

ГУСЕВА Е. Н.
КОНСТРУИРОВАНИЕ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ¹

Аннотация. В настоящее время традиционные бумажные носители информации активно вытесняются электронными медиа. Газеты интенсивно осваивают новые формы представления информации, в частности, создают собственные интернет-версии. Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что в современном информационном пространстве электронные медиа формируют образ провинциальных городов и превращаются в инструмент конструирования городской идентичности.

Ключевые слова: городская идентичность, провинциальный город, электронные медиа, образ города.

GUSEVA E. N.
CONSTRUCTION OF CITY IDENTITY IN ELECTRONIC MEDIA

Abstract. Currently, traditional paper media is being actively replaced by electronic media. Newspapers intensively master the new ways of presenting information, which include online versions of hard copy papers. The study results lead to the conclusion that in the modern information space, electronic media create the image of provincial cities and turn into a tool for constructing the city identity.

Keywords: city identity, provincial city, electronic media, city image.

Городская идентичность по своей природе является сложным, многокомпонентным конструктом, поскольку каждый город – это особый организм, складывающийся из огромного количества элементов, которые оказывают влияние на понимание территориальных особенностей в восприятии людей. Любая часть жизни города – от функционирования местной экономики до чистоты улиц – воздействует на городскую идентичность.

Особую значимость формирование «работающей» на город идентичности приобретает в условиях провинциальных городов. Как правило, такие города являются малыми (население до 50 тыс. чел.) или средними (от 50 до 100 тыс. чел.) и сильно зависят от муниципальных бюджетов. По данным Федеральной службы государственной статистики, на 1 января 2019 года в малых городах проживает 15,9 млн чел., в средних – 10,5 млн чел.,

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках научного проекта № 18-411-130015 р_а «Идентичность городов Республики Мордовия и их социальная репрезентация».

что в совокупности составляет около 25% населения Российской Федерации. По этой причине улучшение качества жизни населения данных территорий является вопросом государственной важности.

Сегодня при происходящей между территориями конкуренции за туристический, инвестиционный или интеллектуальный капиталы, позволяющих выводить на более высокий уровень социальную сферу и качество жизни в городе, именно его идентичность является одним из самых эффективных способов привлечения этих капиталов.

Теоретико-методологическую базу исследования составляют конструктивистский подход в интерпретации П. Бергера и Т. Лукмана [1], социодраматургический подход И. Гофмана [2]. Научный дискурс идентичности приобрел территориальный контекст вследствие актуализации целого ряда проблемных аспектов территорий и появления научных исследований развития локальных мест: «городское воображаемое» (Ш. Зукин, Э. Сойя), брендинг территорий (С. Антхольт, Д. Визгалов), «genius loci» (Х. Норберг-Шульц), публичные пространства локальных мест (Р. Сеннет, Д. Митчел) и др. В связи с этим актуализировалась проблематика городской идентичности, особенно в контексте исследований городской среды («urban studies»).

Взросший научный интерес к исследованиям идентичности территорий (региональной, городской и т.п.) объясняется спецификой процессов современного общества, находящихся под сильным влиянием глобализации и информатизации социальной среды. По этой причине Мануэль Кастельс особенно выделяет значимость локальных идентичностей в условиях информационного общества, когда социальные субъекты прилагают усилия к уменьшению чрезмерно большого и неконтролируемого мира до осмысливаемого размера с целью восполнения утраченной исторической памяти [3].

В настоящий момент электронные медиа активно вытесняют традиционные бумажные или аудио- носители и занимают в информационном пространстве заметное место, превращаясь в значимый инструмент конструирования городской идентичности. Для выявления основных повесток дня электронных СМИ, формирующих образ провинциальных городов, был использован метод контент-анализа.

