

Вербицкий М. Ю.

Уральский федеральный университет

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАОБРАЗА ЕКАТЕРИНБУРГА В ТЕКСТАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ СМИ

Аннотация. В статье приводятся современные трактовки понятия «медиаобраз». Актуализируется проблема исследования медиаобраза Екатеринбурга на федеральном уровне. С использованием метода контент-анализа выявляются общие тенденции моделирования медиаобраза в ведущих российских интернет-изданиях. Констатируется, что медиаобраз Екатеринбурга состоит из криминально-девиантного, политического, культурного, инновационного и экономического субобразов, а новости о городе подаются по большей части с нейтральной оценкой. Автор приходит к выводу, что Екатеринбург в федеральных медиа в целом представляется городом с самодостаточными политическими и общественными явлениями.

Ключевые слова: медиаобраз, имидж, медиаобраз Екатеринбурга, субобразы, российские медиа, федеральный медиадискурс

Verbickiy M. Y.

MODELING THE EKATERINBURG'S MEDIA IMAGE IN THE FEDERAL MEDIA TEXTS

Abstract. The article presents modern interpretations of the concept «media image». The problem of studying the Ekaterinburg's media image at the federal media is actualized. Using the content analysis method, the general trends of modeling media image in leading Russian

online publications are revealed. It is stated the Ekaterinburg's media image consists of criminally deviant, political, cultural, innovative and economic sub-images, and news about the city is served mostly with a neutral assessment. The author concludes that Ekaterinburg as a whole appears to be a city with self-sufficient political and social phenomena worthy of national attention in the federal media.

Keywords: media image, image, Yekaterinburg media image, sub-images, Russian media, federal media discourse

Средства массовой информации общепризнанно влияют на массовую аудиторию, формируя ее сознание и мировоззрение. В конце концов этот процесс ведет к моделированию картины мира человека, которую можно назвать медиаобразом. В российском научном пространстве написаны десятки статей об этом феномене. При этом до сих пор не существует консенсуса в определении медиаобраза, особенно в контексте территориальных идентичностей.

Е. Богдан связывает медиаобраз с «особым образом реальности, предъявляемым массовой аудитории медиаиндустрией» [1]. Т. Глушкова считает, что медиаобраз представляет собой совокупность рациональных и эмоциональных представлений, основанных на информации из СМИ [5]. Как полагает Д. Горбаль, медиаобраз — это «виртуальный образ реальности, обособленной совокупностью своих отличительных черт и условий, который возникает в общественном сознании благодаря материалам СМИ» [3]. С содержательной точки зрения медиаобраз города — это система, состоящая из множества связанных друг с другом субобразов. Р. Курбанова и Ю. Луговая выделяют десять субобразов: политический; урбанистический; криминально-девиантный; экономический; культурный; событийный; научно-образовательный; природно-экологический; инновационный; исторический [4].

Тема медиаобраза Екатеринбурга в федеральных СМИ недостаточно исследована. В одной из немногих работ Л. Везнер рассматривает

основные компоненты образа Екатеринбурга в российских печатных СМИ и выясняет, что образ города характеризуется размытостью и фрагментарностью [2].

Последнее время Екатеринбург попадает в федеральное информационное поле как город, в котором происходят события, идущие вопреки федеральным трендам. Внимание к Екатеринбургу возросло на фоне проведения российской спецоперации на Украине. Наиболее показательными становились высказывания телеведущего В. Соловьева, который использовал выражения «центр мерзотной либероты» и «сволочи псевдоуральские». Вместе с голосами обвинения в медийном пространстве присутствуют и голоса защиты Екатеринбурга: К. Собчак называла Екатеринбург «центром российского либерализма».

Будучи погруженными преимущественно в локальное информационное пространство, мы можем подчеркнуть, что екатеринбургские издания активно освещали данные информационные поводы, поскольку они вызвали общественный резонанс у горожан. Вопрос в другом: насколько обвинения в адрес Екатеринбурга стоят в повестке дня федеральных изданий и какие события, связанные с городом, действительно туда попадают.

