

НОВЫЕ ГОРОДСКИЕ МЕДИА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВЕННЫЕ И СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ ТАМБОВСКИХ СМИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19)

Е.А. Семенова

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»

lizsem1989@yandex.ru

В статье предложен анализ тамбовских городских медиа как участников процесса урбанизации. Цель работы – изучить тамбовские площадки Вконтакте как тип новых медиа, участвующих в процессах развития муниципалитетов и общества. На материале тамбовских СМИ изучается освещение в «новых городских медиа» глобальной проблемы пандемии коронавируса. Актуальность исследования связана с изучением значения городских медиа в формировании общественного мнения горожан и семейных ценностей у тамбовчан. Новизна работы определяется обращением к опыту функционирования тамбовских медиа в соцсетях.

Ключевые слова: новые городские медиа, паблик, урбанизация, коронавирус.

В связи с явным доминированием интернета как ресурса получения информации для современных пользователей, большинство средств массовой информации стремятся перейти в цифровой формат. Это касается не только федеральных изданий, но и городских СМИ. Муниципальные 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, интернет-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» [1: 6]. Изучение данного типа медиа более правильно вести на стыке двух таких понятий как «урбанистика» и «медиаисследование», учитывая проблемы развития городской среды и планирования в муниципалитетах.

«Новые городские медиа» стали востребованы в современной медиасфере благодаря своей нацеленности на максимальную близость к читателю, благодаря стремлению понять, что для аудитории является самым важным, самым интересным. В электронных СМИ сделать это просто: достаточно рассмотреть несколько критериев популярности и важности темы в сети – обратная связь, количество просмотров, отметок «нравится», репостов, и вот уже СМИ транслируют именно тот контент, который нужен его читателю. Кроме того, муниципальные средства массовой информации часто обращаются к проблемам семей и

семейных ценностей, что очень актуально в наши дни. Стремительный рост популярности новых городских медиа авторы называют «урбанистической революцией» [2, 3: <https://vm.ru/news/506128.html>]. Наблюдая интенсивное развитие урбанистической тематики, можно выделить три основных типа медиа [4: 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 сфокусируемся на анализе ключевых аспектов 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., Зверева Е.А., Ильина О.В., Катаев П.В., Курбанова Р.Ф., Печищев И.М., Пустовалов А.В., Фомина Н.Ю., Ястремская Ю.А.

В России местная проблематика стала значительно важнее, чем проблематика федеральных изданий. Это явление называют процессом децентрализации – определение, к которому обращаются в своей статье «Социальная сеть «вконтакте» как площадка дистрибуции городских новостей (на примере городских медиа Соликамска)» А.В. Пустовалов, А.Р. Бугрова. На сегодняшний день информационные процессы в небольших городах активно изучаются. Проводились исследования проблематики и жанрового разнообразия интернет-журнала о жизни в городах Татарстана «Инде» (Р.П. Баканов); функциональных особенностей инстаграм-аккаунтов российских СМИ, таких как «NN-stories», «The Province», «Downtown», «It's My City», «The Village» (П.В. Катаев), а также информационных процессов через призму ключевых групп Соликамска «ВКонтакте», которые понимаются авторами как новые городские медиа (А.В. Пустовалов, А.Р. Бугрова) и т.д.

Социальные сети стали популярной площадкой для продвижения СМИ в России. Сейчас не только в Тамбове, но и в районных центрах есть свои группы в социальных сетях и мессенджерах, таких как Instagram, ВКонтакте, Telegram. Однако функциональные возможности новых тамбовских медиа на перечисленных площадках на данный момент не изучены.

Прежде, чем приступить к анализу выбранных городских медиа, мы условно разделили СМИ на профессиональные и созданные гражданскими журналистами. К профессиональным, как правило, относятся информационные агентства города, медиа,

учредителем которых являются местные власти, и их страницы в социальных сетях. К «трибунам гражданской журналистики» мы относим паблики в социальных сетях, как правило, анонимные, авторы/организаторы которых предпочитают остаться «по name». Обратимся к обоим типам и проанализируем их работу в социальной сети ВКонтакте.

