Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2023;9(4):979-988
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE
УДК / UDC 070
https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988
Шифр научной специальности 5.9.9

Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества

Елена Николаевна КЛЕМЁНОВА, Наталья Игоревна ФЕДОСЕЕВА ✉
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
344022, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69
✉ fedoseewan@yandex.ru

Аннотация. Актуальность и новизна исследования обусловлены недостаточной изученностью феномена урбанистического контента, выходящего на страницах региональных средств массовой информации. Цель исследования – определить роль региональных изданий в формировании городского сообщества, их вовлечённость в коммуникативное пространство городской среды. Эмпирическим исследовательским материалом для работы послужили СМИ ростовского региона, среди которых представители областных, районных, городских и корпоративных изданий, а также выпускаемый ими урбанистический контент. Для исследования было выбрано 7 периодических изданий и проанализировано 1550 публикаций урбанистического характера. Ведущим методом данного исследования является качественно-количественный анализ урбанистического контента прессы Ростовской области. В исследовании сформулированы выводы о том, что все рассмотренные типы региональных изданий занимают важное место в существующих процессах городской медиакоммуникации. В ходе исследования также выявлено, что среди изданий ростовского региона безоговорочную вовлечённость в процесс формировании городского сообщества демонстрируют областные СМИ. Эффективнее других типов изданий они освещают проблемы урбанизации на разных уровнях и влияют на формирование публичного мнения, на принятие решений, направленных на устойчивое развитие городов и региона в целом.

Ключевые слова: региональные СМИ, урбанистический контент, коммуникативное пространство города, городская среда, городская идентичность, СМИ Ростовской области

Для цитирования: *Клемёнова Е.Н., Федосеева Н.И.* Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 979-988. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988

Материалы статьи доступны по лицензии Creative Commons Attribution («Атрибуция») 4.0 Всемирная
OPEN ACCESS

© Клемёнова Е.Н., Федосеева Н.И., 2023

2023;9(4):979-988 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/

The role of regional media in urban community development

Elena N. KLEMENOVA, Natalya I. FEDOSEEVA ✉
Rostov State University of Economics
69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation
✉ fedoseewan@yandex.ru

Abstract. The relevance and novelty of the research are due to the insufficient study of the urban content phenomenon published on the pages of regional mass media. The purpose of the research is to determine the role of regional publications in urban community development, their involvement in the communicative space of urban environment. The empirical research material for the work is Rostov region mass media, including representatives of regional, district, city and corporate publications, as well as urban content produced by them. For the research, 7 periodicals are selected and 1550 publications of an urban nature are analyzed. The leading method of this research is a qualitative and quantitative analysis of the urban content of Rostov region press. The research formulates the conclusions that all the considered types of regional publications occupy an important place in the existing processes of urban media communication. The study also revealed that among the publications of the Rostov region, the regional media demonstrate unconditional involvement in the process of urban community development. More effective than other types of publications, they cover the problems of urbanization at different levels and influence the formation of public opinion, decision-making aimed at sustainable development of cities and the region as a whole.

Keywords: regional media, urban content, city communicative space, urban environment, urban identity, Rostov region media

For citation: *Klemenova, E.N., & Fedoseeva, N.I.* The role of regional media in urban community development. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):979-988. (In Russ., abstract in Eng.) https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988

This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
OPEN ACCESS

ВВЕДЕНИЕ

Современное городское сообщество тесно связано с медиа и информационной средой. Региональная пресса играет значительную роль в формировании и развитии городской среды, обеспечивая информационную поддержку, формирование общественного мнения и гражданскую активность. В данной работе исследуется роль региональной прессы в устройстве городского сообщества, а также её влияние на городскую идентичность и общественную инициативность.