В настоящий момент электронные медиа активно вытесняют традиционные бумажные или аудио- носители и занимают в информационном пространстве заметное место, превращаясь в значимый инструмент конструирования городской идентичности. Для выявления основных повесток дня **электронных СМИ**, формирующих образ провинциальных городов, был проведен контент-анализ 9 интернет-версий СМИ Республики Мордовии: «Вечерний Саранск» (ГО Саранск), «Рузаевская газета» (Рузаевский район), «Голос Примокшанья» (Ковылкинский район), «Красная Слобода» (Краснослободский

район), «Маяк» (Ардатовский район), «Инсарский вестник» (Инсарский район), «Темниковские известия» (Темниковский район), а также двух наиболее популярных общереспубликанских газет – «Столица С» и «Известия Мордовии». Всего в генеральную совокупность попало почти 16 тысяч статей, размещенных в данных изданиях, выборочную совокупность составили 360 пресс-релизов, опубликованных с января по июль 2019 года. Необходимо отметить, что анализировались только статьи, затрагивающие непосредственно городские новости, исключая новости района в целом, если в них нет упоминаний города. Также из выборочной совокупности были частично исключены новости, касающиеся различных противоправных действий граждан, по причине того, что они представлены примерно в одинаковом процентном соотношении в каждом анализируемом городе (их репрезентация в СМИ варьировалась в зависимости от специфики газеты от 10 до 40%). Кроме того, такие новости не могут служить основой для создания положительного образа территории.

Самым крупным городом, репрезентацию которого мы изучаем, является столица Республики Мордовия – Саранск. Выборочную совокупность составили 104 статьи о городе. Как правило, новости носили положительный (66%) или нейтральный характер (24%), чаще всего касаясь деятельности мэра, мероприятий по благоустройству и развития инфраструктуры, использования наследия Чемпионата мира, а также положительных отзывов о городе жителей и гостей города.

Лидером по количеству упоминаний в саранских СМИ является мэр города Петр Тултаев. Глава города часто упоминается в положительном ключе. Горожанам нравятся его «мэрские субботы», где он общается на равных со всеми горожанами, принимая во внимание каждое замечание и пожелание. СМИ представляют его как харизматичного лидера, который вместе с горожанами ездит в общественном транспорте, выслушивает любые жалобы, зачастую принимает решения, руководствуясь народным голосованием. По инициативе мэра создаются различные мероприятия, которые востребованы горожанами, как, например, «шерстяная ярмарка» или день здоровья. Деятельность мэрии становится все более открытой благодаря аккаунтам в соцсетях. П. Тултаев уверенно занимает 6-ю позицию в рейтинге эффективности управления в городских округах России, что в очередной раз доказывает эффективность его работы.

Второе место по количеству упоминаний занимает благоустройство города, а именно ремонт дорог, придомовых территорий, открытие и модернизация скверов и парков, прокладывание велодорожек. В статьях указываются суммы, выделенные и потраченные на данные мероприятия, с подробными комментариями и пояснениями.

Много внимания уделяется новостям по использованию наследия Чемпионата мира, который проводился в городе в 2018 году. В статьях рассказывается о многочисленных делегациях, приезжающих посмотреть на *«саранское чудо»*, *«жемчужину России»*, маленький провинциальный город, который *«сумел побороть разруху, грязь и пыль и стал организатором Чемпионата мира»*. Управленцы из самых разных регионов приезжают изучить уникальный опыт города, который *«разрушает стереотипы о российской глубинке»*. Самые частые прилагательные сопровождающие слово «Саранск» – чистый, благоустроенный. Тем не менее, в каждой статье особо подчеркивается, что чистота в городе – это, прежде всего, заслуга коммунальных служб города и самих жителей Саранска, ответственно относящихся к своему общему дому.

Совсем в другом ключе представлен в СМИ второй по количеству жителей город в республике – Рузаевка. В выборочную совокупность попали 106 статей о городе. Положительные (80%) и нейтральные (17%) новости так же, как и в случае с Саранском, представлены в разы больше, чем негативные (3%). В местных СМИ уделяется огромное внимание мероприятиям по благоустройству городской территории, известным уроженцам города, повлиявшим на его историю, но главный акцент делается на усилия по созданию новых рабочих мест для жителей города и стимулированию их проживания на малой родине. Рузаевка ежегодно теряла своих жителей по причине их переезда на заработки в другие регионы. Однако сейчас замечена обратная тенденция, когда практически весь коллектив закрытого ранее предприятия вернулся в родной город и в стены возрожденного производства.

Безусловно, огромный пласт новостей посвящен железнодорожной тематике. Рузаевку называют *«городом железнодорожников»*, *«городом стальных магистралей»*. Но это не единственное название города. Из-за проблемы с уличным освещением, которая в настоящее время уже решена, Рузаевку называли также *«городом-призраком»*.

