

Дементьева К. В. Медиакоммуникации региона в условиях глобализации и глокализации информационного пространства (на примере СМИ Республики Мордовия) / К. В. Дементьева // Научный диалог. — 2020. — № 8. — С. 200—214. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-200-214.

Dementieva, K. V. (2020). Media Communications of the Region in Context of Globalization and Glocalization of Information Space (on Example of Mass Media of the Republic of Mordovia). *Nauchnyi dialog*, 8: 200-214. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-200-214. (In Russ.).



УДК 070:001.92(470.345)

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-200-214

## МЕДИАКОММУНИКАЦИИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ГЛОКАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ СМИ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)

© Дементьева Ксения Владимировна (2020), [orcid.org/0000-0002-6484-9594](https://orcid.org/0000-0002-6484-9594), кандидат филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева» (Саранск, Россия), [dementievkv@gmail.com](mailto:dementievkv@gmail.com).

Анализируется воздействие процессов глобализации на развитие информационно-коммуникационного потенциала СМИ в Республике Мордовия. Уточняются и обосновываются такие понятия, как «глобализация», «информационно-коммуникационная глобализация», «содержательность эпохи», «ускорение ритма времени», «глокализация». Приводятся позитивные и негативные последствия воздействия глокальных процессов на развитие региона. Автор, обобщая исследования, посвященные новым медиа, процессам цифровизации информационной системы, выделяет основные факторы глобализации в региональных СМИ. Отмечается количественный рост средств массовой коммуникации в Республике Мордовия и развитие всей системы медиакоммуникаций. Доказывается, что глобализация в СМИ Республики Мордовия так же, как и в других регионах осуществляется через цифровизацию, представленную во всех информационных процессах, в то же время глокализация проявляется в сохранении региональных и национальных особенностей. На основании тематического анализа медиатекстов СМИ Мордовии показано, что подавляющее большинство материалов посвящено событиям в регионе, то есть, с одной стороны, сохраняется высоким интерес аудитории к региональной тематике, а с другой стороны — региональные новости выходят на федеральный и даже мировой уровень. Отмечается, что федеральным сетевым СМИ не удается занять значимое место в регионе и это дает простор для развития местной прессы.

Ключевые слова: глобализация; глокализация; СМИ; медиакоммуникации; медиа-рынок; Республика Мордовия.

## 1. Введение

Глобализация стала главнейшей чертой современного мира, оказывающей влияние на развитие информационного потенциала народонаселения планеты. С появлением телекоммуникационных и интернет-технологий мир предстает как единое целое во всем своем разнообразии, подтверждая взаимосвязь и взаимозависимость как национальных рынков, так и организационных структур. В наибольшей степени информационно-коммуникационный аспект глобализации проявляется в процессах интеграции средств массовой коммуникации, распространении глобальных СМИ и интернета. Информационно-коммуникационная глобализация, понимаемая как императив информационного общества и его включенность в сетевое взаимодействие, согласно теории М. Кастельса, охватывает широчайший спектр коммуникационных аспектов, где компьютеризация информации играет приоритетную роль, будь то освоение космоса или повседневное информирование человека. Все это свидетельствует о стремительной диверсификации глобальных информационных сетей.

Для понимания процессов преобразований в указанном выше аспекте весьма существенно обоснование терминов *глобализация* и *глокализация*. Исследование темы глобализации на примере проблем, связанных с обществом рисков, трансформацией политики и национального государства, обществом потребления и др., представлено в работах З. Баумана [Бауман, 2004], Э. Гидденса [Гиддэнс, 2004], Т. Фридмана [Фридман, 2014], У. Бека [Бек, 2001] и др. О трансформациях в сфере журналистики писали Я. Н. Засурский [Засурский, 2012], Е. Л. Варганова [Варганова, 2018], И. М. Дзялошинский [Дзялошинский, 2013], С. Л. Уразова [Уразова, 2011; Уразова, 2015] и многие другие отечественные и зарубежные исследователи.

Состояние современных СМИ в Республике Мордовия, в частности, развитие их в интернет-среде, рассматривались в работах Д. А. Бакеевой [Бакеева, 2019], Е. М. Пыреськиной и С. В. Пивкиной [Пыреськина и др., 2019], К. В. Дементьевой [Дементьева, 2015] и др. Несмотря на большое количество исследований, посвященных современным медиакommunikациям, региональный аспект их развития, в частности в Республике Мордовия, в свете воздействия на них как глобальных, так и глокальных процессов изучен пока еще недостаточно. Например, не получила достаточного освещения проблема трансформации региональных средств массовой информации под воздействием процессов глобализации, а также вопросы их эффективного включения в глобальное информационное пространство. В изучении данных аспектов видится актуальность и научная новизна предлагаемой для рассмотрения темы. Сопоставление собранного теоре-

тического и практического материала, связанного с вопросами функционирования медиасистемы в Республике Мордовия, позволяет разрабатывать подходы к стратегии развития информационной сферы деятельности.