Сегодня в научном дискурсе прослеживается явный интерес к вопросу роли СМИ в формировании городского сообщества. Так, В.В. Абашев и И.М. Печищев в статье «Городские сетевые издания как агенты урбанизации» обращаются к проблеме «развития урбанистически ориентированных городских интернет-медиа» [1, с. 201], исследуют их влияние на жизнь общества в российских городах [1]. Е.А. Зверева в статье «Инструменты социализации в новых городских медиа» изучает «инструменты социализации аудитории, представленные в городских медиа в режимах адаптации и интеграции с социальной средой» [2, с. 83]. Л.В. Иванова в диссертационной работе «Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества: на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге – Тольятти» иссле-

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2023;9(4):979-988
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/

дует «процессы взаимодействия и взаимовлияния городской среды и городской прессы» [3, с. 14]. О.В. Ильина в статье «Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности» акцентирует внимание на вопросе конструирования в СМИ символических городских карт с помощью концептов идентичности [4]. А.Н. Павлова в диссертации «Российский региональный город в информационной повестке общефедеральных печатных СМИ» изучает «формы и характер взаимодействия общефедеральной прессы с российскими региональными городами в процессе формирования информационной повестки дня» [5, с. 5].

Необходимо отметить, что упомянутые научные изыскания в большей степени сосредоточены на изучении роли новых городских медиа в формировании городской среды. По мнению большинства исследователей, именно сетевые СМИ нацелены на преобразование городского сообщества в медиакоммуникативную систему. Не подвергая сомнению эти умозаключения, мы рассматриваем в данном исследовании особенности организации всей подсистемы традиционных и сетевых региональных СМИ (областных, районных, городских изданий) в коммуникативном пространстве города. Также уделим внимание корпоративным изданиям. Широкий охват эмпирической базы обусловлен неоспоримым влиянием региональной прессы на сознание горожан в вопросах эволюции городской среды обитания. Кроме того, региональная периодика по-прежнему остаётся важным компонентом современного медиапространства России.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В исследовании была поставлена цель определить роль региональных СМИ в формировании городского сообщества. Для реализации этой цели нами были рассмотрены особенности организации региональной периодики в коммуникативном пространстве города. Также в исследовании представлен краткий обзор некоторых изданий, выпуск которых осуществляется на территории Ростовской области. На завершающем этапе исследования проанализирован урбанистический контент в СМИ ростовского региона, а затем сформулированы выводы о вовлеченности изучаемых региональных медиа в коммуникативное пространство городской среды.

В описании результатов исследования часто применяется понятие «урбанистический контент», поэтому необходимо дать формулировку данному термину. Урбанистический контент – это контент, содержащий сведения о развитии городских систем, которые, в свою очередь, оказывают влияние на качество среды обитания общества.

В исследовании используются такие методы, как описательный, сопоставительный, классификационный, а также метод сплошной выборки. Базовой методикой исследования стал качественно-количественный анализ урбанистического контента, выпускаемого СМИ Ростовской области. Данный контент был оценён с точки зрения его следующих характеристик: позитивный контент (создаёт позитивные эмоции у аудитории), «проблемный» контент (содержит информацию об острых проблемах, которые нуждаются в решении), нейтральный контент (не содержит выраженной позиции, не вызывает сильных эмоций у аудитории). Коннотация публикаций урбанистической направленности была определена с помощью опроса городского населения Ростовской области. Респондентам было дано задание выбрать одну эмоцию (позитивную, нейтральную, негативную), которую они испытывают при прочтении заголовков, лидов или хэдлайнов текстов региональных медиа. В связи с большим объёмом предложенной для оценки информации (1550 текстовых единиц) данный опрос проводился в течение одного месяца в три этапа с разной фокус-группой, всего в опросе поучаствовали 557 респондентов. На основании мнения большинства сделан вывод о тональности рассматриваемого урбанистического контента.

