СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Вартанов Сергей Александрович, кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: sergvart@gmail.com

Свитич Луиза Григорьевна, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник кафедры периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: svitichb@yandex.ru

Смирнова Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Шкондин Михаил Васильевич, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: skond@mail.ru

МЕДИАСИСТЕМА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье представлены результаты исследования медиасистемы современных городов-миллионников в контексте основных демографических, экономических и социокультурных характеристик регионов и внутрисистемных медийных характеристик печатных изданий. Исследование проведено факультетом журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова в 13 городах-миллионниках, проанализирована структура и типология 403 газет. С помощью методов математической статистики и эконометрики (в частности, факторного анализа) удалось определить наиболее значимые инфраструктурные и внутрисистемные факторы, которые наиболее явно влияют на модели, типологию, форматы и содержание изданий.

Ключевые слова: *медиасистема городов-миллионников, факторный анализ, газеты и журналы, типологические характеристики печати.*

Sergei A. Vartanov, PhD in Physics and Mathematics, Senior Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: sergvart@gmail.com

Luiza G. Svitich, Doctor of Philology, Leading Researcher at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: svitichb@yandex.ru

Olga V. Smirnova, PhD in Philology, Head of the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Mikhail V. Shkondin, Doctor of Philology, Leading Researcher at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: skond@mail.ru

MEDIA SYSTEM IN THE CONTEXT OF A REGION'S DEVELOPMENT: AN ECONOMETRIC ANALYSIS

This paper presents the results of a research into the media systems of modern million cities in the context of major demographic, economic and socio-cultural characteristics of regions and endogenous media properties of print publications. The research conducted by the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University in 13 million cities examined the structure and typology of 403 newspapers. Using the methods of mathematical statistics and econometrics (in particular, factor analysis), the authors identified the most significant infrastructural and endogenous factors that clearly influence the models, typology, formats and content of the publications.

Key words: *media system of million cities, factor analysis, newspapers and magazines, typological characteristics of the press.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.330

Общая характеристика исследования

Современные СМИ представляют собой сложный комплексный феномен, который и политически, и социально, и экономически, и антропологически детерминирован внешними факторами (Дунас, 2017). При этом многие исследователи подчеркивают тесную взаимозависимость изменений в различных сферах жизни общества, переплетение множества влияющих на его развитие социальных процессов, в том числе рост социального неравенства, неравномерность глобального и регионального экономического развития, возросшую мультикультурность обществ, мобильность

рынка труда (МакКуэйл, 2014; Вартанова, 2013; 2015; 2018). Современное общество определяют как медиатизированное, продолжается процесс осмысления исследователями фундаментальных вопросов, касающихся взаимоотношений между СМИ, коммуникациями, культурой и обществом (Гуреева, 2017).

Важнейшей задачей при исследовании структуры подобных взаимосвязей, по мнению ряда исследователей, является выявление и систематизация основных драйверов развития медиа и факторов влияния на них (Вартанова, 2018; Вырковский, 2010; Демина, Шкондин, 2016).

В этом контексте представляется крайне актуальным изучение взаимосвязанности системы внешних факторов и характеристик, влияющих на формирование медиасистемы того или иного региона, а также сравнительный анализ корреляций между основными характеристиками регионов и характеристиками медиасистемы.

Целью исследования, в рамках которого был предпринят данный анализ, стало построение структуры медиасистемы 13 российских городов-миллионников (за исключением мультимиллионников – Москвы и Санкт-Петербурга), изучение условий и факторов, влияющих на формирование медиасистемы, ее типологических характеристик и контента, роли различных медиа в формировании медиакартины жизни города в сознании городской аудитории (Свитич, Смирнова, Шкондин 2015; 2016; 2017; 2018; Смирнова, 2013; Шкондин, Замотина,2016; Зацепин, 2016).

Проект «Газетно-журнальная периодика в медиапространстве городов-миллионников России в 2010-х», который представлен в этой статье, осуществлен кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ совместно с Лабораторией по изучению актуальных проблем журналистики в 2016–2017 гг. (руководители исследования О. В. Смирнова, М. В. Шкондин). Он является продолжением исследования газет малых и средних городов России, начатого на факультете журналистики МГУ в 2013 г.[1] (Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин, 2014; 2015; 2017).

Новизна исследования связана с тем, что медиасистема крупных городов впервые изучалась в контексте демографических, экономических и социокультурных особенностей попавших в выборку городов-миллионников: Волгограда, Воронежа, Екатеринбурга, Казани, Красноярска, Нижнего Новгорода, Новосибирска, Омска, Перми, Ростова-на-Дону, Самары, Уфы, Челя-

бинска, а также регионов, административными центрами которых они являются. Поэтому на первом этапе исследования были собраны сведения об основных характеристиках этих регионов и городов.

В соответствии с основной концепцией исследования было высказано предположение о том, что различные характеристики могут иметь как позитивную, так и негативную корреляцию с развитостью медиасистемы города и региона и с ее базовыми характеристиками[2]. Для фиксации этих показателей были составлены специальные карты-кодификаторы, включающие различные характеристики региона и города, в том числе:

– основные данные (площадь, особенности географического положения, историко-культурные и другие особенности);

– характеристика населения (численность, структура и динамика населения, национальный и конфессиональный состав);

– экономические показатели (производственная инфраструктура, экономическое состояние, степень занятости, уровень зарплаты, экологические показатели и т. п.), транспортная инфраструктура;

– образование (уровень образования населения, вузы, школы, количество учащихся и студентов);

– культура (наличие и количество музеев, театров, филармоний, киностудий, научно-исследовательских центров и учреждений, творческих вузов, Союзов писателей, художников, других учреждений культуры и т. п.).