В ходе изучения медиакommunikации в Республике Мордовия в условиях глобализации и глокализации информационного пространства применялись общенаучные методы системного и структурно-функционального, а также эмпирического анализа. Использовались данные Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций о зарегистрированных в Республике Мордовия СМИ с 2000 года по настоящее время. Изучался контент сайтов СМИ, групп в социальных сетях, каналов на видеохостинге YouTube, а также в мессенджере «Telegram».

## **2. Процессы глобализации и глокализации в современном информационном обществе**

«Новая ситуация в системе массовых коммуникаций сложилась в связи с глобализацией и универсализацией коммуникативного пространства на основе компьютерных систем и сетей» [Новая ..., 2001]. Благодаря цифровизации наблюдается ускорение перемещения в пространстве информации, финансов и услуг, происходящее вне зависимости от национальных границ и государственных законов. «Информационное пространство, понимаемое как единство потоков информации, образованных в результате деятельности человека, полностью зависит от глобализационных процессов. Само явление глобализации в этой области определяется функционированием многомерного процесса, базированного на взаимодействии средств распространения и создания информации, которые генерируют принципиально новый уровень информационного влияния на социум при условии сосредоточения на этом совместных усилий. Исходя из этого глобализация характеризуется прежде всего существованием современных технологий, рождающих многообразие произведенной и донесенной до аудитории информации» [Дементьева, 2017, с. 69]. То есть наблюдается «взаимодействие разных средств, источников информации — во-первых, в рамках национальных, во-вторых, в рамках глобальных» [Вольфсон и др., 2017, с. 103].

Глобализация, рожденная постиндустриальной эпохой, объединяет общество, в котором, по мнению французского социолога А. Турена, основополагающим типом деятельности являются коммуникации. Этот тезис косвенно подтверждает и Ф. Ферраротти, полагающий, что «власть в информационном обществе находится в руках тех, кто контролирует сеть общественных коммуникаций» [Там же, с. 93].

В рамках изучения проблемы глобализации часто эксплуатируются такие понятия, как «универсализация», «гомогенизация», «вестернизация», «американизация», «глобальная деревня» и т. д. И если поначалу наблюдалась некоторая тождественность в дефинировании соответствующих терминов, то в настоящее время в них все чаще вкладывают разный смысл, при этом явно доминирующим является именно понятие «глобализация», при этом компонентом, объединяющим все понятия, является признак коммуникационного единства.

В настоящее время глобализацию вполне закономерно считают объективным процессом, который невозможно спланировать или приостановить и над которым человечество потеряло контроль. «Глобализация — просто другое название “нового мирового беспорядка” Джоуитта», — пишет З. Бауман в книге «Глобализация. Последствия для человека и общества» [Бауман, 2004, с. 35]. С этим можно согласиться, так как К. Джоуитт под понятием «новый мировой беспорядок» понимал «мир, в котором существующие границы изменяются; в котором задачей является установление новых национальных / интернациональных границ» [Jowitt, 1992, p. 264], что близко к пониманию современных процессов глобализации. Американские футурологи Д. Нэсбит и П. Эбурдин полагают, что «будущее демократии заключается в интерактивности принятия политических решений с использованием информационно-коммуникационных средств через обсуждение и дискуссии» [Вольфсон и др., 2017, с. 97].

Статистические исследования свидетельствуют о том, что количество накопленной информации многократно превышает возможности отдельного человека по ее переработке и потреблению. Поэтому современный человек «фильтрует» получаемую информацию, ориентируясь на такие ее критерии, отмечаемые Ж.-Ф. Лиотаром, как перформативность (использование в случае полезности) и товарность [Там же, с. 100].

Яркими чертами современной цивилизации, по мнению, выраженному С. П. Капицей в одной из его последних статей, являются содержательность эпохи и ускорение времени. Ученый заключает, что «история измеряется не оборотами Земли вокруг Солнца, а прожитыми человеческими жизнями <...> Сейчас историческая эпоха сжалась до одного поколения» [Капица, 2012]. По подсчетам ученого, десять миллиардов человек проходит по земле примерно за 45 лет, при этом о современном периоде Капица говорит как о «стрессовом, неравновесном состоянии» [Там же]. Однако именно количество связей, контактов между людьми, увеличившееся в информационном обществе, скорость распространения информации, знаний как главного ресурса жизнедеятельности человечества обеспечивают со-

держательность эпохи и тот уровень современного развития, который мы наблюдаем. В частности, С. Л. Уразова пишет, что «социальная потребность в массовой коммуникации, будь то обмен суждениями, информацией, знаниями, коренится в природе человека. На прежних этапах истории технико-технологических возможностей, подобных цифровому времени, не было, а потому стереотип самовыражения камуфлировался» [Уразова, 2015, с. 26]. Иначе говоря, в настоящее время на первый план выступает фигура коммуниканта, а площадкой позиционирования информационного продукта все больше становятся социальные сети.