Эмпирической базой в данном исследовании послужили материалы урбанистического характера, которые были опубликованы на страницах СМИ ростовского региона в период с января 2020 по декабрь 2022 г. Среди всего массива изданий области нами вы-

2023;9(4):979-988 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) 🕮 http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html

браны яркие представители разных типов СМИ согласно ареалу их распространения. Областные издания: информационно-аналитическая газета Ростовской области «Молот», деловая еженедельная газета и деловой портал «Город N»; районные издания: общественно-политическая газета и сетевое издание Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник», еженедельная общественно-политическая газета и сетевое издание Зерноградского района Ростовской области «Донской маяк»; городские СМИ: городская газета «Ростов официальный», городской новостной портал 161.ru. Кроме того, в эмпирический массив вошла корпоративная газета «Ростсельмаш». Несмотря на то, что корпоративная пресса не относится к типологической группе изданий, выделяемой по области информационного влияния, «Ростсельмаш» является исключением среди прессы предприятий, организаций, учреждений: 95 лет газета не только исправно выполняет основные функции корпоративного издания, но и ведёт на своих страницах летопись развития города Ростова-на-Дону. Таким образом, общий массив выборки включает в себя 1550 публикаций урбанистического характера. Данный перечень изданий также обусловлен периодическим выпуском урбанистического контента на своих страницах, что позволяет нам заведомо говорить о существующем процессе их социальной коммуникации в городской среде.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В системе отечественных СМИ неоспорима значимость региональных изданий. В своих научных исследованиях это подтверждают такие учёные, как А.И. Акопов[1], Е.В. Ахмадулин, А.И. Станько[2], Я.Н. Засурский[3], С.Г. Корконосенко[4], Е.А. Корнилов[5], В.В. Тулупов с соавт.[6], М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская[7], Г.С. Зуева, М.А. Дубовер [6], И.И. Карпенко [7] и другие исследователи. Перечисленные учёные также солидарны во мнении, что среди типологических характеристик региональной прессы важное место занимает её территориальная принадлежность. Исследовав различные вариации сегментирования периодики по данному признаку, мы пришли к выводу, что простейшая модель российской прессы будет включать в себя общероссийские и региональные СМИ, последние, в свою очередь, представлены областными, районными, городскими изданиями и изучаются в данном исследовании.

Областные СМИ предоставляют широкую и всестороннюю информацию о событиях и происходящих изменениях на территории области. Они освещают политические, экономические, социальные, культурные и другие аспекты жизни региона. Благодаря своей широкой аудитории и ресурсам они имеют возможность глубоко рассматривать проблемы урбанизации на региональном уровне. Они могут проводить расследования, предоставлять аналитические материалы и выявлять суть проблем, связанных с развитием городов и регионов. В коммуникативном пространстве города перед областными СМИ стоят следующие задачи: освещать проблемы урбанизации на региональном уровне; влиять на принятие решений в региональной политике, поднимая проблемы урбанизации и создавая общественное сознание вокруг них; проводить серьёзные расследования и предоставлять детальную аналитику, выявляя последствия проблем урбанизации в регионе.

[1] *Акопов А.И.* Периодические издания. 2-е изд., доп. Ростов н/Д.: Изд-во ООО МП «Книга», 1999. 91 с.

[2] *Ахмадулин Е.В., Станько А.И.* Региональная печать Дона и Северного Кавказа. Ростов н/Д.: Изд-во Южного федерального ун-та, 2014. 370 с.

[3] *Засурский Я.Н.* Система средств массовой информации России. М.: Аспект пресс; Изд-во Моск. ун-та, 2001. 259 с.

[4] *Корконосенко С.Г.* Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Общество «Знание» СПб. и Лен. обл., 2000. 272 с.

[5] *Корнилов Е.А.* Типология периодической печати: основные понятия и категории // Типология периодических изданий: межвуз. сб. науч. статей / ответ ред. Е.А. Корнилов. Ростов н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 1984. 157 с.

[6] *Грабельников А.А., Золотухин А.А., Кажикин А.А., Марчан К.В. Тулупов Вс.В., Тулупов В.В.* Типология прессы: история, теория, практика. Воронеж: ИД ВГУ, 2019. 204 с.

[7] *Шкондин М.В., Реснянская Л.Л.* (ред.). Типология периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с.