На втором этапе исследования особое внимание было уделено печатной прессе, изучению ее типологических характеристик и социально-экономическим особенностям городов-миллионников и регионов, столицами которых они являются. Изучены и представлены соотносительные характеристики 403 печатных изданий, 179 газет и 214 журналов. В выборку были включены реально выходящие издания, за исключением корпоративных (Свитич, Смирнова, Шкондин, 2017). Они изучались при помощи специального паспорта издания – кодификатора, который включал такие признаки, как время создания и место издания, локальность, территория распространения, тип и характер издания, язык, периодичность, формат, объем, тираж, цветность, платность, форма собственности, преимущественная тематическая направленность, характер превалирующих функций, тип аудитории, характер присутствия в Интернете, в том числе в социальных сетях.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью проанализировать состояние современной системы газетно-журнальной периодики городов, население которых свыше миллиона (кроме Москвы и Санкт-Петербурга). На данный момент население этих городов в совокупности уже превышает 30 млн человек и продолжает расти высокими темпами. Статус города-миллионника дает возможность участия в большем числе федеральных программ и проектов, а также увеличивает инвестиционную привлекательность города, что в целом создает наиболее благоприятный климат и для развития медийного пространства. Российские и зарубежные ученые успешно разрабатывают проблематику медиаполисов (Корконосенко, 2012; Маккуайр, 2014; Пашаева, 2016). Для обоснования важности изучения прессы мегаполисов необходимо напомнить, что они играют огромную роль в развитии страны, поскольку в них сосредоточены основные экономические, научные, технологические, интеллектуальные, образовательные и культурные ресурсы. В миллионниках расположены научные центры, вузы, ведущие учреждения культуры (творческие союзы, театры, музеи, архивы, библиотеки и пр.), здравоохранения, торговли, развита транспортная инфраструктура. Такие города являются флагманами с точки зрения технологических прорывов в науке и производстве, в них расположены крупные промышленные объекты, здесь зарождаются и реализуются инновационные проекты в разных сферах жизни.

Система внешних факторов и характеристик, способных влиять на формирование медиасистемы региона, представляется весьма разветвленной и широко обсуждается учеными (Битюкова, 2010; Голошвейкин, Мотовилов, 2012; Сабирова, 2012). Однако, в сущности, нет исследований, посвященных соотнесенности специфики городов-миллионников с особенностями их медиасистемы, выявлению степени влияния инфраструктурных факторов на систему печати. Именно поэтому предпринятое нами исследование является новаторским и актуальным.

В нашей статье «Газеты и журналы в медиасистеме городов-миллионников: социологическое исследование», ранее опубликованной в данном издании (Свитич, Смирнова, Шкондин, 2017), мы подробно описали методологические предпосылки исследования, его основные понятия, в том числе понятие медиасистемы, основные факторы ее формирования, на которых основывается и данная статья. Кроме того, весьма существенным методологиче-

ским основанием для данной статьи является представленная в предыдущей публикации медиаструктура городов-миллионников, а также базовая модель такой медиаструктуры для среднестатистического города-миллионника, анализ специфики газет и журналов в соотнесенности с разными характеристиками, изучаемыми в рамках проекта: периодичностью, форматом, тематической направленностью, функциональной предназначенностью, онлайн-стратегиями, платностью и другими.

В данной статье мы приводим результаты факторного и корреляционного анализа базовых характеристик печатных изданий, выделяя наиболее значимые связи между различными признаками, которые выявились в ходе математической обработки информации с помощью программы *SPSS*.

Математические методы и анализ медиаструктуры

Для исследования собранных данных использованы методы корреляционного и факторного анализа. Применимость их обуславливается характером собранных данных. Социально-демографические и экономические характеристики регионов и региональных центров, где издаются исследуемые в настоящей работе издания, представляют собой числовые данные с непрерывной шкалой измерения. В свою очередь, характеристики изданий представлены переменными в номинативной шкале (шкала, классифицирующая по названию, значение не измеряется количественно и только позволяет отличить одно от другого), однако после несложных эквивалентных преобразований каждая их них может быть приведена либо к переменной с ранговой шкалой, либо к совокупности бинарных переменных (принимающих только два значения: например, да/нет или 0/1).

Для собранной совокупности данных мы применяли *корреляционный анализ,* то есть рассчитывали попарные корреляции всех переменных (Пирсона, Спирмена или Кендалла в зависимости от типа, а также тетрахорический коэффициент сопряженности для бинарных признаков)[3].

Следующим – после построения и анализа таблицы попарных корреляций – шагом в исследовании данных о сегодняшней системе газетно-журнальной периодики городов-миллионников стал *факторный анализ.* Главная цель факторного анализа состоит в уменьшении размерности исходных данных (то есть переход

к меньшему количеству признаков) при минимальных потерях содержательной информации. В результате такого анализа происходит существенное сокращение множества исходных переменных до множества новых переменных – факторов. Каждый полученный при этом фактор интерпретируется как причина совместной вариации нескольких исходных переменных. Другой задачей проводимого анализа является исследование структуры взаимосвязей социально-экономических показателей регионов и особенностей выходящих в этих регионах изданий. В этом случае изучаемые показатели могут быть разбиты на группы, каждая из которых определяется фактором, с котором эти переменные имеют самую сильную взаимосвязь. В качестве меры взаимосвязи, во многом аналогичной коэффициенту корреляции, выступает факторная нагрузка, показывающая степень взаимосвязи соответствующих переменных и факторов: чем больше по модулю величина факторной нагрузки, тем сильнее связь переменной с этим фактором и тем больше данная переменная обусловлена его воздействием.

Метод факторного анализа в своей классической постановке применим лишь к количественным признакам. Тем не менее существует ряд работ (Bartholomew, 2008; Уткин, Гайдышев, Кобазева, 2001), доказывающих, что включение в анализ порядковых или бинарных данных допустимо. При этом для порядковых переменных необходимо перейти от их значений к рангам. Бинарные переменные также могут быть включены в рассмотрение при факторном анализе, однако в этом случае необходимо на каждом шаге вместо «обычной» выборочной дисперсии рассматривать тетрахорический коэффициент сопряженности. Более того, порядковые и бинарные данные при условии действительно факторной структуры, при высоких значениях общностей и факторных нагрузок переменных могут использоваться для вычисления оценок факторов (Иберла, 1980). Эти результаты дают нам право применять характерные для факторного анализа методы для анализа наших данных.

Количественное соотношение признаков и элементов выборки (числа наблюдений) зависит от целей исследования. Как правило, предполагается, что размер выборки должен быть не менее чем в два раза больше числа переменных. В нашем случае это требование выполняется: после преобразования исходных эмпирических данных к виду, пригодному для факторного анализа,

исследуемая выборка состоит из 403 элементов, обладающих 66 признаками.

Процедура факторного анализа начинается с вращения – перераспределения дисперсии по факторам. Как правило, используется ортогональное вращение – многошаговый способ, при котором на каждом шаге последующий фактор определяется так, чтобы максимизировать вариацию, оставшуюся от предыдущих факторов. При таком способе вращения факторы оказываются независимыми друг от друга и некоррелированными. В настоящем исследовании применяется ортогональный варимакс-метод, который максимизирует разброс квадратов нагрузок для каждого фактора, что приводит к увеличению больших и уменьшению малых значений факторных нагрузок.