Процессом, альтернативным процессу глобализации, является глокализация информационного пространства. Термин появился в результате слияния слов *глобализация* и *локализация*, которое характеризует связь, опосредование, соотнесение, сближение всемирного и местного. У. Бек [Бек, 2001], Р. Робертсон [Robertson, 2000] доказывали, что процессы глобализации и глокализации не исключают, а дополняют друг друга: «Глокализация как процесс представляет собой глобализацию локального и локализацию глобального» [Социологический словарь, 2004]. Вместо ожидаемой унификации всего местного усиливается интерес к региональным отличиям, традициям, а само локальное выходит на мировой глобальный уровень.

Сегодня можно утверждать, что происходит смешение различных процессов, ряд из них, или по крайней мере один, обращен к локальному уровню и направлен на сохранение особенностей региона. В этом отношении интересен труд Т. Фридмана [Фридман, 2014], где он обосновывает мысль о том, что в обществе, нивелированном информационными технологиями, идет третий этап глобализации — глобализация среди отдельных людей и их небольших групп.

Среди позитивных факторов воздействия глокальных процессов на развитие регионов стоит выделить следующие: проницаемость, мгновенность информационных и энергетических связей в диапазоне от личности и небольшой социальной группы до глобального уровня. Однако исследователи отмечают и отрицательные черты глокализации. Так, З. Бауман подчеркивает: «То, что для одних — результат свободного выбора, на других обрушивается как жестокий удар судьбы <...> в сообщениях из регионов, ставших жертвами “глокализации”, трудно проследить связь между растущей нищетой, отчаянием “прикрепленного к земле” большинства и вновь обретенной свободой мобильного меньшинства» [Бауман, 2004, с. 40—41]. Исследователь пишет о взаимозависимости этих двух явлений: стремительно развивающихся, путешествующих по миру, находящих новые способы обогащения глобалистов, «туристов» и прикованных к одному месту «бродяг», которые

в связи с быстро проникающей во все сферы глобализацией могут лишиться своего привычного и комфортного окружения [Там же].

Каждое коммуникационное новшество сближает людей друг с другом, позволяет передавать информацию точнее, оперативнее, полнее. Современный уровень медиакommunikаций позволяет людям быть полноценными со-участниками коммуникационных процессов — не только потреблять информацию, но и производить ее, оценивать и ретранслировать. В частности, И. М. Дзялошинский отмечает, что «упадок влияния традиционных медиа и мультипликация новых площадок СМИ ведет к снижению интереса к национальным, наднациональным проблемам и повышению внимания к локальным» [Дзялошинский, 2013, с. 343].

Дальнейшее развитие медиакommunikаций будет все чаще поднимать вопрос о сохранении конкретных культур и традиций, которые исторически были характерны для той или иной страны, то есть актуализировать проблему развития локального и национального как части по отношению к целому.

Однако согласно концепции глокализации объединение информационного пространства и процесс распространения информации не обязательно приведет к унификации и обезличиванию локальных особенностей. Именно благодаря развитию коммуникации у людей в повседневной жизни появляется возможность распространения «разнообразия» в глобальном пространстве. Т. Фридман называет это «глобализацией местного» [Фридман, 2014]. Благодаря возможности социальных сетей, блогов и мессенджеров каждый отдельный пользователь интернета может делиться своими новостями, музыкой, видео, фотографиями и т. д.

Симбиоз глобального и локального можно наблюдать во многих сферах жизни современного социума. Не являются исключением и регионы, где процессы глокализации могут носить особенно продуктивный характер в силу национальной и культурной специфики. Рассмотрим особенности медиакommunikации в Республике Мордовия с позиций реализации в медийной сфере глобальных и региональных черт развития.

### **3. Медиакommunikации в Республике Мордовия**

Всего на территории Республики Мордовия осуществляют деятельность 146 СМИ, из них 46 газет, 23 журнала, 3 информационных агентства, 42 сетевых издания, 7 электронных периодических изданий, 1 телепрограмма, 1 радиопрограмма, 7 телеканалов, 16 радиоканалов. При этом в регионе наблюдается рост количества медиа. В 2000 году в республике было зарегистрировано 60 СМИ, в 2010 году — 101, в начале 2019 года — 120.