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2023;9(4):979-988
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/

Среди областной прессы Ростовской области нами выбраны два издания – информационно-аналитическая газета «Молот»[8] и деловое издание «Город N»[9] (выходит в формате печатной газеты и имеет одноимённый деловой интернет-портал). В исследовании представлен краткий обзор этих изданий, а в табл. 1 отражены результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента в областных СМИ Ростовской области в период с 2020 по 2022 г. включительно.

Информационно-аналитическая газета Ростовской области «Молот» по праву считается старейшим изданием Донского края (издаётся с 1917 г., сменила несколько названий: «Наше знамя», «Рабочая правда», «Трудовой Дон» и др.). Сегодня «Молот» – это единственная областная газета, в которой Правительство Ростовской области сохраняет учредительство. Газета входит в состав регионального медиахолдинга «Дон-медиа», который также выступает соучредителем издания.

Миссия СМИ – информировать аудиторию о перспективах развития региона, выступать площадкой для обсуждения важных вопросов из разных сфер развития Ростовской области.

На страницах издания является популярной тема благоустройства городов и иных поселений ростовского региона. Урбанистический контент представлен сбалансированностью экономических, социальных, демографических, правовых и других факторов развития общества. В газете присутствует ряд рубрик, в которых публикуются материалы урбанистической направленности: «Инфраструктура», «Экология», «Благоустройство», «Транспорт» и пр.

«Город N» – областная деловая еженедельная газета и деловой портал. Медиа является продуктом одноимённого издательского дома, газета издаётся с 1992 г., интернет-СМИ было зарегистрировано в 2000 г. Создателем, главным редактором, соучредителем издания является Сергей Строителев.

Целевое назначение СМИ – «способствовать развитию бизнеса в Ростовской области, предоставлять читателям наибольший объём качественной локальной деловой информации»[10].

Несмотря на то, что издание имеет деловую направленность, оно уделяет особое внимание развитию городов Ростовской области, отражая взаимозависимость современной урбанизации и экономической сферы региона. Среди рубрик, содержащих урбанистический контент, – «Панорама недели», «Деловая недвижимость», «Общество», «В городе».

Районные СМИ – преимущественно эти издания содержат информацию местного значения, играют важную роль в поддержке местного сообщества, они представляют мнения, инициативы и достижения жителей района, способствуя их узнаваемости, идентичности и вовлечённости. В коммуникативном пространстве города районные СМИ обладают следующими особенностями: имеют более узкую аудиторию, что позволяет им глубоко изучать и освещать проблемы урбанизации на местном уровне; тесно связаны с местным сообществом и имеют возможность предоставлять платформу для обсуждения проблем урбанизации и взаимодействия между жителями и органами власти; уделяют внимание местной специфике и проблемам, связанным с урбанизацией в конкретном районе; отражают интересы и потребности местных жителей, помогая им выразить своё мнение по проблемам урбанизации.

В Ростовской области выходит более 60 районных СМИ, в большинстве своём – это печатные газеты, редакции которых также владеют одноимёнными сетевыми изданиями. В исследовании рассматриваются два районных СМИ – общественно-политическая газета и сетевое издание Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник»[11], еженедельная общественно-политическая газета и сетевое издание Зерноградского района Ростовской области

[8] «Молот» – информационно-аналитическая газета Ростовской области. Архив. URL: https://don24.ru/molot/ (дата обращения: 01.07.2023).

[9] «Город N» – ростовский деловой портал. URL: https://gorodn.ru/ (дата обращения: 01.07.2023).

[10] «Город N» – сетевое издание. URL: https://gorodn.ru/ (дата обращения: 01.07.2023).

[11] «Морозовский вестник» – сетевое издание. URL: https://morozvest.ru/ (дата обращения: 01.07.2023).

2023;9(4):979-988 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) 🕮 http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html

«Донской маяк»[12]. Стоит отметить, что работа районных редакций ростовского региона имеют схожие особенности, а указанные СМИ, в данном случае, выступают примером того, как в целом организован процесс взаимодействия районной прессы Ростовской области с городской средой. В исследовании представлен краткий обзор этих изданий, а в табл. 1 отражены результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента в районных СМИ Ростовской области в период с 2020 по 2022 г. включительно.

