

Секция «Журналистика»

Медиаобраз городов России в федеральных СМИ

*Всеволодова Александра Николаевна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: vsevolodova.alex@mail.ru*

Внимание к городам как очагам интеллектуальной, культурной и деловой жизни в информационном мире прослеживается в глобальном исследовательском сообществе порядка нескольких десятилетий, однако для России эта тема стала актуальна позднее, в связи с политическим и экономическим переустройством страны и, как следствие, изменением роли городов в начале 1990х годов[3]. Именно сейчас становится очевидно, что города приходят к новой формации, особенно после финансового кризиса 2008 года, когда были закрыты многие промышленные предприятия, составлявшие основу городов. В настоящее время определяются новые смыслы существования региональных центров, и оценить роль журналистов в этом процессе очень важно.

Материалы журналистов о крупных городах в федеральных СМИ – это единственный канал информации для жителей страны, по которому они получают знание по этому вопросу. Совокупность материалов работников сферы СМИ составляет медиаобраз[1] городов, состояние и развитие которых важно для страны. Он оказывает большое влияние на восприятие жителями России мест, где они живут, своей страны в целом, а это в свою очередь определяет их поведение в сложившейся экономической и общественной ситуации в стране[4]. Эта тема актуальна, в первую очередь, с точки зрения анализа развития СМИ как института.

Жителям России, расселенным по широким просторам страны не хватает данных друг о друге, а если смотреть глубже, то им не достает также канала для коммуникации, который мог бы появиться благодаря более качественной работе СМИ с информацией о регионах.

Отсутствие у жителей российских городов понимания различий друг между другом приводит к тому, что у них отсутствует и понимание собственной идентичности, которое также могло бы быть сформировано при помощи СМИ. А это имеет непосредственное отношение к поиску национальной идеи страны, о котором так много говорится в последние годы.

Изменение в отношении российских федеральных СМИ к региональным новостям, более осмысленный подход к отбору информации о городах, могли бы повысить внимание жителей страны к России в целом, к жизни своего края и других регионов. Анализ жизни городов и их роли в современной внутрироссийской повестке дня и учет этих особенностей в работе журналистов могли бы оказать существенную помощь в развитии российской системы СМИ и в преодолении проблемы чрезмерной централизации власти и информации в стране[2]. Более прицельная работа с региональными новостями могла бы способствовать развитию отдельных частей России и коммуникации между удаленными друг от друга регионами.

В настоящее время наблюдается ряд постоянных поводов, в связи с которыми информация о том или ином городе России попадает в федеральную прессу. Так, основываясь

на материалах газет «Коммерсант», «Российская газета», «Новая газета», «Комсомольская правда» и «Независимая газета», можно показать, какие новости о городах попадают в общероссийскую повестку дня. Во-первых, это тема политики: региональные выборы, новости партий, кадровые перестановки. Во-вторых, это социальная тематика: ЖКХ, судебная система, религия. Затем это тема экономики: налоги, присутствие федеральных или международных компаний в регионе, экономическая активность государства. Более редкими можно назвать сообщения культурной тематики: о театрах, выставках, деятелях искусства. И отдельно стоит отметить тему криминала. В общем массиве материалов автор не заметил акцентов со стороны журналистов на характерные особенности городов, о которых они пишут. Журналисты федеральных газет не проводят параллелей между схожими ситуациями в разных городах. Видимо, потому что не находят такие сравнения ценными – не видят разницы между городами. Или потому что не имеют удобного инструмента для работы по сопоставлению регионов и общему обзору событий в различных городах. Скорее можно заметить явные различия в новостях о Москве и о провинциальных, хоть и крупных городах. И гораздо труднее найти различия между новостями о городах в регионах, даже если население одного города больше миллиона жителей, а другого порядка трехсот тысяч.

По подборке материалов, сделанной автором исследования за период с сентября 2012 года по январь 2013, видно, что список критериев для отбора новостей о российских городах может быть расширен с учетом информационных и культурных запросов аудитории, а также с более пристальным вниманием к особенностям различных городов. Это может способствовать созданию более полного и глубокого медиаобраза городов России.

### **Литература**

1. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики: Диссертация канд.фил.наук. Москва. 2007.
2. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. М.: Аспект Пресс, 2001.
3. Перцик Е.Н. Геоурбанистика. М.:Академия. 2009.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.:Аспект Пресс. 2007.