Кроме того, происходит постоянное наполнение информационного поля сети Интернет. В 2003 году в Мордовии появилось первое электронное периодическое издание, а пик роста подобных медиа пришелся на 2011—2015 годы, в это время было зарегистрировано 11—12 таких изданий, затем их число стало медленно снижаться.

В 2012 году были зарегистрированы первые сетевые издания: «Инновационное образование» и информационное агентство «Вестник Мордовии». Их количество постоянно увеличивалось, и к началу 2019 года сетевых изданий стало 26, а в октябре — уже 42.

Традиционные и электронные СМИ переводят часть своего контента в социальные сети. В начале 2010 года в регионе не было ни одного представительства официально зарегистрированных СМИ в соцсетях. К 2011 году появились первые группы в «Одноклассниках», «ВКонтакте», на «YouTube». В 2012—2013 годах к ним присоединяются «Twitter», «Facebook», «LiveJournal». В 2015 году появляются первые представительства в «Instagram», в 2017 году — в «Telegram» и «Яндекс.Дзен». Несмотря на снижение популярности некоторых платформ («Twitter», «LiveJournal»), наблюдается активное развитие новых сообществ зарегистрированных СМИ во всех перечисленных выше ресурсах.

Таким образом, большая часть медиаресурсов проникает в глобальное информационное пространство через различные социальные сети и мессенджеры. При этом налицо процессы глокализации, когда региональный контент, с одной стороны, выходит на всероссийский и даже мировой уровень (например, посещаемость группы «Столица С» «ВКонтакте» составляет 76,93 % посетителей из Саранска; 23,07 % — из других городов России; 0,5 % — из других стран), а с другой стороны, обогащается за счет внедрения глобальных тенденций. Далее рассмотрим особенности влияния глобализации и глокализации на региональные СМИ.

#### **4. Трансформация региональных СМИ под воздействием глобализации**

Глобализация проникает в региональные СМИ благодаря цифровизации. Обобщая все имеющиеся исследования о новых медиа, можно, на наш взгляд, выделить основные факторы трансформации региональных СМИ под воздействием глобализации.

(1) СМИ имеют собственные сайты в Интернете, зарегистрированные или не зарегистрированные официально как СМИ в Роскомнадзоре, полностью идентичные печатному варианту газеты (электронные версии газет) или имеющие уникальную подачу контента. И если в 1990-е годы сай-

ты российских СМИ были скорее их «визитными карточками» [Коноплев, 2017, с. 291], то с начала 2000-х годов отмечается их развитие до полноценных информационных ресурсов, однако данная тенденция в некоторых региональных и муниципальных СМИ Мордовии не реализуется — сайты не выполняют заданных функций.

(2) Кроссмедийность, которая предполагает аналоговое и цифровое использование СМИ. Большая часть региональных изданий Мордовии имеют аккаунты и подписчиков в социальной сети «ВКонтакте», что обусловлено популярностью социальной сети в целом — 57,86 % в июне 2019 года по данным SEO-AUDITOR [Рейтинг ..., 2019]. Реже региональные СМИ республики представлены на таких платформах, как Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, «Одноклассники». Последнее место в списке занимают:

а) LiveJournal — блог-платформа, взлет популярности которой пришелся на начало 2000-х, а в настоящее время сильно снизился. В начале 2019 года здесь представлено 8 медиа Мордовии, зарегистрированных как СМИ.

б) Telegram — социальная сеть, активно развивающаяся за счет того, что «многие пользователи мобильного интернета активно переключаются на мессенджер Telegram с шифрованным трафиком, считая, что находящейся под постоянным мониторингом ряда специальных надзорных программ (например, СОПМ-2, СОПМ-3) “ВКонтакте” больше нельзя доверять» [Коноплев, 2017, с. 199]. В Мордовии на базе платформы Telegram развиваются некоторые каналы официальных СМИ — всего 8 изданий, а также неофициальные анонимные каналы: «Mordor Offshore» (1,3 тыс. подписчиков), «Мордовский шпиль», «Злой мордвин» и т. д.;

в) ЯндексДзен — платформа, запущенная в 2017 году и формирующая ленту новостей, автоматически подстроенных под интересы пользователей. В Мордовии на данной платформе представлены 8 официально зарегистрированных как СМИ изданий: «Известия Мордовии», «Про Город Саранск», «MORDOVMEDIA» и др. Регулярно выкладывают информацию каналы «Все новости Мордовии и Саранска», «Саранские новости», «Сейчас Саранск» и др.