Общественно-политическая газета Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник» была основана в 1999 г., но история «предшественников» издания началась намного раньше – в 1920 г. Учредителями современной газеты выступают Комитет по управлению имуществом администрации Морозовского района и редакция газеты «Морозовский вестник», которая также выступает учредителем сетевого одноимённого издания.

Миссия СМИ – информировать жителей района о местных событиях, создавать у аудитории территориальную идентичность. Кроме того, на сайте издания формируется региональная и общероссийская информационная повестка.

Как и положено районной прессе, издание в первую очередь уделяет внимание жителям небольших поселений района и событиям, которые там происходят. Значительно реже в СМИ встречаются публикации, посвящённые благоустройству административного центра района – городу Морозовск. Урбанистический контент чаще можно встретить на сайте издания, а не в его печатной версии, например, в рубриках «Новости Морозовского района», «Общество», «Мероприятия».

Общественно-политическая газета Зерноградского района Ростовской области «Донской маяк» впервые вышла в свет в 1992 г., до этого момента районная газета неоднократно меняла своё название и была основана еще в 1930 г. Учредителями современной газеты выступают администрация Зерноградского района и коллектив редакции, с 2012 г. редакцией издаётся сетевое одноимённое СМИ.

Миссия издания – формировать информационную повестку в районе, освещать главные события региона, усиливать территориальную идентичность среди жителей района.

Как и в «Морозовском вестнике», в данном издании чаще можно прочитать о благоустройстве всего района, реже – о состоянии городской среды административного центра, города Зерноград. В газете нет чёткой рубрикации, а на сайте урбанистический контент можно встретить в разделах «Короткой строкой», «Новости». Как правило, такие публикации урбанистической направленности являются актуальными для жителей всего района, а не только для горожан.

Городские СМИ. Этот тип изданий распространяется в пределах города и обеспечивает его жителей информаций о событиях городской жизни. В коммуникативном пространстве города перед этими СМИ стоят следующие задачи: специализироваться на освещении проблем, связанных с урбанизацией; освещать такие темы, как благоустройство, транспортная инфраструктура, жилищная политика и другие аспекты развития города; играть важную роль в формировании городской идентичности и культуры; предоставлять платформу для выражения мнений и идей, то есть позволять обществу обсуждать важные вопросы, связанные с городской политикой, развитием инфраструктуры, охраной окружающей среды и пр.

Для проведения качественно-количественного анализа урбанистического контента в городских СМИ были выбраны два медиа-«антипода» – правительственная городская газета «Ростов официальный» и независимый городской новостной портал 161.ru. Представлен краткий обзор этих изданий.

Городская газета «Ростов официальный»[13] выпускается с 1994 г., учредителем издания выступает администрация города Ростова-на-Дону. В свою очередь, редакция

[12] «Донской маяк» – сетевое издание. URL: https://gazeta-dm.com/ (дата обращения: 01.07.2023).

[13] «Ростов официальный» – городская газета Ростова-на-Дону. Архив. URL: https://rostof.ru/paper/archiv (дата обращения: 01.07.2023).

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2023;9(4):979-988
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/

газеты выступает учредителем сетевого издания «ROSTOF.RU»[14].

Миссия СМИ – информировать аудиторию о городских событиях, а также формировать положительный имидж города и местной власти.

Городская среда всегда находится в фокусе внимания редакции издания. Урбанистический контент с позитивной характеристикой занимает большую часть полос в газете и разделов на сайте, тема города присутствует в таких разделах, как «Политика», «Общество», «Экономика», «Культура», «Отдых» и пр.

Городской новостной портал 161.ru[15] был зарегистрирован как интернет-СМИ в 2017 г. Учредителем медиа выступает сеть российских городских интернет-СМИ ООО «Сеть городских порталов» (входит в состав крупной медиакомпании «Шкулёв Медиа Холдинг»).

Миссия СМИ – ежедневно формировать информационную повестку дня для жителей города Ростова-на-Дону.

