

кации, доступных для IT-компаний в современном коммуникационном пространстве.

Библиографические ссылки

1. Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь «О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь» // Министерство информации Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://mininform.gov.by/news/actual/utverzhdjena-kontsepsiya-informatsionnoy-bezopasnosti-respubliki-belarus/> (дата обращения: 01.09.2019).
2. Современный рынок IT услуг: особенности и возможности // Экспоцентр. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sviaz-expo.ru/ru/articles/2016/it-uslugi/> (дата обращения: 01.09.2019).

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФЕНОМЕНА ГОРОДСКИХ МЕДИА

Ю. В. Явинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
yavinska@mail.ru*

Новым направлением в изучении городских медиа является «урбанистическое» направление с ярко выраженным аксиологическим уклоном: медиа рассматриваются как агенты производства новых культурных смыслов, трансляции ценностей и поведенческих установок, конструирования территориальной, политической и других видов социокультурной идентичности. Одним из методов изучения социокультурной идентичности в городских медиа может стать нарративный анализ.

Ключевые слова: городские медиа; идентичность; ценности; нарратив.

MODERN APPROACHES TO THE STUDY OF THE PHENOMENON OF LOCAL CITY MEDIA

Yu. V. Yavinskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Yu. V. Yavinskaya (yavinska@mail.ru)*

A new direction in the study of local city media is the «urbanistic» direction with a pronounced axiological bias: media are considered as agents of the

production of new cultural meanings, the translation of values and behavioral attitudes, the construction of territorial, political and other types of socio-cultural identity. Narrative analysis can be one of the methods of studying of the socio-cultural identity in local city media.

Keywords: local city media; identity; values; narrative.

Традиционный подход к изучению городских СМИ, в первую очередь газет и журналов, предполагает их типологизацию по географическому принципу, где основным признаком идентификации выступает локальность. В рамках данного подхода городские медиа (прежде всего, ежедневные газеты) рассматриваются как феномен, целью которого является всестороннее удовлетворение информационных запросов городской читательской аудитории [1], отражение своеобразия того города (региона), в котором они выходят [2]. Белорусскими исследователями региональная пресса рассматривается в историческом, классификационно-типологическом, содержательном аспектах, отдельным направлением стало изучение проблемы цифровизации изданий [3].

Начиная с 2000-х гг., в изучении городских медиа наметилось новое направление, которое условно можно назвать «урбанистическим». Оно связано с переосмыслением роли медиа в большом городе [4; 5], появлением на российском и белорусском медиарынках журналов, позиционирующих себя как городские (локальные) для определенных групп населения («Афиша», The Village, «Я покупаю», «Собака.ru», CityDog.by и др.). В рамках данного направления городские медиа начали восприниматься как часть общего городского контента, как источники «новых культурных смыслов», способные формировать вокруг себя новые городские сообщества (комьюнити).

Сформировалось новое понятие «городских медиа» – это сетевые издания, сосредоточенные на исследовании повседневной жизни своего города – его мест и антропологии, на обсуждении проектов развития городской среды и, как правило, активно участвующие в городской жизни офлайн [6]. Исследователи относят к городским медиа городскую блогосферу и сетевые общегородские паблики; городские общественно-политические медиа; новостные медиа (сетевые информационные агентства); информационно-развлекательные медиа; медиа в стилистике *life style*; нишевые медиа [7]. По теме городских медиаисследований практически ежегодно проходят масштабные конференции. Так, в 2012 г. в Санкт-Петербургском государственном университете прошла конференция, посвященная теоретическому осмыслению понятия «медиапо-

лис» и его роли в жизни современного социума; в 2015 г. состоялась международная конференция в Загребе «Городские медиаисследования: проблемы, пересечения и вызовы».

Европейская практика исследований последних лет по теме «local citymedia» охватывает широкий спектр вопросов. По мнению западных исследователей, городские медиа, производя новостной контент, формируют у граждан чувство эмоциональной привязанности к городу, «заботы» о нем. Городские медиа помогают решать проблемы этнической и социальной разобщенности, последствий джентрификации, кризисов и стихийных бедствий, формируя единство граждан, укрепляя связи между соседями и чувство общности, формируют альтернативные идентичности [8; 9; 10; 11].

Российские исследования городских медиа в рамках «урбанистического» подхода можно условно разделить на два направления. Первая группа связана с изучением функций новых городских медиа в сетевом пространстве города [12; 13; 14]; вопросов формирования единой информационно-повестки дня [15]; роли городских комьюнити в реализации электронного соседства, политического активизма, волонтерства и др. [16; 17]. Белорусские исследования в русле данного направления затрагивают вопросы типологии городских медиа, аспекты творческой деятельности городских онлайн-медиа [18].

Вторая группа исследований городских медиа касается темы производства новых культурных смыслов, трансляции ценностей и поведенческих установок. В рамках данного «аксиологического» направления городские медиа рассматриваются как агенты конструирования территориальной, политической и других видов социокультурной идентичности [19; 20; 21; 22]. Белорусских исследований пока немного. Сегодня можно выделить работы социологов, занимающихся проблемой формирования в медиа социокультурной идентичности различных групп населения [23; 24], а также лингвистические исследования медиатекстов методом дискурс-анализа, который позволяет учитывать «широкий круг когнитивных, прагматических указателей на устройство общества, социальные и духовно-нравственные приоритеты в его развитии» [25].