(3) Интерактивность, которая представлена формами диалогового и полилогового электронного общения, различными опросами, голосованиями, рейтингами и пр. Причем мгновенность обмена мнениями стала доступной именно после появления социальных сетей, где пользователь, не затрачивая определенных усилий, может писать комментарии и участвовать в опросах.

(4) «Освобождение авторства» [Мирошниченко, 2011], когда любой человек может предлагать свою новость СМИ (в частности, через форму обратной связи на сайте или в социальной сети) или сам становится авто-

ром, ведя свой блог. В Саранске наиболее острые темы размещаются в постах сообщества «Саранск. Доска позора», где каждый пользователь может написать о своей проблеме, приложив фото- или видеодоказательства.

(5) Мультимедийность, которая предполагает дополнение текста другими формами подачи информации: аудио, видео, фото, анимацией, графикой и т. д. Одновременно с этим сам текст имеет признаки гипертекстуальности. Все это объединяет зародившийся в Сети жанр лонгрида — содержательной истории, поданной с разбивкой мультимедийными элементами.

(6) Конвергентность, в результате которой происходит интеграция информационных и коммуникативных технологий в один источник. Далеко не всем редакциям региональных СМИ удастся в полной мере сочетать вербальный текст, фото, аудио, видео, графику и т. д. Среди лидеров по регулярной и качественной интеграции различных форм подачи информации — «Столица С» и «Известия Мордовии».

(7) Доступность информации и быстрота ее передачи, позволяющие охватывать влиянием широкую аудиторию за небольшой промежуток времени. В связи с ограниченностью новостных поводов и небольшим количеством ньюсмейкеров практически любая уникальная информация мгновенно подхватывается конкурентами и тиражируется во всех СМИ республики.

(8) Возможность дополнения и расширения контента, что позволяет иначе, чем в традиционных СМИ, работать с информацией: в отличие от завершеного печатного выпуска номера сайт онлайн-СМИ или сообщество в социальной сети всегда находятся в процессе дополнения и обновления — выходят свежие новости, а старые могут дополняться комментариями пользователей.

(9) Возможность изучать аудиторию с помощью счетчиков просмотров, лайков, а также различных сервисов для оценки посещаемости веб-сайтов и сбора данных о пользователях («Яндекс. Метрика», «Медиатор», Google Analytics и др.).

(10) Трансграничность, которая обуславливает возможность распространения информации вне зависимости от нахождения редакции.

## **5. Воздействие процессов глокализации на региональные СМИ**

Несмотря на активное влияние глобализационных процессов на региональные СМИ, достаточно сильно в региональных медиа представлены и локальные черты.

Во-первых, при тематическом анализе медиатекстов обнаруживается более 95 % материалов о событиях региона. К ним же можно отнести статьи об известных медиаличностях, которые имеют «мордовские корни»

или как-то иначе связаны с республикой (патриарх Кирилл, Ж. Депардьё, С. Дужников, О. Маскаев, А. Овечкин, О. Табаков, Н. Сафронов и др.).

Во-вторых, можно отметить «неприживаемость» федеральных сетевых СМИ в республике. С начала 2000-х годов попыток «входа» на медиарынок было много. Например, Министерство печати и информации запускало проект по покупке франшизы газеты «Комсомольская правда», рассчитывая рекламную окупаемость, субсидии и внедряя имиджевый контент, который бы выглядел презентабельно на фоне федеральных материалов. Однако проект оказался неудачным.

Газета «PRO ГОРОД Саранск», входившая в RNTI Media Group, выпускалась тиражом 70 тыс. экземпляров. Печатное издание освещало события социального, культурного, общественно-политического, развлекательного характера, происходящие на территории Республики Мордовия. Попытка вывода печатной версии издания на самоокупаемость и прибыль не была успешной. В Саранске этот проект стал единственным неудачным во всей линейке и проиграл конкуренцию местному СМИ. В данное время действие СМИ приостановлено в связи с отсутствием финансовых средств. Однако продолжает действовать портал издания — [rg13.ru](http://rg13.ru). В настоящий момент источник представлен в социальных сетях «ВКонтакте» (более 38 тыс. подписчиков), «Одноклассники» (более 600 участников), Facebook (более 400 подписчиков), Instagram (более 400 подписчиков), Twitter (более 140 читателей), YouTube (более 500 тыс. просмотров).

Еще один федеральный проект — журнал «Антенна-Телесемь» — по тиражам всегда проигрывал местному изданию «ТВ-Неделя Мордовии» (8500 и 9650 экземпляров соответственно), несмотря на более низкое качество контента последней.

Федеральные интернет-порталы [mk.ru](http://mk.ru) (сетевое издание «МК в Саранске»), [kr.ru](http://kr.ru) практически не размещают новости о Мордовии. Так, на сайте «МК в Саранске» в разделе «Срочная новость» по состоянию на 1 декабря 2019 года размещен материал от 29 августа — «В Мордовии юный герой спас сестру в пожаре».