После того как произведено вращение, были выделены и интерпретированы главные факторы, т. е. те, которые объясняют наибольшую долю дисперсии. При анализе эмпирических данных по структуре системы газетно-журнальной периодики городов-миллионников применялся критерий Кайзера (критерий собственных чисел): были отобраны только факторы с собственными значениями равными или большими 1, т. е. выделяющие дисперсию, эквивалентную, по крайней мере, дисперсии одной переменной.

Отобранные факторы получают интерпретацию по входящим в них переменным. Каждый фактор идентифицируется по тем переменным, с которыми он в наибольшей степени связан, то есть по переменным, имеющим по этому фактору наибольшие нагрузки. Интерпретации и обсуждению выделенных факторов в настоящей работе посвящен специальный раздел.

Основные результаты факторного анализа

Как уже говорилось, перед проведением корреляционного и факторного анализа исходные эмпирические данные были преобразованы, приведены к такому виду, чтобы эти методы были применимы. Так, преобразованию подверглись признаки, связанные с характеристиками изданий: локальность, территория распространения, формат, цвет, платность, функции, тематика, полнота представления в Интернете и социальных сетях и т. д. Каждый признак мог принимать несколько значений (например, издание представлено в нескольких социальных сетях одновременно).

Такие признаки после преобразования заменяются на несколько бинарных переменных, каждая из которых соответствует одному возможному значению признака и равна 0, если этого значения у издания нет, и 1, если оно есть. В результате факторного анализа были определены 22 главных фактора, выделение которых производилось по критерию собственных значений (критерий Кайзера). Выделенные факторы объясняют почти 80% всей наблюдаемой дисперсии.

Из них для рассмотрения представляют наибольший интерес те факторы, которые включают в себя как медийные переменные, так и переменные, соответствующие инфраструктурным и социоэкономическим характеристикам регионов издания (т. е. эти переменные имеют по данным факторам наибольшие нагрузки). Таких переменных оказалось четыре (табл. 1).

Таблица 1

Четыре «смешанных» медийно-инфраструктурных фактора: характеристики и структура связи с исходными признаками

Номер фактора	**1**		**2**		**3**		**4**	
Процент объясненной дисперсии	10,5		8,6		4,8		2,4	
Связь с исходными признаками	**Признак**	**Факторная нагрузка**	**Признак**	**Факторная нагрузка**	**Признак**	**Факторная нагрузка**	**Признак**	**Факторная нагрузка**
	Форма собственности: частная	,500	Является краевым изданием	,475	Есть полноценная интернет-версия	,811	Город	,526
	Количество городов в регионе	,742	Площадь региона ($км^2$)	,675	Нет версий для других платформ	,667	Форма собственности: акционерное общество	,705

Окончание таблицы 1

	Общая численность населения региона (чел.)	,953	Средний возраст по региону	,809	Средний возраст в центре	,592	Доля мужчин в столице региона	,491
	Прирост населения региона	,869	Соотношение рождаемости и смертности	,776				
	Смертность в регионе	,952	Рождаемость в столице региона	,869				
	Кол-во вузов в регионе	,929	Смертность в столице региона	,730				
			Миграционный прирост в столице региона (чел.)	,618				
			Уровень заработной платы в столице региона	,586				

Первый фактор (процент дисперсии 10,5%) связан с демографией и уровнем образования, наибольшие нагрузки по нему имеют признаки, связанные с количеством городов в регионе (показатель факторной нагрузки – 0,742), численностью (факторная нагрузка – 0,953), приростом населения (факторная нагрузка – 0,869), смертностью (факторная нагрузка – 0,952), количеством вузов (факторная нагрузка – 0,929), а также средним уровень заработной платы в столице региона (0,585). Обсудим чуть подробнее структуру статистической взаимосвязи признаков, входящих в данный фактор, между собой и с некоторыми другими признаками.

Говоря о данном факторе, необходимо отметить наличие несильной отрицательной связи между количеством городов в субъекте федерации и количеством областных изданий (коэффициент корреляции – -0,495; $p<0,05$). То есть чем меньше городов в регионе, тем больше областных изданий, в этом случае областные издания имеют приоритет перед местными как единый крупный центр информации

для населения региона. В случае наличия других крупных городов в области, они часть информационных функций берут на себя.

Из группы медийных показателей в данный фактор вошел признак частной формы собственности издания, причем с положительным знаком (показатель факторной нагрузки – 0,5). Данный признак демонстрирует наибольший уровень корреляции с количеством вузов (коэффициент корреляции – 0,499; $p<0,05$). Данная зависимость, а также общая структура рассматриваемого фактора позволяют сформулировать следующее: чем более густонаселен, урбанизирован и развит регион, тем выше в нем доля частных изданий.

Во *второй фактор (процент дисперсии 8,1%)* вошли следующие переменные: из группы региональных показателей – площадь региона (факторная нагрузка 0,675), средний возраст населения (-0,809), соотношение рождаемости и смертности по региону в целом (0,776) и в его столице (рождаемость 0,869; смертность -0,73), миграционный прирост в столице (0,618), а также средний уровень заработной платы в центре региона (-0,586)[4]; из группы медийных показателей – локальность издания на уровне региона (0,475).

Структура данного фактора свидетельствует о значительной взаимосвязи обеспеченности населения в центре субъекта федерации и разницы в уровне его развития по сравнению с остальным регионом, а также с долей изданий регионального уровня в общем количестве изданий региона.

Третий фактор (процент дисперсии 4,8%) включает в себя средний возраст жителей столицы субъекта федерации (факторная нагрузка 0,592), а из группы медийных переменных – признаки наличия у издания полноценной интернет-версии (со знаком «минус»: факторная нагрузка -0,811) и отсутствия версий для других платформ (факторная нагрузка 0,667). Структура данного фактора также имеет достаточно очевидную интерпретацию: чем выше возраст потенциальной аудитории издания, тем с меньшей вероятностью оно будет заинтересовано в развитии своего представительства в новых медиа.

Примечательно также попадание в один фактор среднего возраста населения и типа аудитории (специализированная/массовая). Это связано с закономерностью: чем выше средний возраст населения, тем менее специализированная аудитория печати в городах-миллионниках, то есть более молодые скорее читают специализированные издания, чем массовые.