В СМИ подчеркивается, что сейчас происходит возрождение Рузаевки, так как город одновременно имеет два статуса – моногород и территория опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР). Так как эти статусы предполагают существенные льготы для ведения бизнеса, инвестировать в местные предприятия стремятся многие предприниматели (*«Рузаевка – лакомый кусок для инвестора»*, *«Бизнесу – главная дорога! – пусть станет девизом рузаевских предпринимателей»*).

Рузаевцы чтят выдающихся уроженцев города. В их честь называются улицы (*«на протяжении 40 лет, до 1965 года, главная улица нашего города носила имя одного из борцов за справедливость И. С. Трынова»*), устанавливаются памятники (*«памятник нашего прославленного штангиста Н. С. Агапова, где будет отражена информация не только о*

спортсмене и почетном гражданине города, но также о его воспитанниках и их победах»), посвящают им статьи («М. И. Шабалкина – живая история и легенда, чья судьба пример для подражания, а ее вклад в развитие Рузаевки невозможно переоценить»).

В главной газете города «Рузаевские новости» освещаются не только местные новости, но и новости федерального и республиканского значения. Большое внимание уделяется обсуждению муниципальных новостей и решений власти. По сравнению с другими местными газетами анализируемых нами малых городов значительно чаще представлены криминальные новости, часто освещается деятельность ФСИН.

Несмотря на то, что такие малые города как Ардатов, Инсар, Ковылкино, Краснослободск и Темников схожи по многим характеристикам, в позиционировании их образов и репрезентации в интернет-СМИ существует множество различий.

В то время как Темников является самым малочисленным городом республики, его идентичность наиболее полно раскрывается в местной газете «Темниковские известия». За 7 месяцев наблюдения в электронной версии газеты было размещено более 300 публикаций, выборочную совокупность составили 39 статей.

Городской образ Темникова наиболее четко выражен по сравнению с другими малыми городами республики (*«создан бренд города, ведется туристический сайт, разработано два туристических маршрута»*). СМИ показывают огромную роль главы района С. Н. Кизима в конструировании туристического имиджа территории. Темниковцы стремятся не просто развивать туристическое направление на своей территории, но и получать с него прибыль (*«воинские искусства могут внести весомый вклад в туристическую привлекательность Темникова, и этот процесс можно монетизировать»*), стать центром гастро-туризма (разработан туристический маршрут «Гастрономический тур трех культур Республики Мордовия») и паломничества (*«Темников обладает историческим и культурным потенциалом для привлечения туристов и вхождения в паломническо-туристический кластер»*).

Жители активно поддерживают заданный руководством путь развития города (*«Татьяну Афонину не оставляют мысли о дальнейшем культурном и туристическом развитии района»*), пытаясь собственными силами продвигать бренд Темникова (*«в свободное время она работает над новыми идеями создания сувенирной продукции — это подарочные пакеты с видами Темникова, почтовые открытки и сладкие сувениры»*).

Идентичность Темникова тесно связана с адмиралом Ф. Ф. Ушаковым (*«для нас Фёдор Фёдорович особенно близок. Именно мордовскую землю он выбрал для последних лет своей жизни. На свои средства открыл в Темникове госпиталь, сделал много пожертвований во время Отечественной войны 1812 года. Похоронить себя Ушаков*

завещал в Санаксаре, на мордовской земле. Поэтому мы с гордостью называем легендарного адмирала Российского флота своим земляком»). В планах темниковцев установить памятник Фёдору Ушакову, открыть новые залы в музее его имени, где будут собраны богатейшие материалы, подлинные вещи, уникальные рукописи.

Помимо туристического направления, темниковцы стремятся развивать производство домашних, экологически чистых сыров (*«География потребителей темниковских сыров расширяется»*).

Много статей посвящено благоустройству города и развитию его инфраструктуры (*«согласно программе «Комфортная городская среда» в 2019 году Темникову определена субсидия на благоустройство дворовых и общественных территорий»*).

Негативных новостей представлено крайне мало (8%), в основном, они посвящены необходимости ремонта дорог, проблемам с водоснабжением. Интерес представляет статья, рассказывающая о штрафных санкциях в отношении мэра Темникова, Виктора Таракина (*«он признан виновным в нарушении законодательства об организации предоставления муниципальных услуг»*).