В то же время местные издания, как имеющие вековую историю, так и появившиеся в 1990-е годы, сохраняют высокие тиражи и успешно адаптируются под требования информационного общества. Устойчивую тенденцию развития местной прессы и «неприживаемости» федеральных проектов можно, на наш взгляд, объяснить следующими взаимосвязанными причинами:

— региональные издания получают дотации от республиканского правительства, осуществляемые не обязательно напрямую, а, например, через систему грантов, поощряющих также неконкурентоспособные материалы;

- отсутствие реальной конкуренции на газетном рынке, незаинтересованность в продажах рекламы, розницы и подписки;
- отсутствие конкурентной среды внутри журналистского коллектива, отсутствие каждодневной необходимости поиска адекватных инфополюсов, подготовки «читабельных» материалов;
- аморфность читательской аудитории.

## 6. Выводы

Таким образом, в «плоском» мире в условиях «содержательности эпохи» и «ускорения времени» информация и коммуникация определяют развитие общества в целом. На первый план выходят практики распространения информации, управления с помощью нее сознанием общества, влияния на мировые процессы. Фигура коммуниканта становится ключевой, а площадкой позиционирования информационного продукта являются Интернет и социальные сети.

Глокализация, понимаемая как сочетание процессов глобализации и локализации в развитии человечества, проявляется в усилении интереса к региональным отличиям, традициям, а применительно к средствам массовой информации — в выходе региональной тематики на мировой уровень, в доминировании местных СМИ над крупными федеральными проектами.

В целом в Республике Мордовия наблюдается развитие системы медиакommunikаций. Стремительно увеличивается число официально зарегистрированных в качестве СМИ сетевых изданий, традиционные средства массовой информации расширяют сферу своего влияния за счет перевода части контента в электронный формат: социальные сети, блоги, мобильные мессенджеры. Оперативно, в ногу со временем происходит освоение новых площадок — Telegram, «Яндекс.Дзен», при этом наиболее популярной социальной сетью по-прежнему остается «ВКонтакте».

Глобализация в СМИ Республики Мордовия так же, как в медийную сферу и других регионов, проникает через цифровизацию всех информационных процессов. В то же время глокализация позволяет сохранить региональные и национальные особенности медиасреды: тематический анализ медиатекстов показал, что подавляющее большинство материалов посвящено событиям в регионе. То есть, с одной стороны, сохраняется высокий интерес аудитории к региональной тематике, а с другой стороны — региональные новости выходят на федеральный и даже глобальный уровень, при этом можно отметить невысокий интерес к федеральным сетевым СМИ, пытающимся работать в республике, что дает простор для развития местной прессы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Бакеева Д. А.* Интернет-СМИ Республики Мордовия : новые подходы к подаче медиатекстов / Д. А. Бакеева // Трансформация медиасреды в XXI веке : Материалы международной научно-практической конференции / ответственный редактор Д. В. Неренц. — Москва : РГГУ, 2019. — С. 304—309.
2. *Бауман З.* Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман. — Москва : Весь Мир, 2004. — 188 с.
3. *Бек У.* Что такое глобализация? / У. Бек. — Москва : Прогресс-Традиция, 2001. — 301 с.
4. *Варганова Е. Л.* Медиа в контексте общественных трансформаций : к постановке проблемы / Е. Л. Варганова // МедиаАльманах. — 2018. — № 1 (84). — С. 8—13.
5. *Вольфсон Ю. Р.* Проблема классификации теорий информационного общества / Ю. Р. Вольфсон, А. Е. Вольчина // Современные исследования социальных проблем. — 2017. — Т. 8, № 3. — С. 80—110.
6. *Гидденс Э.* Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс. — Москва : Весь мир, 2004. — 120 с.
7. *Дементьева К. В.* Журналистика и глобализация : взаимодействие в современном обществе / К. В. Дементьева // Медиаисследования. Спецвыпуск 2017 : сборник научных и научно-методических работ / под редакцией Т. А. Семилет, И. В. Фотиевой. — Ставрополь : ИП Колмогоров И. А., 2017. — С. 69—72.
8. *Дементьева К. В.* Роль региональной прессы в трансформирующемся социуме / К. В. Дементьева // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2015. — № 4. — С. 28—33.
9. *Дзялошинский И. М.* Медиапространство России : коммуникационные стратегии социальных институтов : монография / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство АПК и ППРО, 2013. — 479 с.
10. *Засурский Я. Н.* Глобальная структура международной информации / Я. Н. Засурский // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. — 2012. — № 3. — С. 101—115.
11. *Коноплев Д. Э.* Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Э. Коноплев // Знак : проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 3 (25). — С. 198—201.
12. *Мирошниченко А.* Адаптемы медиа. Закат отрасли, расцвет навыка [Электронный ресурс] / А. Мирошниченко // Republic. — 17.10.2011. — Режим доступа : [https://republic.ru/future/adaptemy\\_media\\_zakat\\_otrasli\\_rast-svet\\_navyka-689523.xhtml](https://republic.ru/future/adaptemy_media_zakat_otrasli_rast-svet_navyka-689523.xhtml).
13. *Новая философская энциклопедия* : в 4 т. : Интернет-версия издания [Электронный ресурс]. — Москва : Мысль, 2000—2001. — Режим доступа : <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH0132ab5aab6b27f749fd8532>.
14. *Проективный философский словарь* [Электронный ресурс] / Т. В. Артемьева, И. П. Смирнов, Э. А. Тропп, Г. Л. Тульчинский, М. Н. Эпштейн. — Санкт-Петербург : Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного Центра РАН, 2002. — Режим доступа : [https://projective\\_philosophy.academic.ru/20](https://projective_philosophy.academic.ru/20).
15. *Пыреськина Е. М.* Региональная журналистика в контексте национальной культуры / Е. М. Пыреськина, С. В. Пивкина // Медиаисследования. — 2019. — № 6. — С. 251—258.