Четвертый фактор (имеющий наименьший среди смешанных медийно-инфраструктурных факторов процент дисперсии 2,4%), сочета-

ющий в себе как инфраструктурные, так и медийные переменные, имеет следующую структуру. В него с положительными знаками входят доля мужчин в городе-миллионнике (факторная нагрузка 0,491) и признак формы собственности в виде акционерного общества (факторная нагрузка 0,705). Этот фактор можно, очевидно, считать признаком того, что мужская аудитория больше расположена к изданиям с такой формой собственности. Кроме того, показатели доли мужского населения и доли развлекательной прессы в изданиях региона традиционно *разнонаправлены*: чем бóльший процент мужчин среди населения, тем меньше в городе развлекательной прессы и наоборот. Основная аудитория развлекательной прессы, как известно по многим социологическим исследованиям, женщины. Этим может быть объяснена и отрицательная связь между долей мужского населения и количеством частной прессы, то есть чем больше мужчин, тем меньше в миллионниках частной прессы и наоборот.

Однако взаимосвязанности, выявленные в ходе анализа данного фактора, требуют дальнейших детальных исследований, которые мы предполагаем провести впоследствии.

Рассмотрим более детально самые значимые внутримедийные корреляции в связи с целями нашего исследования.

Внутрисистемные взаимосвязи характеристик изданий

Взаимосвязь специфики города и региона с другими параметрами. Как констатировалось выше, каждый регион и город имеют собственные неповторимые черты и особенности. Именно поэтому самым значимым фактором, который влияет на медиасистему и ее отдельные характеристики, является именно своеобразие регионов и городов-миллионников. Рассмотрим, каким образом это сказывается на признаках печатных изданий, которые являются объектом нашего исследования.

Соотнесение городов с *функциональной предназначенностью* печатных изданий выявило значительное расхождение показателей. Если средняя доля информационных изданий в общем количестве изданий региона – 35%, то в Перми он составил 54%, в Воронеже 48%, а в Омске и Волгограде около 40%.

Но в некоторых городах превалируют информационно-аналитические издания: например, этот показатель выше среднего (27,8%) в Челябинске (40% информационно-аналитических и 4% аналитических изданий), в Самаре (34% и 8% соответственно) и Екатеринбурге (30% и 2%).

На просветительском поле активнее других городов выглядит печать Уфы, которая с 30% таких изданий в три раза превышает средний показатель (10%). Почти в два раза выше процент по этому признаку в Ростове-на-Дону и в Казани.

Близки к функции просветительских, образовательных изданий и научные, где лидируют Омск, Новосибирск, Екатеринбург и Пермь. А научно-популярных изданий в процентном отношении больше всего в Уфе.

По прикладным изданиям лидируют Екатеринбург и Казань, где их в 5–6 раз больше среднего процента (3%).

И наконец, рекламные издания (их в среднем 16%) в процентном отношении шире представлены в Красноярске (36%) и Воронеже (30%).

Эти функциональные акценты связаны со многими инфраструктурными факторами, о которых речь шла выше, например с развитостью промышленности, уровнем заработной платы, количеством учебных и научных заведений, культурной инфраструктурой, национальными особенностями т. п. Однако выявленные тенденции требуют дополнительных исследований.

Еще больше расхождений зафиксировано в разных городах по характеру изданий – универсальное или специальное. Хотя в целом по нашей выборке их соотношение 26% на 74%, в Новосибирске и Самаре универсальные издания даже превалируют над специальными, а в Челябинске соотношение примерно 50/50. Но в других городах процент специализированных изданий значительно выше, особенно это касается Воронежа, Казани, Перми, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода и Омска.

Что касается *локальности изданий,* то здесь никаких неожиданностей: доминируют издания субъектов федерации (республиканские, краевые или областные), которые в совокупности составляют более 70%. Но соотношение городских изданий разное в разных городах. В среднем по массиву 19%, но в некоторых городах, например в Нижнем Новгороде и Казани, их оказалось больше, чем областных и республиканских. А федеральных изданий в процентном отношении по сравнению с другими городами оказалось больше в Воронеже, Екатеринбурге и Казани.

Таким образом, обнаружилось, что особенности развития и состояния региона, города и тип субъекта федерации, внешние и внутренние факторы существенно влияют на печатную медиасистему, и можно сказать, что она существенно отличается по многим показателям в разных городах-миллионниках.

Взаимосвязь характера издания с другими параметрами. Совсем другие особенности наблюдаются при сравнении характера издания (по критерию универсальное/специальное) с другими признаками, изучаемыми в нашем проекте.

По многим признакам разница между универсальными и специализированными изданиями хотя и существует, но не так велика. Это можно проследить по перекрестной таблице характера издания с функциональным предназначением газет и журналов, попавших в нашу выборку (табл. 2).

Таблица 2

Функциональная предназначенность изданий/тип издания
(в % к числу изданий)

Функциональная предназначенность	Универсальное	Специализированное	Среднее
Информационное	28	30	35
Информационно-аналитическое	31	27	28
Аналитическое	0.7	2	2
Просветительское, образовательное	10	10	10
Развлекательное	10	5	6
Научное	0	12	9
Научно-популярное	2	3	3
Рекламное	39	25	29
Прикладное	0	5	3
Другое	0	0,9	0,2

Как видим, и в том, и в другом случае примерно одинаковое соотношение информационных, информационно-аналитических и просветительных изданий (разница в 1–4%). Однако весьма велика разница в соотношении научных и прикладных изданий, которые, естественно, относятся, прежде всего, к специализированным. Также заметно, что универсальные издания чаще соотносятся с развлекательными и среди них больший процент рекламных изданий, чем в специализированных.

Но *по тематике* специализированные издания (поскольку это их базовый признак) сильно отличаются от универсальных. В по-

ловине случаев зафиксированы самые разнообразные тематические направления специализированных изданий, которые находились вне списка основной тематики универсальных газет и журналов.

Анализ показал также, что чем выше по уровню локальность (федеральное, республиканское, краевое), тем больше в процентном отношении специализированных изданий: в совокупности на этих уровнях 11% универсальных и 38% специализированных. На областном уровне, наоборот, больше универсальных, чем специализированных, изданий (65 и 41% соответственно). Та же тенденция и на городском уровне: 37% универсальных и 24% специализированных. Таким образом, можно говорить о том, что на областном и городском уровнях основную повестку дня формируют универсальные издания, которые пишут о местных новостях и проблемах. Издания федерального, республиканского и краевого уровня дают более дифференцированную информацию.

С признаком тематики издания тесно связана *периодичность* изданий, поскольку специализированными в основном являются издания журнального типа. Приведем перекрестную таблицу характера изданий с периодичностью (табл. 3).

