

КОНЦЕПЦИЯ ГОРОДСКОЙ КОММУНИКАЦИИ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

Б. В. Лебедева

*Санкт-Петербургский государственный университет,
1 линия Васильевского острова, 26, 199004, Санкт-Петербург, Россия,
e-mail: vivacity@mail.ru*

Исследование носит прикладной характер. Целью исследования является изучение современной системы коммуникаций горожан на северо-западной территории Российской Федерации, определение коммуникативных стратегий медиа регионов и городов. Исследование ведется уже два года – 2018–2020. Несколько этапов исследования позволяют решать много задач: изучение возможностей и рисков локальных медиа; методов коммуникаций с аудиторией; влияние учредителей и менеджмента на стратегию; характер дискуссий в социальных сетях и т. п.

Ключевые слова: локальные медиа; Северо-Запад России; коммуникативные стратегии; медиарегулирование.

THE URBAN COMMUNICATION CONCEPT OF RUSSIAN NORTH-WEST

B. V. Lebedeva

*St. Petersburg State University,
26, 1st line of Vasilevskii Island, 199004, St. Petersburg, Russia
Corresponding author: B. V. Lebedeva (vivacity@mail.ru)*

The aim of the applied research is to study the modern communication system of citizens in the north-western territory of the Russian Federation, to determine the communication strategies of media regions and cities. The study has been ongoing for two years – 2018–2020. Several stages of the study allow solving many problems: studying the opportunities and risks of local media; methods of communication with the audience; the influence of founders and management on the strategy; the temper of discussions on social networks, etc.

Key words: local media; Russian North-West; communicative strategy; media regulation.

С апреля 2018 г. по апрель 2020 г. исследуются все доступные медиа Северо-Западного федерального округа страны, их страницы в социальных сетях и мессенджерах, на видеохостингах. Поводом для этого послужила атмосфера нагнетания цензуры из-за ряда рестриктивных

законов, которые вступили в силу и были приняты в этот период и ранее на территории Российской Федерации.

Цензура на местах может усугубляться вслед за государственной из-за постоянного давления муниципальной власти на информационные ресурсы, частой смены собственников и менеджмента медиа. Структуры собственности изменились и продолжают трансформироваться на всем медиаландшафте Северо-Запада России.

На поле журналистики как предмета исследования тоже происходят перемены – положительные, отрицательные и совсем новые для российской городской среды, ее сообществ и отдельных граждан. Методы журналистов становятся примитивнее: преобладает копирайтинг, аналитические жанры уступили место информационным с участием свидетеля события или ньюсмейкера. Визуальный и содержательный аспекты качественно устраивают запросы местных администраций, но далеко не все население.

В качестве эмпирической базы исследования были взяты более 360 официальных и гражданских изданий Северо-Запада России, в том числе газет, онлайн-форумов, каналов и пабликов – региональных, муниципальных и частных средств массовой коммуникации, не считая их страницы и паблики в социальных сетях, на видеохостингах («YouTube», «Одноклассники», «VKontakte», «Twitter», «Instagram» и «Facebook»), каналы в мессенджерах («Telegram», «Viber», «WhatsApp»).

За два года в России произошло несколько изменений законов «О СМИ» и «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ограничивающих свободу слова. Это негативно отразилось на количестве и качестве контента, а также на влиянии медиа в обществе. Резонанс получил пакет законопроектов об иноагентах. В 2017 г. в закон о СМИ были внесены очередные поправки: регулятор Роскомнадзор может ограничивать ресурсы, деятельность которых признана Прокуратурой РФ нежелательной. Кроме того, все иностранные владельцы средств массовой информации могли сохранить не более 20 % доли предприятия [1]. А с 2020 г. статус иностранного агента может получить не только юридическое лицо, но и гражданин [2]. В 2017 г. также принят закон «Об информации...», который разрешает органам внутренних дел блокировать сайты и сервисы без каких-либо решений со стороны следственных и судебных органов [3].

