

## НОВЫЕ ГОРОДСКИЕ МЕДИА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ГОРОДСКУЮ СРЕДУ (НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКИХ СМИ)

Семенова Е.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

[lizsem1989@yandex.ru](mailto:lizsem1989@yandex.ru)

В связи с тем, что интернет доминирует среди пользователей, большинство СМИ стремятся перейти в цифровой формат. Это касается не только крупных изданий, таких как «Коммерсант», «Российская газета», «Gazeta.ru», но и региональных СМИ. Отчасти региональные сегменты российской медиасферы стали пользоваться большей популярностью именно в сети, когда бумажная периодика сбавила темпы. Так, в 2010-е годы в российской медиаструктуре возникает особый тип СМИ: это интернет-газеты и журналы, электронные СМИ и страницы в социальных сетях, которые сосредоточили внимание на обсуждении частных городских и региональных проблем. Применительно к этому типу издания, исследователи стали употреблять термин «новые городские медиа» [Абашев, Печищев, 6]. Изучение данного типа медиа более правильно вести в тесной связи двух таких понятий как «урбанистика» и «медиаисследование», учитывая проблемы развития городской среды и планирования в муниципалитетах.

Проблема «новых городских медиа» стала востребованной и актуальной в современной медиасфере. Это связано с тем, что новые сетевые СМИ стараются максимально приблизиться к читателю, понять, что для него самое важное, самое интересное. В электронных СМИ сделать это просто: достаточно рассмотреть несколько критериев популярности и важности темы в сети – обратная связь, количество просмотров, отметок «нравится», репостов. Говоря проще, СМИ подбирают тот контент, который любит его читатель.

Стремительный рост популярности новых городских медиаавторы называют «урбанистической революцией» [Бовт 2018; Куренной 2012, URL: <https://vm.ru/news/506128.html>]. Наблюдая интенсивное развитие урбанистической тематики, можно выделить три основных типа медиа [Абашев, Печищев, 13-14], которые основывают свои материалы на проблемах муниципалитетов:

- стабильно работающие информационные интернет-ресурсы (формальные и неформальные интернет-редакции, оперативно распространяющие информацию о городе);
- проектные интернет-ресурсы (паблики, сообщества, которые занимаются отдельным проектом);
- аналитические интернет-ресурсы (образовательные площадки).

В своей работе мы проанализируем ключевые аспекты функционирования городских СМИ.

Проблема распространения «новых городских медиа» довольно новая и актуальная. Ее изучением активно занимаются Абашев В.В., Баканов Р.П., Бугрова А.Р., Власова Е.Г., Загидуллина М.В., Ильина О.В., Катаев П.В., Курбанова Р.Ф., Печищев И.М., Пустовалов А.В., Фомина Н.Ю., Ястремская Ю.А.

Материалом исследования выбраны тамбовские городские медиа: паблик в социальной сети ВКонтакте «Тамбов без сахара» [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free](https://vk.com/tambov_sugar_free)], группа портала в социальной сети ВКонтакте «РИА ТОП68» [<http://www.top68.ru>].

Цель исследования – изучить влияние двух тамбовских СМИ – «Тамбов без сахара» и «РИА ТОП68» – на тамбовскую городскую среду и проблемы тамбовчан.

На сегодняшний день информационные процессы в небольших городах, таких как Тамбов, изучены достаточно мало. В России местная проблематика стала значительно важнее, чем проблематика федеральных изданий. Это явление называют процессом децентрализации. Социальные сети стали популярной площадкой для продвижения СМИ в России. Сейчас не только в городах, но и даже в районных центрах есть свои группы в

социальных сетях таких как Instagram, ВКонтакте. В Тамбове таких СМИ много. Условно мы делим их на официальные СМИ и «трибуны гражданской журналистики».

К официальным СМИ, как правило, относятся информационные агентства города, СМИ, учредителем которых являются местные власти, и их страницы в социальных сетях. К «трибунам гражданской журналистики» мы относим паблики в социальных сетях, как правило, это анонимные площадки, авторы/организаторы которых размещают материалы под «фейковым» именем или предпочитают остаться «по name».

Портал «РИА ТОП68» [<http://www.top68.ru>] существует в Тамбове с 2015 года и заявляет себя как читаемое рейтинговое издание. Портал имеет свою группу ВКонтакте, куда выкладывает все материалы корреспондентов разных жанров. В группе состоят 10 593 подписчика с ежедневным приростом в 10-15 пользователей. «РИА ТОП68» активно ведут свою группу, регулярно выкладывают качественные, структурированные и иллюстрированные материалы в формате статьи. Кроме того, они создают собственные инфографики и короткие видео. Авторы часто проводят опросы и конкурсы для подписчиков. В среднем, на каждом посте по 13-16 лайков, 5-6 репостов. Комментируется группа не очень активно.

Паблик ВКонтакте «Тамбов без сахара» [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free](https://vk.com/tambov_sugar_free)] существует не так давно, но уже успел зарекомендовать себя как одно из популярных тамбовских медиа. На «Тамбов без сахара» подписаны 35.988 пользователей с постоянным приростом 30-35 подписчиков в день. В группе выкладывают, в основном, структурированные посты, как правило, в жанре заметки или расширенной заметки. Все материалы иллюстрированы. В паблике активно приветствуют гражданскую журналистику, поэтому часто встречаются материалы подписчиков в формате «Предложенной новости». Также открыты 3 обсуждения и личные сообщения администратору группы. В среднем, посты паблика собирают 34-36 лайков. Посты с наиболее актуальными и волнующими проблемами активно комментируются.