Перспективным методом аксиологической лингвистики медиатекста в рамках дискурс-анализа можно считать нарративный анализ. Именно нарративы выражают одну из ключевых составляющих новых городских медиа – «городские истории, голоса и людей» [14]. Нарративный анализ позволяет изучать связи текстовых событий и систему эгоцентрических элементов, интерпретировать жизненные сценарии героев

публикаций, вычленять заданные автором оценки происходящих событий, формулировать определяющую их систему ценностей.

Библиографические ссылки

1. Тумилович Н. Городские бесплатные издания: феномен «Вечернего Минска». [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/28393> (дата обращения: 03.09.2019).
2. Винничук А. В. Городские газеты: исторический, классификационно-типологический и содержательный аспекты. Автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/gorodskie-gazety-istoricheskiy-klassifikatsionno-tipologicheskiy-i-soderzhatelnyy-aspekty#ixzz5yLo3rKas> (дата обращения: 03.09.2019).
3. Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. Мінск : БДУ, 2019.
4. Georgiou M. Media and The City: Cosmopolitanism and Difference. Cambridge : PolityPress, 2013.
5. McQuire S. The Media City: Media, Architecture and Urban Space. London, 2008.
6. Город и медиа : материалы Международной научно-практической конференции «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 года. Пермь, 2018.
7. Зеленцов М. Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. № 3. С. 262–272.
8. Boyles J. L. Building an audience, bonding a city: digital news production as a field of care // Media, Culture & Society. 2016. Vol. 39, 7. Pp. 945–959.
9. Leupold A., Klinger U., Jarren O. Imagining the City. How local journalism depicts social cohesion // Journalism Studies. 2018. Vol. 19, 7. Pp. 960–982.
10. Rodríguez C., Ferron B., Shamas K. Four challenges in the field of alternative, radical and citizens' media research // Media, Culture & Society. 2014. Vol. 36, 2. Pp. 150–166.
11. Wynn J. An arson spree in college town: community enhancement through media-convergence // Media, Culture & Society. 2016. Vol. 39, 3. P. 357–373.
12. Запорожец О., Лапина-Кратасюк Е. Люди в сетевых пространствах города: о предварительных результатах проекта «Медиа и технологии в современном городе» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lyudi-v-setevyh-prostranstvah-goroda-o-predvaritelnyh-rezultatah-proekta-media-i-tehnologii-v-sovremennom-gorode> (дата обращения: 03.09.2019).
13. Ливанова М. Муниципальная пресса и локальное сетевое сообщество: формирование повестки дня // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 57-го междунар. форума (19–20 апреля 2018 г.) [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/135958593->

- media-v-sovremennom-mire-peterburgskie-chteniya.html (дата обращения: 03.09.2019).
14. Нигматуллина К. Гибридная повестка новых городских медиа: между локальным и федеральным (на примере медиапространства Санкт-Петербурга) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/gibridnaya-povestka-novyh-gorodskih-media-mezhdu-lokalnym-i-federalnym-na-primere-mediaprostranstva-sankt-peterburga> (дата обращения: 03.09.2019).
 15. Абашев В. Новые городские медиа как агенты урбанизации // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения. СПбГУ, 2018. Т. 1. С. 341–342.
 16. Епанова Ю. Городские медиаисследования, мобильность и «сетевой индивидуализм» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-mediaissledovaniya-mobilnost-i-setevoy-individualizm> (дата обращения: 03.09.2019).
 17. Полищук О. Страна и мы: Городские интернет-газеты в России // The Village, 11.04.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.the-village.ru/village/situation/situation/124753-regionalpress> (дата обращения: 03.09.2019).
 18. Градюшко А. Контент-стратегии городских онлайн-медиа в цифровой среде (белорусский контекст) [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/217835> (дата обращения: 03.09.2019).
 19. Васильева М., Пустовалов А. Медиапроект об уличных музыкантах Перми в крупнейшем сообществе города [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/217245/1/107-112.pdf> (дата обращения: 03.09.2019).
 20. Ильина О. Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 215–223.
 21. Фомина Н. Как новые городские медиа меняют город (на примере пермского интернет-журнала «Звезда») // Город и медиа : материалы Международной научно-практической конференции «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 года. Пермь, 2018. С. 219–227.
 22. Черняк М. Социально-культурные условия формирования толерантности средствами масс-медиа в городской среде // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2010. № 13. С. 98–102.
 23. Лебедева Е. В. Динамика базовых ценностей белорусской молодежи // Социальный облик современной белорусской молодежи. Минск, 2008. С. 20–42.
 24. Ротман Д., Посталовский А., Расолько И. Социальные медиа в информационном поле Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/123825> (дата обращения: 03.09.2019).
 25. Ивченков В. И. Речевая коммуникация в аспекте когнитивной обработки дискурса СМИ // Медиалингвистика. СПб., 2013. Вып. 2. С. 144–147.