16. *Рейтинг* социальных сетей [Электронный ресурс] // SEO-AUDITOR. 03.07.2019. — Режим доступа : <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>.
17. *Сергей* Капица : История десяти миллиардов [Электронный ресурс] // Сноб. — 2012. — № 6 (46). — Режим доступа : <https://snob.ru/magazine/entry/49621>.
18. *Социологический словарь* [Электронный ресурс] / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер. — Москва : Экономика, 2004. — Режим доступа : [https://sociological\\_dictionary.academic.ru/130](https://sociological_dictionary.academic.ru/130).
19. *Уразова С. Л.* Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. Л. Уразова // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. — 2011. — № 5. — С. 287—293.
20. *Уразова С. Л.* Медиакоммуникации в фокусе цифровых трансформаций / С. Л. Уразова // МедиаАльманах. — 2015. — № 6. — С. 21—29.
21. *Фридман Т.* Плоский мир 3.0. краткая история XXI века / Т. Фридман. — Москва : АСТ, 2014. — 640 с.
22. *Jowitt K.* New World Disorder : the Leninist Extinction / K. Jowitt. — Ann Arbor, Michigan : University of California Press, 1992. — 345 p.
23. *Robertson R.* Globalization : Social Theory and Global Culture / R. Robertson. — London : SAGE Publications Ltd, 2000. — 306 p.

---

## MEDIA COMMUNICATIONS OF THE REGION IN CONTEXT OF GLOBALIZATION AND GLOCALIZATION OF INFORMATION SPACE (ON EXAMPLE OF MASS MEDIA OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA)

© **Kseniya V. Dementieva (2020)**, [orcid.org/0000-0002-6484-9594](https://orcid.org/0000-0002-6484-9594), PhD in Philology, associate professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “National Research Ogarev Mordovia State University” (Saransk, Russia), [dementievkv@gmail.com](mailto:dementievkv@gmail.com).

The article analyzes the impact of globalization processes on the development of information and communication potential of mass media in the Republic of Mordovia. Such concepts as “globalization,” “information and communication globalization,” “content of the epoch,” “acceleration of the rhythm of time,” “glocalization” are clarified and justified. The positive and negative consequences of the impact of glocal processes on the development of the region are presented. The author summarizes the research on new media and the processes of digitalization of the information system and highlights the main factors of globalization in regional media. There is a quantitative growth of mass communication media in the Republic of Mordovia and the development of the entire system of media communications. It is proved that globalization in the media of the Republic of Mordovia, as well as in other regions, is carried out through digitalization, which is represented in all information processes, while glocalization is manifested in the preservation of regional and national characteristics. Based on the thematic analysis of the media texts of Mordovia, it is shown that the vast majority of materials are devoted to events in the region, that is, on the one hand, the audience remains highly interested in regional topics, and on the other hand, regional news reaches the federal and even global level. It is noted that the federal network media does not manage to take a significant place in the region and this gives scope for the development of the local press.

Key words: globalization; glocalization; mass media; media communications; media market; Republic of Mordovia.