Для изучения медиаобраза Екатеринбурга в федеральном медиaprостранстве мы провели контент-анализ новостных сообщений на четырех ресурсах, которые входят в список топ-5 наиболее цитируемых интернет-ресурсов России по версии «Медиалогии» на январь 2023 г.: Lenta.ru, Gazeta.ru, Russian.rt.com и Rbc.ru. Материалы были отобраны по случайному принципу за 2022 г.; всего проанализировано около 200 публикаций. Нам удалось выявить пять субобразов Екатеринбурга — криминально-девиантный, политический, культурный, инновационный и туристический.

Наиболее часто в федеральном информационном дискурсе о Екатеринбурге встречаются новостные сообщения о криминале. В СМИ, как правило, фокусируются на вызывающих преступлениях,

которые способны вызвать общественный интерес. Например: «*В Екатеринбурге мать убила двух родных сыновей и дочь, сообщив родственникам, что в детей якобы вселились бесы*» (В Екатеринбурге мать убила троих детей при помощи провода // Lenta.ru. 2022. 26 дек. URL: <https://lenta.ru/news/2022/12/26/ekb/> (дата обращения: 01.03.23)). Помимо заметок о преступлениях рядовых граждан, в федеральных медиа распространены сообщения о резонансных уголовных делах: «*В Сысертском суде Свердловской области на процессе по уголовному делу бывшего вице-мэра Екатеринбурга Виктора Контеева в качестве свидетеля выступил бывший киллер ОПГ “Уралмаш” Игорь Сычев*» (Киллер ОПГ «Уралмаш» выступил в суде по делу бывшего вице-мэра Екатеринбурга // Lenta.ru. 30 нояб. URL: <https://lenta.ru/news/2022/11/30/sichev/> (дата обращения: 01.03.23)). Преступная группировка ОПГ «Уралмаш» известна по всей России, поэтому новые события, касающиеся ее выходцев, привлекают внимание федеральных медиа.

Политический субобраз Екатеринбурга в 2022 г. строился на трех крупных информационных сюжетах. Первый — «конфликт В. Соловьева и Екатеринбурга». Каждое из рассмотренных нами изданий посвящало этой теме не менее пяти сообщений. Например, Gazeta.ru опубликовала заметку о том, что мэр Екатеринбурга А. Орлов выступил в защиту екатеринбуржцев и ответил телеведущему Владимиру Соловьеву: «*По словам Орлова, на протяжении всей своей истории город живет ради процветания и безопасности России*» (Мэр Екатеринбурга вступился за горожан и ответил телеведущему Соловьеву // Gazeta.ru. 2022. 28 апр. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/04/28/17652668.shtml> (дата обращения: 01.03.23)). Второй сюжет — судебная хроника экс-мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана (признан иноагентом), обвиненного в дискредитации ВС РФ. В материалах рассмотренных федеральных изданий Е. Ройзман упоминается чаще других екатеринбуржцев, поэтому его можно назвать одной из ключевых медийных фигур города,

в том числе формирующих городской медиаобраз. После задержания Ройзмана Rbc.ru и Russian.rt.com выпустили по 9 публикаций по теме, Lenta.ru — 11 публикаций, Gazeta.ru — 21 публикацию. Третий — «ЛГБТ-танец» учеников екатеринбургского лицея: «Подростки из екатеринбургского лицея №12 станцевали в полуголом виде прямо перед зданием образовательного учреждения» (Танец полуголых лицеистов возмутил россиян и попал на видео // Lenta.ru. 2022. 31 мая. URL: <https://lenta.ru/news/2022/05/31/liceyuu/> (дата обращения: 01.03.23)). Федеральные издания активно освещали эту тему и сделали по ней несколько публикаций.

В отличие от политического субобраза, культурный субобраз Екатеринбурга менее раскрыт и состоит из эпизодических сообщений, однако прослеживается образ Екатеринбурга как важного музыкального центра. Так, в одной из заметок рассказывается о появлении в городе арт-объекта, посвященного рок-группе «Наутилус Помпилиус», а в другой говорится о том, что на Урале стартовал «крупнейший музыкальный фестиваль округа».