Таблица 3

Периодичность/тип издания *(в % к числу изданий)*

Периодичность	**Универсальное**	**Специализированное**	**Среднее**
Ежедневная 5-7 раз в неделю	6	0,2	2
3-4 раза в неделю	3	1	2
2 раза в неделю	10	2	3
1 раз в неделю	41	19	23
2 раза в месяц	4	7	6
1 раз в месяц	26	36	32
1 раз в 2 месяца	2	8	6
1 раз в квартал	6	19	15
Неопределенная периодичность	0,7	2	2
Другая периодичность	0	0,7	0,5

Естественно, что универсальные издания – это обычно газеты, которые имеют более частую периодичность, чем специализированные журналы. Чаще чем раз в неделю выходит 18% изданий универсального характера и только 3% специализированных. Еженедельников тоже почти в два раза больше среди универсальных по характеру изданий (41% и 19% соответственно), потому что сейчас это базовая модель периодичности.

Вслед за этими характеристиками следуют различия в *формате*. Универсальные издания выходят в типичных для газет форматах А3 –57% и А2 – 6%. А специализированные издания, в основном журналы, в 48% случаев выходят форматом А4.

Относительно *онлайн-стратегий* получены такие результаты (табл. 4).

Таблица 4

Онлайн-стратегии/тип издания
(в % к числу изданий)

Онлайн-стратегии	Универсальное	Специализированное	Среднее
Самостоятельный контент + PDF печатного номера + архив номеров	28	28	28
PDF печатного номера + архив номеров	34	33	33
Есть полноценная интернет-версия	36	19	20
Вывешиваются отдельные публикации на сайте редакции	4	6	6
Вывешиваются отдельные публикации на сайте учредителя	4	3	3
Другое	10	6	7
Не выявлено присутствие в Интернете	3	4	4

По 28% изданий имеют и в том и в другом кластере самостоятельный контент + *PDF* печатного номера+архив номеров. *PDF* печатного номера + архив номеров встречается в 33–34% случаев (Свитич, Смирнова 2016).

Но довольно существенная разница в показателях связана с тем, что универсальные издания в два раза чаще имеют полноценную интернет-версию, чем специализированные (36% и 19 %).

Здесь кстати будет сказать о структуре присутствия изданий в социальных сетях. Если у издания есть установка на присутствие в соцсетях, то оно, скорее всего, представлено во всех, то есть если оно есть в Фейсбуке, то будет присутствовать и в Твиттере и ВКонтакте. При этом наличие у издания аккаунта в Инстаграм имеет отрицательную корреляцию с остальными соцсетями, особенно с Фейсбуком (коэффициент корреляции -0,6) и ВКонтакте (коэффициент корреляции -0,7), то есть если издание представлено в других соцсетях, его присутствие в Инстаграме минимально или отсутствует и наоборот.

Наконец, универсальные издания несколько чаще распространяются *бесплатно,* чем специализированные (43% и 36% соответственно), что связано с рекламным характером таких изданий в регионах. Что же касается соотнесенности признака платности с локальностью, то, за исключением республиканских изданий, где платных изданий в два раза больше, чем бесплатных, разницы по уровню локальности не просматривается.

Взаимосвязь времени создания изданий с другими характеристиками. Новым в исследовании является изучение корреляционной зависимости времени создания газеты или журнала с другими его характеристиками. Это связано, прежде всего, с тем, что печать советского времени и постперестроечная печать – это два разных типа прессы. Первая создавалась в парадигме идеологической, воспитательной качественной прессы (хотя это понятие не использовалось в том время как термин). Постсоветская пресса развивается в парадигме коммерческой, со всеми вытекающими последствиями: развлекательность, желтизна, нестрогость в проверке фактов, версионность, а в последние годы (с доминированием Интернета) неизбежная вторичность информации, рерайтинговость, клонированность, все большая виртуализация не только в средствах получения информации и способах общения, но и в содержании, степени объективности информации, что приводит к искажениям реальности в СМИ, информационной фантомности.

Впрочем, в регионах, к счастью, эти процессы не так ярко выражены и там по-прежнему есть журналистика в точном значении этого слова, когда журналист является очевидцем происшествия

или беседует с участниками событий и старается объективно отразить жизнь.

Следует добавить, что в крупных городах базовой, основной обычно бывает газета с многолетней историей существования, с традициями, с профессиональными кадрами, хотя и эти газеты переформатировались в связи с изменившейся политической и медиаситуацией. Однако концептуальные установки таких газет на объективную журналистику и общественное служение прессы продолжают быть основополагающими, тем более что в состав учредителей этих изданий, как правило, входят государственные органы.

Очень показательны в этой связи результаты соотнесения года создания и *функциональной предназначенности* изданий (табл. 5).

Таблица 5

Функциональная предназначенность изданий/время создания изданий
(в % к числу изданий)

Функциональная предназначенность	**Время создания изданий**	
	До 1991	**После 1991**
Информационная	48	33
Информационно-аналитическая	34	27
Аналитическая	0	2
Просветительская	13	10
Развлекательная	13	5
Научная	3	9
Научно-популярная	5	2
Рекламная	5	31
Прикладная	3	3

Среди старых изданий больше информационных, информационно-аналитических, просветительских и развлекательных, то есть воспроизводится оптимальная функциональная модель. А среди созданных после 1991 г. доминируют рекламные издания (31% и 5% соответственно), которых до начала перестройки практически не было.

Заметны изменения ориентированности на разные *типы аудитории* в зависимости от времени создания газет и журналов (табл. 6).

Таблица 6

Ориентированность на аудиторию/время создания изданий
(в % к числу изданий)

Ориентированность на аудиторию	Время создания изданий	
	До 1985	После 1985
Газеты		
Специализированная	20	27
Массовая	80	73
Журналы		
Специализированная	17	27
Массовая	83	73

Советская пресса работала в основном на массового читателя, хотя слово *массовый* означало *ориентированный на широкую по охвату и разнохарактерную аудиторию*. Отголоски этого весьма заметны при корреляции времени издания и типа аудитории.

Более отчетливо тенденция к дифференцированности проявляется на примере журналов: среди постперестроечных изданий на 10% больше ориентированных на специализированную аудиторию, чем среди изданий-ветеранов (27% и 17% соответственно).

Таким образом, со временем все более заметно проявляется дифференциация изданий даже на региональном уровне, хотя основная масса печатных СМИ городов-миллионников по-прежнему ориентируется на массовую, а не на нишевую аудиторию (73% и 27% соответственно).

Довольно важный объективный показатель – *объем страниц* – тоже соотносится со временем существования издания, но показывает разнонаправленные тенденции по газетам и журналам (табл. 7).