Рассмотрим, как два данных тамбовских СМИ влияют на городскую среду на примере конкретных материалов.

Тамбов – небольшой город, в котором проблемы его жителей находятся практически на поверхности. Так летом 2019 года российскими интернет-пользователями активно обсуждался ряд видеозаписей, на которых мужчина поит свою собаку алкоголем, комментирует и смеется над тем, как пес еле тащит задние лапы. Это вызвало бурное возмущение в сети. Не обошли стороной этот инфоповод два тамбовских медиа. Первоначально пост разместила площадка «Тамбов без сахара» [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_33466](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_33466), [https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_33907](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_33907), [https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_34164](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_34164)]. В комментариях под этим постом жители города начали активное обсуждение проблемы. Благодаря комментариям удалось выяснить некоторые данные, например, где живет мужчина, как его зовут, его страничку в соцсети.

Основываясь на этих данных, корреспондент портала «РИА ТОП68» Алексис Моисеева написала несколько материалов, о том, что хозяин найден, кто-то из тамбовчан среагировал и вызвал участкового [[https://vk.com/top68?w=wall-45627518\\_21030](https://vk.com/top68?w=wall-45627518_21030), [https://vk.com/top68?w=wall-45627518\\_21099](https://vk.com/top68?w=wall-45627518_21099), [https://vk.com/top68?w=wall-45627518\\_21156](https://vk.com/top68?w=wall-45627518_21156)]. В результате всей этой скандальной ситуации обвиняемый тамбовчанином мужчина записал видеообращение, где убеждал неравнодушных граждан, что в бутылке не было алкоголя, что собака так ходит всегда. Об этом «РИА ТОП68» тоже написали материал. Таким образом, на данном примере мы отследили процесс влияния СМИ на конкретную бытовую проблему в городе. Одно СМИ сделало пост-вброс, благодаря комментариям тамбовчан под этим постом удалось узнать данные, на основе которых написаны материалы еще одним СМИ. Благодаря написанным материалам решилась бытовая проблема в городе.

Рассмотрим еще один пример влияния СМИ на тамбовскую городскую среду. В городе не так давно открылся новый торговый центр «Студенец». Еще во время строительства в городе было много разных мнений на счет законности постройки ТЦ в этом месте. Вскоре «Студенец» был открыт в тестовом режиме. Об этом написал паблик «Тамбов без сахара» [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_36260](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_36260)]. Жители активно обсуждали открытие в комментариях. На основе этого паблик написал еще один материал [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_36642](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_36642)]. Спустя месяц стартовал официальный режим работы развлекательного центра, а уже на следующий день там на фудкорте обвалилась огромная труба [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_40646](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_40646)]. После журналисты проанализировали подробности произошедшего и написали пост об этом [[https://vk.com/tambov\\_sugar\\_free?w=wall-99385466\\_40758](https://vk.com/tambov_sugar_free?w=wall-99385466_40758)]. На примере данной цепочки постов мы можем увидеть, как медиа взяло городскую проблему под контроль и ведет ее на протяжении всего времени.

Рассмотрим третий пример, когда СМИ влияют на город и жителей. Портал «РИА Топ68» написал материал о благотворительной ярмарке [[https://vk.com/top68?w=wall-45627518\\_19084](https://vk.com/top68?w=wall-45627518_19084)]. Все средства, собранные с продажи хенд-мейда, направили на лечение трех тамбовских девочек. Помимо товаров, журналист «РИА Топ68» поговорил с организаторами ярмарки и рассказал, куда можно обратиться, чтобы помочь детям. В результате удалось помочь одной из девочек, ей собрали 10 миллионов рублей и провели операцию в Калифорнии. Об этом тамбовчанам также рассказал портал «РИА Топ68» [[https://vk.com/top68?w=wall-45627518\\_21355](https://vk.com/top68?w=wall-45627518_21355)].

Таким образом, на примере трех ситуаций мы отследили, как тамбовские СМИ становятся не только оперативными информационными агентами, но и «агентами урбанизации» [Абашев, Печищев, 9], влияющими на городскую среду и общество. Благодаря реагированию СМИ на проблемы города, решаются важные общественные вопросы, которые не оставляют равнодушными пользователей. Новые городские медиа в диалоге с городом, обращаясь к актуальным практикам повседневной общественной жизни, работают инструментом объединения разнообразных проблем в единый городской нарратив. Такая система может быть рассмотрена как современная модель развития города.

### Список литературы

1. *Абашев В.В., Печищев И.М.* Истории, строящие города: городские интернет-газеты в медиаландшафте России // Журналистика и массовая коммуникация в XXI веке: материалы Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. Пермь: Титул, 2017. С. 6–20.
2. *Бовт Г.* Обыкновенная городская революция: Москва 2010–2018 // Вечерняя Москва. 20.06.2018. URL: <https://vm.ru/news/506128.html> (дата обращения 29.10.2018).
3. *Градюшко А.А.* Приемы использования инструментов социальных медиа в современной региональной веб-журналистике Беларуси // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5 (360). Вып. 94. Филология. Искусствоведение. С. 9–14. URL: [http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/113704/1/Hradziushka\\_Social\\_media\\_Cheljabinsk.pdf](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/113704/1/Hradziushka_Social_media_Cheljabinsk.pdf) (дата обращения 17.09.2018).
4. *Сидорова С.Ю.* Моделирование стиля жизни в урбанистических медиапроектах // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2235> (дата обращения 05.10.2017).
5. Новые городские медиа в медиаландшафте России. 1–2 июня 2018 года, Пермь. URL: <http://urbanjournalism2018.tilda.ws> (дата обращения 17.09.2018).