

Коваленко А.О.

Алтайский государственный университет.

Научный руководитель – А.В. Марущак, к.филол.н., ст. преп.

ОТРАЖЕНИЕ ДУАЛЬНОСТИ МЕДИАОБРАЗА БАРНАУЛА В МАТЕРИАЛАХ РУБРИКИ «ЖИЗНЬ» РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Региональные информационные агентства и порталы отвечают требованиям быстро развивающегося общества, отображая окружающую действительность. Информационные агентства (далее «ИА») – это специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция - снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию [2. С. 210]. Главная функция агентств – это сбор и распространение актуальной информации. В строгом смысле слова ИА предоставляют информационные услуги СМИ. В нашем же крае информационные агентства являются не только «буфером» информации, но и полноценными СМИ, устанавливая коммуникационные связи не только по схеме «один-одному», но и по схеме «один-многим». Таким образом, региональные ИА являются полноценными сетевыми медиа.

На данный момент в крае происходит ломка социальных устоев и стереотипов, развитие новых форм деятельности. Край активно развивается в новых, ранее не столь востребованных направлениях. Происходит трансформация имиджа края, его облика и специализации, в связи с изменениями приоритетных направлений развития. Региональные информационные порталы подобны связующему мосту между регионом и страной (шире – миром). Осуществляя дайджест информации, то есть подборку материалов на различную тематику, издания становятся вторичными распространителями информации. Поэтому, если человек желает узнать интересующую информацию, но не знает где ее первоисточник, человек «вбивает» в поисковый сервер запрос, на который поисковой системой выдается ряд результатов. Наряду с аутентичными источниками информации, в запросе может присутствовать и вторичные распространители, поэтому человек может перейти именно по ссылке на дайджестовую информацию. Местные ИА, являясь полноценными сетевыми медиа, могут стать источником информации не только для жителей города и региона, но и для людей с другой точки страны и даже планеты. Выходя на сайт ИА, пользователи могут ознакомиться с информацией, касающейся изменения облика края в целом, и, в частности, облика города.

Освещение актуальных проблем столицы края важно не только для формирования у жителей стереотипного облика Барнаула, но и на формирование облика города в глазах читателей других топонимов. В

региональных сетевых медиа формируется определенный медиаобраз краевой столицы. Под медиаобразом, в данном случае, понимается общее представление о Барнауле, которое создается в результате отражения в размещаемой информации определенных сторон жизни города, проблем и перспектив развития. Фактически это формирует в общественном сознании целостность облика города. Но если коренные жители, находясь непосредственно в городе, могут сравнить медиа образ и действительное положение дел, то жители других регионов, инвесторы и заинтересованные люди не имеют такой возможности, и судят лишь по формируемому медиаобразу. Таким образом, актуальное освещение жизни краевой столицы важно и для повышения инвестиционной привлекательности и стимулирования межрегионального сотрудничества.

Общественные изменения, и изменения традиционного внешнего вида города являются источником повышенной психической напряженности [1]. В нашем городе устоявшиеся условия и привычное окружение перешли в состояние изменения, вслед за развитием края в целом. Ломка устоявшейся ситуации (в частности изменение облика города) приводит к тому, что люди начинают отторгать новое, как чужеродный элемент. Это обычная ситуация, распространенная в природе, в том числе в природе общественных отношений. Интернет СМИ всегда отвечает на общественные запросы и является площадкой для дискуссий. Парадоксальное сочетание конфликтного характера общественно-психологической атмосферы[1] и атмосферы гордости за свой город, одобрения развития, связанный с изменениями жизни в различных сферах, отражается и в размещаемых материалах.

Чтобы понять, какой облик Барнаула с социальной точки зрения (как важной для взгляда «со стороны», как важный аспект, влияющий на восприятие привлекательности города как места жительства) формируется на данный материалы ведущих ИА («Алтапресс», «Амител», «Атмосфера»). Из всего размещаемого контента, среднем, ИА в день посвящают Барнаулу 13 новостей; т.е. 23% всех материалов за неделю посвящены проблемам города, а это достаточно много.

В исследовании принимали участие материалы, условно относящиеся к рубрике «жизнь». Материалы рубрик «политика», «экономика», «происшествия» заведомо не были включены в исследование, как топики другой сферы общественной жизни.

Проведя мониторинг основных региональных ИА, с целью выявления основных особенностей освещения жизни краевой столицы, оценки формирующегося медиаобраза, удалось обнаружить ряд особенностей.