Темников является старейшим городом Мордовии, в СМИ его неоднократно называют «град старинный». Известный публицист А. А. Проханов говорит о городе: *«Темников – таинственный город. В нем есть душа. В нем есть и загадка»*, местный художник В. В. Харитонов посвящает городу выставку с названием *«Город дремлющей старины»*.

Идентичность Инсара в электронной версии газеты «Инсарский вестник» и в общереспубликанских изданиях выражена крайне слабо. В основном, СМИ фокусируется на освещении бытовых местных новостей. Около 30% новостей посвящены благоустройству городской территории (*«С 1 июля начались запланированные работы по благоустройству городского парка имени М. Горького согласно программе "Формирование комфортной городской среды на территории городского поселения Инсар на 2018-2022 гг."»*), 15% новостей освещают спортивные события (*«Хоккей с шайбой – один из самых динамично развивающихся видов спорта в Инсаре»*). Сами инсарцы называют свою малую родину *«городом театральных традиций»* (*«Особый расцвет театра в Инсаре переживал в начале прошлого века»*). Единственным историческим событием, репрезентированным в местных СМИ, является авария стратостата Осоавиахим-I (*«Стратонавты П. Ф. Федосеенко, А. Б. Васенко, И. Д. Усыскин в зимних условиях поднялись на рекордную высоту 22 000 метров»*).

Довольно интересно представлен образ Краснослободска. Местные и общереспубликанские интернет-СМИ представлены новостями, касающимися

благоустройства города (15%), известных уроженцах (9%), различных культурных и развлекательных мероприятий (46%). Главным событием года называется открытие новой школы в городе (*«глава Мордовии отметил, что новая школа должна стать центром притяжения – образовательного, спортивного, культурного, патриотического, инновационного – не только для подрастающего поколения, но для всех жителей и гостей Краснослободска»*), данному событию посвящено около 15% новостей.

Краснослободск характеризуют многими интересными синонимами *«город-сад»*, *«город торговый»*, город старинной архитектуры (*«старая часть города изменилась до неузнаваемости, все старинные здания стали видны, как на ладони»*), город, который не забывает своей истории (*«новая книга «Легенды и предания Краснослободского края» разошлась по книжным прилавкам города. Краснослободчане должны знать свою историю, как прошлое города и района влияет на наше общее будущее»*).

Кроме того, у краснослободчан активная гражданская позиция (*«жители Мордовии, спасая пчел, встали живым щитом перед трактором с ядохимикатами»*), а *«волейбол – самый почитаемый вид спорта»*.

В Ковылкино, как и в других городах, СМИ уделяют много внимания вопросам благоустройства городской среды (33%). В скором времени в городе должен появиться долгожданный фонтан и памятник (*«напротив городского Дворца культуры будет сооружен фонтан, это позволит сделать центр более привлекательным для жителей и гостей»*, *«в центральном парке будет установлен памятник генералу Ивану Арапову»*), появится *«виртуальный концертный зал, где сыграют лучшие российские и мировые коллективы»*. Кроме того, город готовится к вводу раздельного сбора мусора (*«в нашем городе внедряется программа по раздельному сбору бытовых отходов»*).

Во многих статьях подчеркивается наличие множества нерешенных проблем, например, с дорожным покрытием (*«в городе Ковылкино 122 улицы, из которых асфальтированы менее четверти»*). Но главной проблемой в городе остается жилищно-коммунальное хозяйство (*«плесень и грибок»* в квартирах многоквартирного дома).

Много статей посвящено известным уроженцам города (*«Ковылкинская земля вырастила многих талантливых людей. Среди них есть видные общественные и политические деятели: И. А. Арапов, Ф. В. Сычков, И. М. Скобцов, Д. И. Торопов, И. И. Калгашкин, В. С. Шукшин, Н. М. Паршин, Н. П. Макаркин, Н. П. Паштаев и многие другие»*). Также идентичность города ассоциирована с *«красавицей Мокшей»*.

Создается книжка-раскраска про город Ковылкино, в которую войдут 30 памятных мест города (*«железнодорожный вокзал, паровоз, лавочка молодежного сквера "Глядя на солнце, улыбайся!", детский игровой комплекс "Корабль" и другие объекты»*).