Таблица 7

Объем/время создания изданий
(среднее количество страниц)

Объем (среднее количество страниц)	**Время создания изданий**	
	До 1991	**После 1991**
Газеты	19 страниц	27 страниц
Журналы	134 страницы	95 страниц

Если у газет количество страниц увеличилось (чаще всего за счет рекламных полос и официальных публикаций) и они стали меньше по формату, то, наоборот, количество страниц журналов уменьшилось в среднем в полтора раза, и на региональном рынке больше тонких журналов в основном рекламного и прикладного характера.

Весьма заметная разница между старыми и относительно новыми изданиями по *тиражам* (табл. 8).

Таблица 8

Тираж/время создания изданий

Тираж	**Время создания изданий**	
	До 1986	**После 1986**
Средний тираж	8 200	27 200
	До 1991	**После 1991**
Средний тираж	13 400	27 300

В среднем тиражи изданий, созданных в последние десятилетия, выше, чем газет и журналов с давней историей. Это связано, прежде всего, с коммерческим направлением современной прессы, ее способностью следовать приемам инфотейнмента. Важное значение имеет и то обстоятельство, что именно в последние десятилетия возникли частные коммерческие издания, которых совсем не было в советское время. Здесь кстати будет сказать, что наше исследование показало очевидную корреляцию частных изданий – с развлекательным контентом, а государственных – с серьезной социальной, экономической информацией.

Заключение

Впервые изучены инфраструктурные – демографические, экономические, социокультурные – особенности городов-миллионников в соотнесенности с характеристиками медиасистем. Выяснилось, что города-миллионники, с разной историей, системой инфраструктурных факторов, имеют сильно различающиеся по количеству, типологии, локальности, онлайн-технологиям и другим характеристикам системы СМИ.

В результате факторного анализа медийных и инфраструктурных, социоэкономических характеристик городов-миллимонников (и регионов, центрами которых они являются) выявлены 4 основных фактора. Первый фактор показывает, что демографические и образовательные характеристики сильно влияют на медиасистемы городов. Количество населения в регионе имеет очевидную связь с количеством изданий, то есть с увеличением населения растет и число изданий, особенно областных и краевых. Замечена отрицательная связь между количеством городов в субъекте федерации и количеством областных изданий, то есть чем меньше городов в регионе, тем больше областных изданий, значит, областные издания берут на себя роль медиалидеров в регионе. Выяснилось, что чем более густонаселен и урбанизирован регион, тем выше в нем доля частных изданий. Второй фактор обнаружил взаимосвязь уровня жизни населения и степени развития центра субъекта федерации с республиканской локальностью изданий. Третий фактор связан с зависимостью возраста жителей городов-миллионников и наличия у издания полноценной интернет-версии: чем выше возраст потенциальной аудитории издания, тем с меньшей вероятностью оно будет заинтересовано в развитии своего представительства в новых медиа и наоборот. Кроме того, чем выше средний возраст населения, тем менее специализированная аудитория печати в городах-миллионниках. Четвертый фактор показывает отрицательную связь между долей мужского населения в городах и количеством частной прессы, а также количеством изданий с развлекательным контентом.

Анализ взаимосвязи различных внутрисистемных медиахарактеристик выявил специфические взаимозависимости различных признаков. Самыми значимыми дифференцирующими факторами оказались тип издания (газета, журнал) [см.: Свитич, Смирнова, Шкондин, 2017], характер издания (универсальное или специализированное), локальность, периодичность, функциональная

предназначенность и тесно связанная с нею тематика, а также присутствие издания в Интернете.

Примечательно, что время создания газеты или журнала довольно существенно влияет на прочие характеристики, как бы сохраняющие концептуальные особенности либо традиционных изданий, с аналитическим и серьезным контентом, либо постперестроечной прессы, построенной на коммерческой парадигме.

Это первое исследование, которое комплексно изучает внесистемные и внутрисистемные, медийные факторы и корреляции различных характеристик печати городов-миллионников. Методика инновационная и потому нуждается в углублении и совершенствовании – как в содержательном, так и в методическом отношении.

Примечания

[1] В ходе первого этапа исследовании опрошены 153 редактора и журналиста 66 газет средних и малых городов 26 субъектов всех 8 субъектов РФ. Получены и проанализированы позиции и ориентации сотрудников газет по широкому кругу вопросов, связанных с состоянием и перспективами развития местной прессы: функции, содержание, жанровая структура; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией, учредителем и владельцем; статус и экономическое положение изданий; кадровая ситуация; проблемы и пути развития местной прессы. См.: *Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В.* Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). М.: Фак. журн. МГУ, 2015; они же: Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 5, 6).

[2] Основные источники для сбора сведений по инфраструктуре городов-миллионников. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656; Сайты правительства городов и регионов: Волгоград. Режим доступа: http://www.volgadmin.ru/ru/; Воронеж. Режим доступа: voronezh-city.ru pgu.govvrn.ru; Екатеринбург. Режим доступа: ekburg.ru екатеринбург.рф; Казань. Режим доступа: http://www.kzn.ru/ http://prav.tatarstan.ru; Красноярск. Режим доступа: admkrsk.ru; Нижний Новгород. Режим доступа: нижнийновгород.рф; Новосибирск. Режим доступа: novo-sibirsk.ru; Омск. Режим доступа: admOmsk.ru омск.рф; Пермь. Режим доступа: gorodperm.ru; Ростов-на-Дону. Режим доступа: rostov-gorod.ru; Самара. Режим доступа: city.samara.ru; Уфа ufacity.info; Челябинск. Режим доступа: cheladmin.ru

[3] Таблица сопряженности для двух бинарных признаков состоит из четырех клеток, ее строки – одному признаку, столбцы – второму. В ячейке на пересечении строки и столбца указывается количество элементов выборки, удовлетворяющих условию как в столбце, так и в строке:

Признаки	Признак 1: да	Признак 1: нет
Признак 2: да	*A*	*b*
Признак 2: нет	*C*	*d*

Тетрахорический коэффициент сопряженности равен *(ad-bc)/√(a+b)(c+d)(a+c)(c+d)*. Остальные коэффициенты корреляции считаются с помощью более сложных формул, однако их расчет является стандартной функцией для большинства пакетов прикладных статистических программ, в том числе семейства *SPSS* и *Microsoft Excel*.

[4] Факторная нагрузка исходного показателя средней зарплаты в столице субъекта оказалась практически одинаковой сразу для двух факторов – первого (0,585) и второго (0,586).

Библиография

Битюкова В. Р. Социально-экологические проблемы развития городов России. М.: URSS, 2010.

Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013.

Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 5–18.

Вартанова Е. Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // Медиаальманах. 2018. № 1. С. 8–12.

Вырковский А. В. Тенденции развития рынка еженедельных журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 170–177.