Урбанистический контент является популярным тематическим направлением в издании, на сайте для такого контента есть даже отдельные спецразделы: «Застройка Левого берега», «Застройка Ростова», «Исчезающий Ростов». С частой периодичностью на сайте выходят материалы, из которых можно узнать о существовании проблем городского благоустройства.

Так как в эмпирическую базу исследования вошла корпоративная газета «Ростсельмаш», был проанализирован выпускаемый ею урбанистический контент, считаем уместным рассмотреть особенности данного типа изданий.

Корпоративные СМИ (издания предприятий, организаций, учреждений). Как правило, корпоративным называется издание, которое служит интересам определённой компании, выпускается её сотрудниками. Корпоративные СМИ информируют свою аудиторию о деятельности корпорации (компании, предприятия, организации, учреждения), содействуют сплочению её сотрудников и выступают проверенным каналом коммуникации. В медиаландшафте города корпоративные СМИ имеют следующие особенности: демонстрируют заинтересованность работников, клиентов и других сторон-участников корпорации в развитии городской среды, рассказывают об их деятельности, направленной на благоустройство городского сообщества. Кроме того, медиа градообразующих предприятий выполняют некоторые функции городских СМИ и наравне с ними формируют единое информационное пространство города. Перечисленные особенности подтверждают целесообразность рассмотрения корпоративного издания в общем массиве региональных СМИ.

В данном исследовании урбанистический контент анализируется в газете «Ростсельмаш»[16]. Корпоративное СМИ компании «Ростсельмаш» трансформировалось из заводской многотиражки, первый выпуск которой вышел в 1928 г. С первого дня своего существования и по сей день газета не только освещает жизнь завода, но и информирует ростовчан о том, как развивается их город.

Урбанистический контент в современной корпоративной газете можно встретить в рубриках «Новости», «Технологии», «Реконструкция», «Развитие». Стоит отметить, что «в настоящее время наблюдается тенденция сокращения публикуемых в газете материалов, затрагивающих проблемы развития города Ростов-на-Дону. Чтобы этого не произошло совсем, и печатное издание не превратилось во внутрикорпоративную газету, руководству предприятия необходимо больше взаимодействовать с городскими властями, городскими организациями и жителями Ростова-на-Дону» [8, с. 189].

Результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента, который был выпущен изданием в период с 2020 по 2022 г., отражены в табл. 1.

[14] ROSTOF.RU – сетевое издание. URL: https://rostof.ru/ (дата обращения: 01.07.2023).

[15] 161.ru – – сетевое издание. URL: https://161.ru/ (дата обращения: 01.07.2023).

[16] «Ростсельмаш» – корпоративная газета компании «Ростсельмаш». Архив. URL: https://rostselmash.com/media/newspaper/ (дата обращения: 01.07.2023).

2023;9(4):979-988 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) 🕮 http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html

Таблица 1

Результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента в региональных СМИ Ростовской области (2020–2022 гг.)

Table 1

Results of qualitative and quantitative analysis of urban content in regional media of the Rostov region (2020–2022)

Типы СМИ	Характеристики контента (количество)			
	Позитивный контент	«Проблемный» контент	Нейтральный контент	**Всего**
Областные	337	157	165	**659**
Районные	68	11	33	**112**
Городские	500	116	129	**745**
Корпоративные	28	–	6	**34**

Качественно-количественный анализ региональных СМИ Ростовской области показал, что среди рассматриваемых типов изданий, выпускаемых в регионе, активнее остальных вопросы урбанизации освещают городские и областные СМИ. Несмотря на то, что по частоте выхода урбанистического контента областные издания уступают городским, первые стремятся не только информировать аудиторию о состоянии городской среды, но и пытаются разобраться в проблемах урбанизации и найти ответы на вопросы общества, предложить пути решения проблем современного города. Это подтверждает факт существования эффективной медиакоммуникации между данным типом СМИ и регионом в целом, подчёркивает важность роли областных изданий в формировании городского сообщества. В свою очередь, отставание городских СМИ ростовского региона в вопросах взаимодействия с городской средой и эффективного выстраивания медиакоммуникации в обществе чаще обусловлено конфликтом интересов (касается изданий, находящихся на гособеспечении) и недостатком необходимых ресурсов (речь о независимых городских изданиях).