## REFERENCES

- Aberkrombi, N., Khill, S., Terner, B. S. *Sotsiologicheskii slovar'* (2004). Moskva: Ekonomika. Available at: [https://sociological\\_dictionary.academic.ru/130](https://sociological_dictionary.academic.ru/130). (In Russ.).
- Artemyeva, T. V., Smirnov, I. P., Tropp, E. A., Tulchinskiy, G. L., Epshteyn, M. N. (2002). *Proektivnyy filosofskiy slovar'*. Sankt-Peterburg: Mezhdunarodnaya Kafedra (YuNESKO) po filosofii i etike SPb Nauchnogo Tsentra RAN. Available at: [https://projective\\_philosophy.academic.ru/20](https://projective_philosophy.academic.ru/20). (In Russ.).
- Bakeyeva, D. A. (2019). Internet-SMI Respubliki Mordoviya: novyye podkhody k podache mediatekstv. In: *Transformatsiya mediasredy v XXI veke: Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. 304—309. (In Russ.).
- Bauman, Z. (2004). *Globalizatsiya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva*. Moskva: Ves' Mir. (In Russ.).
- Bek, U. (2001). *Chto takoye globalizatsiya?* Moskva: Progress-Traditsiya. (In Russ.).
- Demytyeva, K. V. (2015). Rol' regionalnoy pressy v transformiruyushchemsya sotsiume. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Problemy poligrafii i izdatelskogo dela*, 4: 28—33. (In Russ.).
- Demytyeva, K. V. (2017). Zhurnalistika i globalizatsiya: vzaimodeystviye v sovremenno obshchestve. In: *Mediainssledovaniya. Spetsvyпуск 2017: sbornik nauchnykh i nauchno-metodicheskikh rabot*. Stavropol': IP Kolmogorov I. A. 69—72. (In Russ.).
- Dzyaloshinskiy, I. M. (2013). *Mediaprostranstvo Rossii: kommunikatsionnyye strategii sotsialnykh institutov: monografiya*. Moskva: Izdatelstvo APK i PPRO. (In Russ.).
- Fridman, T. (2014). *Ploskiy mir 3.0. kratkaya istoriya XXI veka*. Moskva: AST. (In Russ.).
- Giddens, E. (2004). *Uskolzayushchiy mir. Kak globalizatsiya menyayet nashu zhizn'*. Moskva: Ves' mir. (In Russ.).
- Jowitt, K. (1992). *New World Disorder: the Leninist Extinction*. Ann Arbor, Michigan: University of California Press.
- Konoplev, D. E. (2017). Telegram kak novaya sreda kommunikatsii v SMI i sotssetyakh. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya*, 3 (25): 198—201. (In Russ.).
- Miroshnichenko, A. Adaptemy media. Zakat otrasli, rastsvet navyka. In: *Republic*. 17.10.2011. Available at: [https://republic.ru/future/adaptemy\\_media\\_zakat\\_otrasli\\_rastsvet\\_navyka-689523.xhtml](https://republic.ru/future/adaptemy_media_zakat_otrasli_rastsvet_navyka-689523.xhtml). (In Russ.).
- Novaya filosofskaya entsiklopediya: v 4 t.: Internet-versiya izdaniya*. (2000—2001). Moskva: Mysl'. Available at: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH0132ab5aab6b27f749fd8532>. (In Russ.).
- Pyreskina, E. M., Pivkina, S. V. (2019). Regionalnaya zhurnalistika v kontekste natsionalnoy kultury. *Mediainssledovaniya*, 6: 251—258. (In Russ.).
- Reyting sotsialnykh setey. In: *SEO-AUDITOR*. 03.07.2019. Available at: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>. (In Russ.).
- Robertson, R. (2000). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: SAGE Publications Ltd.
- Sergey Kapitsa. Istoriya desyati milliardov (2012). In: *Snob*, 6 (46). Available at: <https://snob.ru/magazine/entry/49621>. (In Russ.).

- Urazova, S. L. (2011). Konvergentsiya kak faktor zhiznesposobnosti mass-media v tsifrovoy srede. Teoreticheskiy aspekt. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta imeni N. I. Lobachevskogo*, 5: 287—293. (In Russ.).
- Urazova, S. L. (2015). Mediakommunikatsii v fokuse tsifrovyykh transformatsiy. *MediaAlmanakh*, 6: 21—29. (In Russ.).
- Vartanova, E. L. (2018). Media v kontekste obshchestvennykh transformatsiy: k postanovke problem. *MediaAlmanakh*, 1 (84): 8—13. (In Russ.).
- Volfson, Yu. R., Volchina, A. E. (2017). Problema klassifikatsii teoriy informatsionnogo obshchestva. *Sovremennyye issledovaniya sotsialnykh problem*, 8 (3): 80—110. (In Russ.).
- Zasurskiy, Ya. N. (2012). Globalnaya struktura mezhdunarodnoy informatsii. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 3: 101—115. (In Russ.).