Положительных изменений меньше, но они есть. И все они касаются развития медиа онлайн. В первую очередь, 2017–2019 гг. стали перио-

дом бурного развития видеосервисов в России. И в социальных сетях не везде, очень сегментировано и локально, но идет развитие. Так, некоторые СМК стараются развивать разнообразие контента и гражданские запросы своих подписчиков, вовлекать аудиторию в диалог, что тут же выражается в наполняемости пабликов социальных сетей. Ярko и многогранно на общем фоне контента выглядят Архангельская и Псковская области, республика Коми и Ненецкий автономный округ. Так, исследователей привлек проект Издательского дома «Беломорканал» (Архангельская область), где в сети «VKontakte» выкладываются актуальные видео и сопровождаются острыми комментариями [4].

В соцсетях стали появляться городские паблики – гражданские медиа со своей альтернативной повесткой дня. По ним можно судить, насколько развивается коммуникация в среде, где основными ценностями всегда являлись доверие и открытость на основе личной коммуникации.

На первом этапе вручную производилась выборка и определялись маркеры исследования – с июля 2018 г. по январь 2019 г. – методом ключевых слов и на основе рабочей базы, а также реестра зарегистрированных официальных медиа. Было важно не только найти общие тенденции, но и зафиксировать уникальные свойства кросс-коммуникаций медиа и граждан на той или иной территории. Доверие к журналистам у россиян стало падать в то время, как рынок потребления контента в России стал меняться с 2017 г. в сторону веб-ресурсов и мобильных платформ.

Во время второго этапа исследования – с апреля 2018 г. по апрель 2020 г. – акцент сместился с количественных на качественные критерии. Исследование фокусировалось на нескольких ключевых характеристиках: теме распространяемой информации, количестве и качестве аудитории, регулярности и уникальности контента, инициаторах или владельцах изучаемых медиа, активаторах дискуссий. В итоге выяснилось, что в среднем на один небольшой город с жителями более 20 000 человек на северо-западе России приходится одно муниципальное издание и три-четыре гражданских медиа. Влиятельными изданиями являются общественные форумы и каналы, а также старые медиабренды: количество их подписчиков порой может превышать количество горожан.

За период исследования появилось много псевдоизданий, которые занимаются копирайтингом, рекламой и освещением происшествий, что, скорее всего, говорит о некачественной работе специальных служб на местах (в основном полиции, прокуратуры и МЧС).

Исследование продолжается в условиях авторитарного давления государственных органов на систему локальных медиа и преследования граждан онлайн. В результате ландшафт локальных медиа сокращается мгновенно: от выборов к выборам происходит перераспределение медиаактивов, регулярно нарушается запрос общества на обсуждение, как минимум, социальных и экономических проблем, есть претензии к качеству контента, муниципалитеты не справляются с организацией информации на местах. Нарушение общественного спроса вызывает желание граждан к самореализации и самоорганизации, что, в свою очередь, вызывает новую волну городской информационной экологии – превалирование гражданской журналистики над профессиональной и, как следствие, меняет уровень культуры информации городской среды и региона в целом.

Первый этап исследования в части аудиовизуальных медиа прошел апробацию на конференции МГУ в феврале 2020 г. Заключение второго этапа – по количественному и качественному изучению всех сетевых и традиционных медиа Северо-Западного федерального округа России – планируется предоставить на конференции Белорусского государственного университета в апреле 2020 г. Третий, окончательный этап исследования по качественным изменениям коммуникационных стратегий предстоит осветить на конференции в Университете Тарту в июне 2020 г.

Библиографические ссылки

1. Федеральный закон от 17.11.2017 года «О внесении изменений в статьи 10 и 15 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», а также в ст. 6 закона РФ «О средствах массовой информации».
2. Федеральный закон от 02.12.2019 года N 426-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
3. Федеральный закон от 29.07.2017 года №276-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. Телевидение Информационного агентства «Беломорканал» [Электронный ресурс]. URL.: <http://tv29.ru/> (дата обращения : 10.03.2020).