ВЫВОДЫ

Настоящее исследование является попыткой осмысления роли региональных СМИ в формировании городского сообщества. Рассмотрены особенности всей подсистемы региональных изданий по ареалу их распространения (областные, районные, городские). Кроме того, был рассмотрен тип корпоративной прессы. Для определения степени вовлеченности региональных медиа в коммуникативное пространство городской среды был проведён качественно-количественный анализ урбанистического контента в региональных СМИ Ростовской области (период выхода публикаций – 2020–2022 гг.). Всего было рассмотрено 7 изданий – 2 областных, 2 районных, 2 городских и 1 корпоративное. Общее количество проанализированных публикаций урбанистической направленности – 1550 единиц. Анализу подверглись публикации, содержащие информацию об урбанизации городов Ростовской области, соответственно, в первую очередь рассмотренный контент интересен городскому населению и касается их повседневной жизни. Кроме того, проведённый нами опрос, описанный в результатах исследования, целенаправленно был разработан для жителей городов региона. Все это позволило нам дать оценку влияния региональных СМИ именно на городское сообщество, исключая жителей региона, проживающих в сельских поселениях области. В результате проведённого исследования мы пришли к выводу, что все рассмотренные типы СМИ, обладая уникальными особенностями, являются ценными участниками медиакуммуникационных процессов, протекающих в современных городах. Результаты этого исследования также подтверждают тезис о том, что региональные издания оказывают непосредственное влияние на общественное мнение, городскую идентичность и гражданскую активность ау-

Неофилология / Neofilologiya = Neophilology 2023;9(4):979-988
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/

дитории. Каждый регион и город имеет свою специфику и проблемы, связанные с урбанизацией. Региональные СМИ имеют уникальную возможность исследовать и продвигать местные проекты и инициативы, направленные на улучшение жизни городских сообществ.

В исследовании также установлено, что в Ростовской области наибольшую вовлечённость в процесс с городской средой демонстрируют областные издания. Они не только информируют свою аудиторию о протекающих процессах урбанизации в городах региона, но и оказывают непосредственное влияние на них: по данной теме в областных СМИ периодически появляются аналитические материалы, проблемные статьи, статистика и публикуются экспертные мнения.

Для научного понимания проблемы феномена урбанистического контента в отечественных региональных СМИ в дальнейшем планируется проведение более широкого исследования организации региональных медиа в коммуникативном пространстве городской среды.

Список источников

1. *Абашев В.В., Печищев И.М.* Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 201-214. https://elibrary.ru/pjrtbn
2. *Зверева Е.А.* Инструменты социализации в новых городских медиа // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 8. С. 76-83. https://elibrary.ru/agpjro
3. *Иванова Л.В.* Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества: на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге – Тольятти: автореф. дис. … канд. филол. наук. Тольятти, 2005. 22 с. https://elibrary.ru/zndhbz
4. *Ильина О.В.* Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 215-223. https://elibrary.ru/ypmudb
5. *Павлова А.Н.* Российский региональный город в информационной повестке общефедеральных печатных СМИ: автореф. дис. … канд. филол. наук. Екатеринбург, 2019. 26 с. URL: https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01008702181?page=1&rotate=0&theme=white
6. *Зуева Г.С., Дубовер М.А.* Факторы стресса в работе журналиста региональных СМИ (на материале Пензенской и Ростовской областей) // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 657-667. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-657-667, https://elibrary.ru/lvawkk
7. *Карпенко И.И.* Структурно-композиционные приёмы инфотейнмента в медиатекстах региональных печатных СМИ // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 641-656. https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656, https://elibrary.ru/ojocbk
8. *Федосеева Н.И.* Газета «Ростсельмаш» в коммуникативном пространстве города Ростова-на-Дону: исторический аспект // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 2. № 2. С. 183-190. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183, https://elibrary.ru/cbxwhj