В СМИ также сформулирован инновационный субобраз Екатеринбурга. Например, Lenta.ru пишет о запуске в городе троллейбусов с климат-контролем и появлении единственного бассейна на крыше екатеринбургского небоскреба. Еще один субобраз — туристический: *«У многих Екатеринбург ассоциируется с суровым климатом и промышленными микрорайонами с соответствующими названиями: Уралмаш, Вторчермет, Эльмаш, ВИЗ. Однако не только металлургическое прошлое и настоящее характеризует Екатеринбург»* (Екатеринбург привлекает тысячи туристов со всей России // Lenta.ru. 2022. 20 июля. URL: <https://lenta.ru/articles/2022/07/20/ural/> (дата обращения: 01.03.23)).

Кроме контент-анализа мы определили тональность каждой из публикаций. Выяснилось, что 20% текстов, связанных с Екатеринбургом, в федеральных изданиях написаны с позитивной тональностью, 24% — с негативной, 56% — с нейтральной. Как правило,

позитивная тональность присутствуют в сообщениях, образующих инновационный и туристический субобразы, а негативная связывается с криминальным и политическим субобразом.

Рассмотрев публикации федеральных медиа о Екатеринбурге, мы выявили общие тенденции формирования медиаобраза. Выявленное преобладающее количество сообщений о происшествиях в Екатеринбурге, вероятно, никак не связано с особой криминогенной обстановкой в городе. Дело в том, что СМИ удовлетворяют запрос аудитории на негативные новости. Сообщения о преступлениях в Екатеринбурге ничем не выделяются среди аналогичных новостей из других крупных городов.

В ходе работы мы пришли к выводу, что Екатеринбург — это город с нетривиальными политическими и общественными явлениями, которые удостоиваются всероссийского внимания. Те или иные обвинения в адрес Екатеринбурга и его жителей, негативные инфоповоды «отрабатываются» местной властью, встающей на защиту интересов города и озвучивающей свой взгляд на образ города, пытаясь донести его до федеральной аудитории.

Литература

1. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. — 2007. — № 4. — С. 122–127.
2. Везнер Л. М. Структура образа города: основные теоретические подходы / Л. М. Везнер // Вестник экономики, права и социологии. — 2014. — № 4. — С. 221–224.
3. Горбаль Д. Э. Современные подходы к феномену медиаобраза / Д. Э. Горбаль // Наука и образование сегодня. — 2020. — № 11 (58). — С. 72–75.
4. Курбанова Р. Ф., Луговая Ю. А. Образ города как результат деятельности средств массовой информации / Р. Ф. Курбанова,

Ю. А. Луговая // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. — С. 140–144.

5. Человек и культура: диалог в медиапространстве. Опыт практической работы лаборатории медиапсихологии. — Текст: электронный // myshared.ru. 2012. URL: <http://www.myshared.ru/slide/100228/> (дата обращения: 01.03.2023).

УДК 070.1:316.77+811.161.1:659.1+81'23+81'373.611

Вольская Н. Н.

Московский государственный университет

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ЧАСТЬ ДИСКУРСИВНОЙ ПРАКТИКИ

Аннотация. Дискурсивная практика рассматривается в различных аспектах, в том числе как способ говорения в определенной социальной сфере или в каком-либо социальном институте, отражающий жизненный опыт и знания коммуникантов. Языковое наполнение дискурсивной практики включает в себя языковую игру, в частности, на лексическом и словообразовательных уровнях. Языковая игра представляет собой основу для формирования особых способов говорения, которые рождаются под влиянием разнообразных экстралингвистических ситуаций, выступающих стимулом одинаковых дискурсивных реакций. Лексические средства отбираются коммуникантами в соответствии с определенными тенденциями, такими как: 1) стремление к модному слову, позволяющему причислить адресата к молодому поколению; 2) использование в международном употреблении сложившихся систем терминов и специальных слов, однородных по происхождению; 3) необходимость в разграничении понятий. Анализ примеров языковой игры