После мониторинга на предмет выявления основных тем, удалось выявить основные темы: внешний облик (облагораживание территорий, реконструкции, демонтаж памятников; сюда же были включены проблемы дорог); экологическая обстановка (включены материалы, касающиеся пляжей города, очистки рек, озеленения и проч.); культура; спорт; тема под общим названием «развитие» (сюда были включены материалы, затрагивающие события, отражающие перспективы развития города, строительство,

расширение торговых, образовательных и транспортных связей города); тема «молодежь» (включила в себя материалы, касающиеся молодежной сферы);

Анализ показал, что тема «спорт» отражает достижения барнаульских спортсменов. 86% материалов носят положительную оценку. Материалы в основном не вызывают резонанс. Тема «культура» также на 64% состоит из материалов, с положительной стороны оценивающих культурную сферу города. Тема молодежь (70% положительной оценки; освещение проводимых акций, флэш-мобов, тенденции соблюдения здорового образа жизни) замыкает круг тем, формирующих исключительно положительный облик города в данном аспекте.

Оставшиеся темы отражают дуальность оценки горожанами происходящих перемен, возникающих вопросов и проблем. Тема «внешний облик» является на сегодняшний день очень актуальной. Строительство и работы по обустройству города ведутся очень активно, в связи с этим ИА освещают довольно активно. Процентное соотношение негативной и позитивной оценки составляет 47% и 47%. Особое положение в данной тематике занимает вопрос реконструкции пл. Октября. Мониторинг показал, что за 2,5 месяца по теме непосредственно сноса памятника Ленину и установки памятника Сеятель Алтайский, опубликовано 20 материалов. Причем основная негативная оценка прослеживается на стадии установки памятника, начальной стадии реконструкции. Комментируемость материалов, освещающих данную стадию, довольно высока, как и число просмотров. Проблема отсутствия парковок и материалы, отражающие проблему качества дорог, несут, в целом, негативную оценку сложившейся ситуации. Так, облик Барнаула отражается в материале, размещенном ИА Алтапресс, где говорится: «Барнаул не был никогда образцовым городом». Эта фраза является наглядным примером коннотативно окрашенной смысловой единицей. Тема внешнего облика поднимается довольно часто; кроме того, читатели подтверждают важность вопроса, активно просматривая материалы данного плана и комментируя их (в среднем, это более 1000 просмотров и около 50 комментариев).

Анализ материалов, отражающих тему экологической ситуации, выявил в целом преобладающую негативную коннотацию (64%). В частности, проблема отсутствия пляжей и их состояние, являлись на 75% негативными. Количество просмотров материалов про пляжи, в среднем, составляет 1500 и сопровождается активным комментированием, что свидетельствует о «болезненности» темы для населения. Исследование показало, что проблема озеленения города, в основном, связана с темой реконструкции. Так, ряд публикаций о вырубке деревьев в городе связан непосредственно с реконструкцией внешнего облика краевой столицы. Все положительные коннотации связаны с учащением проводимых акций по очистке городских территорий.

В теме «развитие» показывает соотношение коннотаций: 20% со знаком минус и 60% со знаком плюс. Материалы данной тематики освещают рост строительства торговых площадей, развитие международных отношений и

транспортных связей. Тема активно просматривается, что говорит о ее значимости для читателей.

Проведя мониторинг, можно сделать ряд выводов. Можно отметить, что публикуемые материалы отражают преобразование города и процесс его развития. Формируется облик образ города, активно создающего «самого себя». Объективно, изменение облика города, обновление вида, является позитивной тенденцией. Но через материалы посвященные данной теме просматривается неоднозначное отношение жителей к обновлению. Не желая принять преобразование, в материалах и в ответной реакции на них, высказывается негативная оценка и активно ищутся отрицательные моменты. В частности, скептическое отношение к изменению и отсутствие веры в положительный результат «трансформации» города. Город отображается, как неблагополучный в плане экологической обстановки. Причем тенденция к изменению этой ситуации очень слаба и касается частных моментов. Отношение к экологической обстановке крайне негативное. Положительных тенденций в широком плане практически не наблюдается. В плане духовной жизни, город предстает в «лучшем свете». Исключительные достижения в области спорта, развитие молодежных движений, насыщенная культурная жизнь столицы края создает крайне привлекательный образ.

Медийный образ города, с социальной точки зрения, предстает в двойном свете. С одной идет активное развитие, которое сопровождается положительной оценкой, с другой – в этом развитии отображаются негативные стороны. С одной стороны город привлекателен в плане комфортной жизни и удовлетворения духовных потребностей, а с другой - крайне не привлекателен из-за плохой экологии, проблем с дорогами и напряженной психологической обстановкой, как реакцией на реконструкцию (изменение) всего облика города.

Информационные агентства репрезентуют тенденции развития города и основные проблемы. Тем самым они играют чуть ли не ведущую роль в создании моделей дальнейшего развития города и в закреплении основных мотивов и целей преобразования столицы края. Медиаобраз Барнаула в информационных агентствах с точки зрения социальной и духовной сфер жизни имеет ситуативный характер.

На данный момент дуальность в освещении социальной сферы является препятствием в конечном формировании медийного образа, так как не создается целостная картина.

Библиографический список

1. Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. - URL: <http://www.psychological.ru/default.aspx?s=0&p=79&a1=868&o1=3&s1=1> (дата обращения: 12.10.2012)

2. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов\ под ред-ей Засурского Я.Н. - М.: 2001.