Хуже всего в информационном пространстве представлен город Ардатов. В интернет-версии главной газеты города опубликовано всего 26 статей за 7 месяцев, что в 10 раз меньше, чем в других малых городах. К примеру, за тот же промежуток времени у остальных вышеперечисленных городов от 180 до 320 публикаций, а также около 1400 в Рузаевке и 1300 в Саранске. Кроме того, статьи, в основном, репрезентуют федеральные или республиканские новости, а не новости города или района.

Анализ общереспубликанских газет «Столица С» и «Известия Мордовии» также не позволил выявить особенности городского образа Ардатова. В основном, то небольшое количество упоминаний о городе, что было представлено, посвящено либо вопросам правонарушений, либо вопросам благоустройства территории. Одна новость была посвящена установке монумента в центре города с целью *«увековечивания памяти погибших в войнах российских моряков»*, а также новость про *«гордость Ардатовского района»* – Ардатовский светотехнический завод.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что интернет-СМИ большинства городов Республики Мордовия не отражают в достаточной степени ярко сформированного имиджа. Наиболее четко выражена идентичность Саранска, Рузаевки и Темникова, самый безликий город – Ардатов. В репрезентации образов всех городов прослеживается общая тенденция размещения публикаций, указывающих на проведенную или предстоящую работу по благоустройству, а также описывающих известных уроженцев городов. В остальном репрезентация каждого города Мордовии имеет свои специфические черты.

Саранск называют чистым, благоустроенным городом, сумевшим в короткий срок развить необходимую для комфортного проживания жителей инфраструктуру и получившим право проведения Чемпионата мира по футболу, «разрушающем стереотипы о российской глубинке». Им управляет харизматичный лидер, общающийся с горожанами на равных.

Рузаевка – «город железнодорожников», «город стальных магистралей». Это динамично развивающаяся экономика республики, создающая множество рабочих мест с достойной заработной платой, «лакомый кусок для инвестора», территория с льготными условиями ведения бизнеса.

Темников – «город дремлющей старины», старейший город Мордовии и самый ориентированный на туристический путь развития, где создан собственный бренд, ведется туристический сайт, разработаны туристические маршруты, где жители принимают активное участие в культурном и туристическом развитии. Город, связанный с именем флотоводца Ф.Ушакова и праведными местами.

Краснослободск – «город-сад», «город торговый», город старинных зданий, чтущий свою богатую историю, население которого обладает активной жизненной позицией.

Строящаяся в городе школа призвана поменять привычный культурный и архитектурный ландшафт территории, создав вокруг себя новые очаги притяжения и досуга горожан.

Инсар – один из городов, в котором идентичность через представленность в СМИ выражена крайне размыто. Сами жители называют свою малую родину «городом театральных традиций», а также территорией, с которой связана трагическая веха нашей общей истории – авария стратостата Осоавиахим-I.

Город Ковылкино, как и Инсар, изображен местными СМИ без ярко выраженных особенностей. Город развивается и модернизируется культурно и технологически: скоро здесь появится виртуальный концертный зал, долгожданный фонтан и памятник известному уроженцу города. Кроме того, культурно-историческое наследие города увековечивается в книжке-раскраске, где изображены памятные места города.

Аутсайдер данного списка – город Ардатов, идентичность которого представлена в СМИ совсем скудно, как количественно, так и качественно. По новостям в электронной версии местной газеты невозможно выделить характерные черты образа города. Стоит отметить, что и в общереспубликанских интернет-изданиях ситуация не представлена лучшим образом.

Как показал анализ, средства массовой информации в настоящий момент позволяют составить портрет территории – определить значимые места города и его знаменитых уроженцев, узнать планы по развитию и устойчивые стереотипы, получить сведения о главных проблемах и достижениях. Однако, стоит отметить, что при изучении такого сложного понятия как идентичность, необходим комплексный подход. Не стоит упускать из виду, что СМИ репрезентуют объект или явление субъективно, сквозь призму собственных представлений автора статьи или редактора периодического издания о ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / пер. Е. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни: пер. с англ. – М.: Кучково поле, 2000. – 304 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.