имеют большую степень вовлеченности аудитории. Причиной сниженного внимания аудитории к материалам культурного наследия в паблике газеты является недостаточное количество коммуникативных практик, способных обеспечить межпоколенческие связи в нынешней цифровой реальности. В этой ситуации смыслы и символы коммуникативно-культурной памяти транслируются, но их трансфер, судя по незначительной реакции аудитории на размещенные посты (лайки, комментарии, перепосты), остается затрудненным.

Контекстологический анализ показывает, что ряд смыслов и символов коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, обозначенных в газете, с успехом воспринимается аудиторией телеканала, поскольку применяются эффективные коммуникативные практики во взаимодействии с аудиторией. И телеканал, и «Подслушано. Нязепетровск» использует коммуникативные практики, востребованные пользователями. Кроме схожих информационных технологий смысловым скрепляющим мостом между гражданским пабликом и телека-

налом является принятие и уважение общероссийских инициатив и решений. Интенции борьбы за улучшение качества жизни «своих» против тех, кто «делает свое дело плохо», словно Инь и Ян, объединяют разнополюсные медиа «Подслушано. Нязепетровск» и «Нязепетровский контур-ТВ» в единое поле, отражая разные стороны одной жизни, обобщенного бытования типичных жителей российской провинции. Именно эти медиа, являясь по своим характеристикам любительскими, в наибольшей степени, судя по отклику аудитории, обеспечивают трансфер коммуникативно-культурной памяти от одной группы медиапоколений (более старшей) к другой (младшей), задействуя выявленные коммуникативные практики: стратегии «фиксации ярких событий» и «борьбы за лучшую действительность», тактики визуализации, эмоционально окрашенной лексики, позитивной эмоциональной подачи, позиции соучастника процесса, смыслы неунывания и терпимости.

Список литературы

- Ассман А.** Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / Пер. с нем. Б. Хлебникова. М.: НЛЮ, 2014. 323 с.
- Ассман Я.** Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Пер. с нем. М. М. Сокольской. М.: ЯСК, 2004. 368 с.
- Беленко В. Е., Мордвинова П. А.** Городские и районные паблики как объект медиаисследований // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6. С. 122–130. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-122-130
- Градюшко А. А., Нигматуллина К. Р., Пустовалов А. В.** Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов // Тр. БГТУ. Серия 4: Принт- и медиа-технологии. 2019. № 1 (219). С. 54–61.
- Зубанова Л. Б., Зыховская Н. Л., Шуб М. Л.** Актуальные тренды памяти: проблемное поле журнала *Memory Studies* // Социологические исследования. 2021. № 2. С. 140–145. DOI 10.31857/S013216250010091-3
- Курушкин С. В.** Гиперлокализация в системе российского мегаполиса: к вопросу об определении понятия // Челябинский гуманитарий. 2020. № 4 (53). С. 36–40. DOI 10.24411/1999-5407-2020-10405
- Нигматуллина К. Р.** Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 30–50. DOI 10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051
- Сумская А. С.** Роль журналистики в межпоколенческом трансфере коммуникативно-культурной памяти: Дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2024. 655 с.
- Шуб М. Л.** Образ прошлого как феномен культуры: концептуализация и формы репрезентации в современном социокультурном пространстве: Дис. ... д-ра культурологии. Челябинск, 2018. 491 с.
- Bartoletti R.** Memory and Social Media: New Forms of Remembering and Forgetting // *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle UK, 2011, p. 82–111.
- Bolin G.** Media generations: Objective and subjective media landscapes and nostalgia among generations of media users // *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. 2014. No. 11 (2). P. 108–131.
- Dovbysh O.** New gatekeepers in town: How groups in social networking sites influence information flows in Russia's provinces // *Social Media + Society*. 2021. No. 2 (7). P. 1–11. DOI 10.1177/2056305121101325
- Heinrich H., Weyland V.** Communicative and cultural memory as a micro-meso-macro relation // *International Journal of Media & Cultural Politics*. 2016. No. 12 (1). P. 27–41.

- Sumskaya A., Solomeina V.** Russian media generation of the “digital borderline”: Theoretical reflection and empirical verification // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2022. No. 4. P. 68–93. DOI 10.30547/worldofmedia.4.2022.4
- Zagidullina M., Fedotova N., Antropova V., Fedorov V., Lebedzeva M., Panova E., Patrebin A.** How is journalism defined in university handbooks? A conceptual analysis of students’ literature, examples of Russia and Belarus // *Journalism*. 2023. No. 24 (1). P. 211–232. DOI 10.1177/146488492110055

