

7. Терская Л. А., Черевко В. В. Анализ реализации муниципальной программы «Формирование современной городской среды»: обратная связь с населением // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 360–363.
8. Волошинская А. А. Придут ли в Россию пешеходные торговые улицы (Complete & Living streets)? Нет, не придут: российские инициативы по формированию комфортной городской среды не в полной мере соответствуют мировым практикам // Государственное управление (Электронный вестник). 2019. № 74. С. 6–26.
9. Деменев А. Г., Шубина Т. Ф., Шубина П. В., Ненашева М. В., Макулин А. В., Тарасов И. А. Опыт общественного участия в планировании комфортной городской среды на примере Архангельской области // Арктика и Север. 2018. № 33. С. 91–117.
10. Зимильдинова С. К. От публичных слушаний к соучаствующему проектированию // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 3. С. 166–170.
11. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М. : Прогресс, 1989. 616 с.

КОНЦЕПЦИЯ ГОРОДСКОЙ КОММУНИКАЦИИ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

Б. В. Лебедева

*Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета,
1 линия ВО, 26, 199004, г. 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 гг). 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.

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.

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 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 чис-

ле 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, ВКонтакте, 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 периодом бурного развития видео-сервисов 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, например, исследователей привлек проект Издательского дома «Беломорканал» (Архангельская область), где в сети ВКонтакте выкладываются актуальные видео и сопровождаются острыми комментариями [4: <http://tv29.ru/>].

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 найти не только 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 медиа-активов, 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 № 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: 25.04. 2020).

КОММУНИКАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ СОЗДАНИЯ ДРУЖЕСТВЕННОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Е. В. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
elena_lebedeva_bsu@tut.by*

Материал посвящен анализу коммуникативных факторов и механизмов, определяющих качество среды современных городов, их дружелюбность по отношению к человеку. Рассматриваются ключевые проблемы и негативные последствия урбанизации с точки зрения гуманитарной функции города, описывается влияние различных внешних факторов на дружелюбность городской среды, предлагаются коммуникативные механизмы преодоления негативного влияния коммуникативных факторов (создание мест и организация событий).

Ключевые слова: город; городская среда; коммуникативное пространство города; коммуникативные разрывы; тактический урбанизм; событийный менеджмент.