References

1. Abashev V.V., Pechishchev I.M. Gorodskie setevye izdaniya kak agenty urbanizatsii [Urban online publications as agents of urbanization]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2018, no. 4 (30), pp. 201-214. (In Russ.) https://elibrary.ru/pjrtbn
2. Zvereva E.A. Socialization tools in new urban media. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2019, no. 8, pp. 76-83. (In Russ.) https://elibrary.ru/agpjro
3. Ivanova L.V. *Pressa kak faktor formirovaniya gorodskoi sredy i gorodskogo soobshchest-va: na primere gazetnoi periodiki g. Stavropolya-na-Volge – Tol'yatti: avtoref. dis. … kand. filol. nauk* [The Press as a Factor in the Formation of the Urban Environment and the Urban Community: on the Example of Newspaper Periodicals of the City Of Stavropol-On-Volga – Togliatti. PhD (Philology) diss. abstr.]. Togliatti, 2005, 22 p. (In Russ.) https://elibrary.ru/zndhbz
4. Il'ina O.V. Novye gorodskie media kak sub"ekt konstruirovaniya territorial'noi identichnosti [New urban media as a subject of the construction of territorial identity]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya =*

2023;9(4):979-988 🕮 Неофилология / Neofilologiya = Neophilology
ISSN 2587-6953 (Print), ISSN 2782-5868 (Online) 🕮 http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html

Sign: Problematic Field in Mediaeducation, 2018, no. 4 (30), pp. 215-223. (In Russ.) https://elibrary.ru/ypmudb
5. Pavlova A.N. *Rossiiskii regional'nyi gorod v informatsionnoi povestke obshchefederal'nykh pechatnykh SMI: avtoref. dis. ... kandidata filol. nauk* [Russian Regional City in the Information Agenda of the Federal Print Media. PhD (Philology) diss. abstr.]. Yekaterinburg, 2019, 26 p. (In Russ.) Available at: https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01008702181?page=1&rotate=0&theme=white
6. Zueva G.S., Dubover M.A. Stress factors in the work of regional mass media journalist (on the material of the Penza and Rostov regions). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3, pp. 657-667. (In Russ.) https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-657-667, https://elibrary.ru/lvawkk
7. Karpenko I.I. Structural and compositional techniques of infotainment in media texts of regional print media. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3, pp. 641-656. (In Russ.) https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656, https://elibrary.ru/ojocbk
8. Fedoseeva N.I. Gazeta the newspaper "Rostselmash" in the communicative space of the city of Rostov-on-Don: historical aspect. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2021, vol. 2, no. 2, pp. 183-190. (In Russ.) https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183, https://elibrary.ru/cbxwhj

Информация об авторах

Клемёнова Елена Николаевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, https://orcid.org/0000-0002-2281-8976, klemenova@yandex.ru

Вклад в статью: разработка общей концепции статьи, проведение исследования и обработка его результатов, окончательное редактирование статьи.

Федосеева Наталья Игоревна, старший преподаватель кафедры журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, https://orcid.org/0000-0002-0393-826X, fedoseewan@yandex.ru

Вклад в статью: идея исследования, сбор и анализ эмпирического материала, обзор научных источников, написание и оформление текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 12.08.2023
Поступила после рецензирования и доработки 09.10.2023
Принята к публикации 12.10.2023

Information about the authors

Elena N. Klemenova, Dr. habil. (Philology), Professor, Head of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, https://orcid.org/0000-0002-2281-8976, klemenova@yandex.ru

Contribution: general manuscript concept development, research conducting and its results processing, final manuscript editing.

Natalia I. Fedoseeva, Senior Lecturer of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, https://orcid.org/0000-0002-0393-826X, fedoseewan@yandex.ru

Contribution: study idea, empirical material acquisition and analysis, scientific resources review, manuscript text drafting and design.

There is no conflict of interests.

Received August 12, 2023
Approved after reviewing and revision October 9, 2023
Accepted October 12, 2023