Голошейкин Е. В. Мотовилов А.В. Крупные города как фактор регионального развития // Вестн. Челябинск. гос. ун-та. Экономика. 2009. № 26 (164). С. 87–90.

Гуреева А. Н. Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2388

Демина И. Н., Шкондин М. В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С.187–199.

Дунас Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 4.

Замотина Н. Н. СМИ Красноярска как пример организации локальных медиасистем // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: сб. мат. междунар. науч.-практ. ической конференции. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2016.

Замотина Н. Н. Региональная печать: системные аспекты (на примере изданий города Красноярска) // Вестн. Волгоградск. ун-та. Сер. Филология. 2016. № 3.

Зацепилин Ю. В. Город как социум в эпоху всеобщей информатизации. Челябинск, 2006.

Иберла К. Факторный анализ / пер. с нем. *В. М. Ивановой*; предисловие *А. М. Дуброва*. М.: Статистика, 1980.

Корконосенко С. Г. и др. Современный российский медиаполис / под ред. *С. Г. Корконосенко*. СПб: СПбГУ, 2012.

Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М.: Strelka Press, 2014. С. 10.

МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир, 2014.

Медиасистема России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Аспект-Пресс, 2015.

Пашаева Я. Ф. Модель содержания газеты мегаполиса в условиях прямой конкуренции (на примере города Чикаго) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 4. С. 81–104.

Сабирова Л. М. Роль городов-миллионников в региональной социально-экономической системе // Ученые записки Казанского университета. 2012. Т. 154. Кн. 6. С. 26–31.

Свитич Л. Г. Газета «Челябинский обзор» как тип делового издания (контент-аналитическое исследование) // Судьба печатной прессы в эпоху Интернета / под ред. *М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой*. Челябинск: Изд-во Челябинск. гос. ун-та, 2018. С. 28–49.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В. Печать городов-миллионников и их присутствие в Интернете // Расширение медиаграниц в XX1 веке: влияние дигитализации на медиасреду: тезисы Междунар. науч. чтений в Москве 17–18 ноября 2016. М.: МедиаМир, 2016.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В. Функционально-тематическая медиаструктура городов-миллионников // Журналистика в 2016 году: Творчество, профессия, индустрия: мат. междунар. науч.-практ. конф. Москва, 7–8 февраля 2017 г. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2017.

Свитич Л. Г, Смирнова О. В., Шкондин М. В. Газеты и журналы в медиасистеме городов-миллионников: социологическое исследование // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5.

Свитич Л. Г, Смирнова О. В., Шкондин М. В. Исследование крупных городов России: ресурсы медиасистемы // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы: мат. Междунар. науч.-практ. конф. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2016.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). М.: Фак. журн. МГУ, 2015.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 5, 6.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Функциональная и проблемно-тематическая модели городской газеты // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальск. гос. ун-т экономики и права). 2014. № 5.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Повестка дня городских газет // Журналистика в 2017 году: Творчество, профессия, индустрия: мат. междунар. науч.-практ. конф. Москва, 5–7 февраля 2018 г. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2018.

Смирнова О. В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 6.

Уткин В. А., Гайдышев И. П., Кобазева О. М. О возможном единообразии приложений и условий реализации // Наука и образование Зауралья. 2001. № 1. С.33–38.

Шкондин М. В., Замотина Н. Н. Региональная печать: структурные характеристики (На примере изданий Красноярска) // Вестн. Волжск. ун-та. 2016. Т. 1. № 3. С. 181–190.

Шкондин М. В., *Свитич Л. Г., Смирнова О. В.* Медиапубличность социальной практики: системные характеристики // Вестн. Волжск. ун-та. Филологические науки. 2018. № 1.

Bartholomew D. J. et al. (2008) *Analysis of Multivariate Social Science Data*. Chapman and Hall/CRC.

Notes

ekaterinburg.rf
nizhniynovgorod.rf
omsk.rf
admkrsk.ru
admOmsk.ru
cheladmin.ru
city.samara.ru
ekburg.ru
gorodperm.ru
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656
http://www.kzn.ru/
http://prav.tatarstan.ru
http://www.volgadmin.ru/ru/
novo-sibirsk.ru
pgu.govvrn.ru
rostov-gorod.ru
ufacity.info
voronezh-city.ru

References

Bartholomew D. J. et al. (2008) *Analysis of Multivariate Social Science Data*. Chapman and Hall/CRC.

Bityukova V. R. (2010) *Sotsial'no-ekologicheskiye problemy razvitiya gorodov Rossii* [Social and Ecological Challenges to the Development of Russian Cities and Towns]. Moscow: URSS Publ. (In Russian)

Demina I. N., Shkondin M. V. (2016) Mediasistema Rossii: metodologicheskiye aspekty op-timizatsii [The Russian Media System: Methodological Aspects of Optimization]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 5 (2): 187–199. (In Russian)

Dunas D. V. (2017) Paradigmal'nyy podkhod k izucheniyu SMI: opyt zarubezhnykh issledovateley [The Paradigmatic Approach to the Study of Mass Me-

dia: the Experience of Foreign Researchers]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4. (In Russian)

Golosheykin E. V. Motovilov A. V. (2009) Krupnyye goroda kak faktor regional'nogo razvitiya [Large Cities as a Factor of Regional Development]. *Vestn. Chelyabinsk. gos. un-ta. Ekonomika* 26(164): 87–90. (In Russian)

Gureyeva A. N. (2017) Mezhdistsiplinarnost' teoreticheskikh kontseptsiy v rossiyskikh i zarubezhnykh issledovaniyakh protsessa mediatizatsii [The Interdisciplinary Nature of Theoretical Concepts in Russian and Foreign Researches into the Mediatization Process]. *Mediaskop* 4. (In Russian)

Iberla K. (1980) *Faktornyy analiz* [Factor Analysis]. Moscow: Statistika Publ. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (ed.) (2012) *Sovremennyy rossiyskiy mediapolis* [Modern Russian Mediapolis]. SPb: SPbGU. Publ. (In Russian)

McQuail D. (2014) Zhurnalistika i obshchestvo [Journalism and Society]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

McGuire S. (2014) *Mediynyy gorod: media, arkhitektura i gorodskoye prostranstvo* [The Media City: Media, Architecture and Urban Space]. Moscow: Strelka Press. (In Russian)

Pashayeva Ya. F. (2016) Model' soderzhaniya gazety megapolisa v usloviyakh pryamoy konkurentsii (na primere goroda Chikago) [Maintenance Model of a Metropolis Newspaper under Direct Competition: a case study of Chicago]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 81–104. (In Russian)