References

- Assman A.** Dlinnaya ten' proshlogo: Memorial'naya kul'tura i istoricheskaya politika [The Long Shadow of the Past: Memorial Culture and Historical Politics]. Transl. from Germ. by B. Khlebnikov. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 2014, 323 p. (in Russ.)
- Assman J.** Kul'turnaya pamyat': pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti [Cultural Memory: Writing, Remembrance, and Political Imagination in Early Civilizations]. Transl. from Germ. by M. M. Sokolskaya. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2004, 368 p. (in Russ.)
- Bartoletti R.** Memory and Social Media: New Forms of Remembering and Forgetting. In: *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World*. Ed. by B. Pirani. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle UK, 2011, pp. 82–111.
- Belenko V., Mordvinova P.** Gorodskie i raionnye pabliki kak ob"ekt mediaissledovaniy [City and Regional Publics as an Object of Media Research]. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, vol. 20, no. 6, pp. 122–130. (in Russ.). DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-122-130
- Bolin G.** Media Generations: Objective and Subjective Media Landscapes and Nostalgia among Generations of Media Users. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 2014, no. 11 (2), pp. 108–131.
- Dovbysh O.** New Gatekeepers in Town: How Groups in Social Networking Sites Influence Information Flows in Russia’s Provinces. *Social Media + Society*, 2021, vol. 7, no. 2, pp. 1–11. DOI 10.1177/2056305121101325
- Gradyushko A., Nigmatullina K., Pustovalov A.** Soobshchestva “VKontakte” i ikh rol' v medii- nom landshafte: opyt trekh regionov [Communities “VKontakte” and Their Role in the Media Landscape: Experience of Three Regions]. *Trudy BGTU [Proceedings of BSTU]*, 2019, no. 1 (219), pp. 54–61. (in Russ.)
- Heinrich H., Weyland V.** Communicative and Cultural Memory as a Micro-meso-macro Relation. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 2016, no. 12 (1), pp. 27–41.
- Kurushkin S.** Giperlokalizatsiya v sisteme rossiiskogo megapolisa: k voprosu ob opredelenii ponyatiya [Hyperlocalization in the System of the Russian Metropolis: To the Question of Defining the Concept]. *Chelyabinskii gumanitarii [Chelyabinsk Humanitarian]*, 2020, no. 4 (53), pp. 36–40. (in Russ.)
- Nigmatullina K.** Mesto sotsial'nykh setei v razvitii regional'noi zhurnalistiki v Rossii [The Role of Social Networks in the Development of Regional Journalism in Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2021, no. 1, pp. 30–50. (in Russ.) DOI 10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051
- Shub M.** Obraz proshlogo kak fenomen kul'tury: kontseptualizatsiya i formy reprezentatsii v sovremennom sotsiokul'turnom prostranstve [The Image of the Past as a Cultural Phenomenon: Conceptualization and Forms of Representation in the Modern Socio-Cultural Space]. Thesis Dr. Culturology. Chelyabinsk, 2018, 491 p. (in Russ.)
- Sumskaya A. S.** Rol' zhurnalistiki v mezhpokolencheskom transfere kommunikativno-kul'turnoi pamiaty [The Role of Journalism in Intergenerational Transfer of Communicative-Cultural Memory]. Thesis Dr. Philology. Ekaterinburg, 2024, 655 p. (in Russ.)

- Sumskaya A., Solomeina V.** Russian Media Generation of the “Digital Borderline”: Theoretical Reflection and Empirical Verification. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2022, no. 4, pp. 68–93. DOI 10.30547/worldofmedia.4.2022.4
- Zagidullina M., Fedotova N., Antropova V., Fedorov V., Lebedzeva M., Panova E., Patrebin A.** How is Journalism Defined in University Handbooks? A Conceptual Analysis of Students’ Literature, Examples of Russia and Belarus. *Journalism*, 2023, no. 24 (1), pp. 211–232. DOI 10.1177/146488492110055
- Zubanova L., Zykhovskaya N., Shub M.** Aktual'nye trendy pamyati: problemnoe pole zhurnala Memory Studies [Actual Trends of Memory: The Problem Field of “Memory Studies”]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya [Sociological Studies]*, 2021, no. 2, pp. 140–145. (in Russ.) DOI 10.31857/S013216250010091-3

Информация об авторе

Анна Сергеевна Сумская, доктор филологических наук
Scopus Author ID 57222733865
WoS Researcher ID S-3801-2018
RSCI Author ID 290953
SPIN 4239-2876

Information about the Author

Anna S. Sumskaya, Doctor of Sciences (Philology)
Scopus Author ID 57222733865
WoS Researcher ID S-3801-2018
RSCI Author ID 290953
SPIN 4239-2876

*Статья поступила в редакцию 11.02.2024;
одобрена после рецензирования 29.08.2024; принята к публикации 31.08.2024
The article was submitted on 11.02.2024;
approved after reviewing on 29.08.2024; accepted for publication on 31.08.2024*