Sabirova L. M. (2012) Rol' gorodov-millionnikov v regional'noy sotsial'no-ekonomicheskoy sisteme [The Role of Million Cities in the Regional Social and Economic System]. *Uchenyye zapiski Kazanskogo universiteta* 154 (6): 26–31. (In Russian)

Shkondin M. V., Svitich L. G., Smirnova O. V. (2018) Mediapublichnost' sotsial'noy prak-tiki: sistemnyye kharakteristiki [Media Publicity of Social Practice: Systematic Characteristics]. *Vestn. Volzhsk. un-ta. Filologicheskiye nauki* 1. (In Russian)

Shkondin M. V., Zamotina N. N. (2016) Regional'naya pechat': strukturnyye kharakteristiki (na primere izdaniy Krasnoyarska) [The Regional Press: Structural Characteristics (a study of Krasnoyarsk publications)]. *Vestn. Volzhsk. un-ta* 1 (3): 181–190. (In Russian)

Svitich L. G. (2018) Gazeta «Chelyabinskiy obzor» kak tip delovogo izdaniya (kontent-analiticheskoye issledovaniye) [The Chelyabinskiy Obzor Newspaper as a Type of a Business Publication (a content analytical study)]. In M. V. Zagidullina, S. I. Simakova (eds.) *Sud'ba pechatnoy pressy v epokhu Interneta* [The Fate of the Printed Press in the Internet Era]. Chelyabinsk: Chelyab. State Univ. Publ. Pp. 28–49. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V. (2017) Funktsional'no-tematicheskaya mediastruktura goro-dov-millionnikov [Functional and Thematic Media Structure of Million Cities]. In *Zhurnalistika v 2016 godu: tvorchestvo, professiya, industriya. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Moskva, 7–8 fevralya 2017 g.* [Journalism in 2016: Creative Work, Profession,

Industry. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference. Moscow, February 7–8, 2017] Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V. (2016) Pechat' gorodov-millionnikov i ikh prisutstviye v Internete [The Press of Million Cities and Their Presence on the Internet] In *Rasshireniye mediagranits v XXI veke: vliyaniye digitalizatsii na mediasredu. Tezisy Mezhdunarodnykh nauchnykh chteniy v Moskve 17–18 noyabrya 2016* [Extension of Media Boundaries in the 21st Century: the Influence of Digitalization on the Media Landscape. Theses of the International Scientific Readings in Moscow, November 17–18, 2016]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Svitich L. G, Smirnova O. V., Shkondin M. V. (2017) Gazety i zhurnaly v mediasisteme gorodov-millionnikov: sotsiologicheskoye issledovaniye [Newspapers and Magazines in the Media System of Million Cities: a sociological study]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5. (In Russian)

Svitich L. G, Smirnova O. V., Shkondin M. V. (2016) Issledovaniye krupnykh gorodov Rossii: resursy mediasistemy [A Study of Large Russian Cities: Media System's Resources]. In *Zhurnalistika v 2015 godu. Informatsionnyy potentsial obshchestva i resursy mediasistemy. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Journalism in 2015. Society's Information Potential and Media System's Resources. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryayeva A. A., Shkondin M. V. (2014) Funktsional'naya i problemno-tematicheskaya modeli gorodskoy gazety [Functional and Problem-Thematic Models of an Urban Newspaper]. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykal'skiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava)* 5. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryayeva A. A., Shkondin M. V. (2015) *Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. (rezul'taty oprosa redaktorov i zhurnalistov)* [Newspapers of Medium and Small Towns of Russia in the 2010s (results of surveying editors and journalists)]. Moscow: Faculty of Journalism, MSU. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryayeva A. A., Shkondin M. V. (2014) Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. [Newspapers of Medium and Small Towns of Russia in the 2010s] *Vestn. Mosk. un-ta. Ser.10: Zhurnalistika* 5–6. (In Russian)

Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryayeva A. A., Shkondin M. V. (2018) Povestka dnya gorodskikh gazet [Urban Newspapers' Agenda]. In *Zhurnalistika v 2017 godu: Tvorchestvo, professiya, industriya. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Moskva, 5–7 fevralya 2018 g.* [Journalism in 2017: Creative Work, Profession, Industry. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference. Moscow, February 5–7, 2018] Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Smirnova O. V. (2013) Strategii pechatnykh media v epokhu tsifrovykh tekhnologiy [Print Media's Strategies in the Era of Digital Technologies]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6. (In Russian)

Vartanova E. L. (2018) Media v kontekste obshchestvennykh transformatsiy: k postanovke problemy [Media in the Context of Social Transformations: Towards Problem Statement]. *Mediaal'manakh* 1: 8–12. (In Russian)

Vartanova E. L. (2013) *Postsovetskiye transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Mass Media and Journalism]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Vartanova E. L. (2015) Sovremennyye rossiyskiye issledovaniya SMI: obnovleniye teoreticheskikh podkhodov [Modern Russian Media Studies: a Renewal of Theoretical Approaches]. *Vestn. Mosk.un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika*. 6: 5–18. (In Russian)

Vartanova E. L. (ed.) (2015) *Mediasistema Rossii* [The Russian Media System]. Moscow: Aspekt-Press Publ. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2010) Tendentsii razvitiya rynka ezhenedel'nykh zhurnalov [Developed Trends in the Market for Weekly Magazines]. *Vestn. Moskovsk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 170–177. (In Russian)

Utkin V. A., Gaydyshev I. P., Kobazeva O. M. (2001) O vozmozhnom edinoobrazii prilozheniy i usloviy realizatsii [On the Possible Uniformity of Supplements and Sales Terms]. *Nauka i obrazovaniye Zaural'ya* 1: 33–38. (In Russian)

Zamotina N. N. (2016) SMI Krasnoyarska kak primer organizatsii lokal'nykh mediasistem [Krasnoyarsk Mass Media as an Example of Arranging Local Media Systems]. In *Zhurnalistika v 2015 godu. Informatsionnyy potentsial obshchestva i resursy mediasistemy. Sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Journalism in 2015. Society's Information Potential and Media System's Resources. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Zamotina N. N.(2016) Regional'naya pechat': sistemnyye aspekty (na primere izdaniy goroda Krasnoyarska) [The Regional Press: Systematic Aspects (a study of Krasnoyarsk publications)]. *Vestn. Volgogradsk. un-ta. Ser. Filologiya* 3. (In Russian)

Zatsepilin Yu. V. (2006) *Gorod kak sotsium v epokhu vseobshchey informatizatsii* [A City as a Socium in an Era of Global Informatization]. Chelyabinsk. (In Russian)

Поступила в редакцию
26.06.2018