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

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 около 14 тысяч подписчиков 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] существует не так давно, но уже успел зарекомендовать себя как одно из популярных тамбовских медиа. На данный момент в паблике состоят около 43 тысячи человек. 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 две данные площадки работают на фоне актуальной, на сегодняшний день, пандемии коронавируса.

Цель исследования – изучить влияние двух тамбовских СМИ - «Тамбов без сахара» и «РИА ТОП68» - на тамбовчан в период паники на фоне пандемии коронавируса.

Мы уже упоминали выше, что местная проблематика стала значительно важнее, чем проблематика федеральных изданий, но иногда глобальные проблемы приобретают значимость и в регионах. Ярким примером стала мировая проблема, связанная с пандемией коронавируса (COVID-19). Любая глобальная проблема требует детального и массового обсуждения, но с пандемией коронавируса зашло все слишком далеко. В связи с большим потоком информации, наряду с официальными сведениями в сеть просачиваются «фейки».

Городские медиа пытаются развеять смуту, внесенную фейковыми новостями, и успокоить взволнованных граждан.

Так, например, 17 марта «Тамбов без сахара» опубликовал пост со скринами фейков в родительских чатах [https://vk.com/wall-99385466_63974]. Фейки возникли на фоне объявленного в этот день карантина в школах. В сообщениях родителей пытались убедить в том, что за выход их детей на улицу их будут штрафовать. Администраторы группы в тексте поста попытались убедить читателей, не поддаваться на подобные сомнительные вбросы и верить только официальным источникам.

В этот же день, 17 марта, появился еще один фейк. На этот раз граждан предупредили о распылении дезинфицирующего средства с вертолета с 23.00 до 5 утра. «Тамбов без сахара» развеяли и это миф [https://vk.com/wall-99385466_64174].

18 марта «РИА ТОП68» подробно рассказали о двух вышеупомянутых фейках [<https://top68.ru/news/112004-roditeley-tambovskih-shkolnikov-pugayut-feykami-o-koronaviruse>]. Корреспондент пишет, что информация распространялась не только в Тамбовской, но и в других областях. «Представители областных управлений образования и местные власти эту информацию опровергают», - развеивает миф СМИ, ссылаясь на официальные источники. Также СМИ напомнило о том, что в период пандемии появляются не только фейки, но и мошенники. Ссылаясь на руководителя группы анализа веб-контента «Лаборатории Касперского» Константина Игнатьева, «РИА ТОП68» рассказали о том, что на почту приходят вредоносные ссылки, которые не стоит открывать, так как это нанесет вред компьютеру.

20 марта появился новый фейк о дезинфекции квартир от коронавируса [https://vk.com/wall-99385466_65074]. «Тамбов без сахара» призвали тамбовчан не паниковать и не распространять подобные сообщения. Паблик опроверг информацию, ссылаясь на оперативный региональный штаб по предупреждению завоза и распространения в области новой коронавирусной инфекции.

Еще один популярный фейк, который создал панику – это дефицит на фоне коронавируса. Горожане начали переживать, что продуктов не хватит, и им нечем будет кормить семью. Виной тому – фотографии пустых полок в супермаркетах Тамбова. Однако портал «РИА ТОП68» призвал читателей верить, что дефицита не будет. Корреспондент ссылается на информацию, которую предоставили представители торговых сетей и пресс-служба администрации города. И те и другие уверили, что опасаться дефицита не следует. После этого ажиотаж в магазинах действительно снизился.

На примере вышеописанных ситуаций мы видим, как непроверенная информация создает панику и опасения среди граждан за себя и свою семью, и как тамбовские СМИ

своими текстами стараются подавить волнения и убедить граждан не распространять непроверенную информацию. Медиа используют официальные данные, ссылаясь на Роспотребнадзор, оперативный штаб региона по борьбе с COVID-19, чтобы тамбовчане могли им доверять. Это способствует спокойной и стабильной атмосфере в городе во время пандемии.

Помимо фейков на фоне эпидемии COVID-19 актуальной стала проблема испытания семейных ценностей в период карантина. Данная тенденция появилась в Китае, где после снятия самоизоляции многие пары начали подавать на развод. Психологи объясняют это долгим совместным пребыванием членов семьи вместе. В России пока такой тенденции не наблюдается, однако многое зависит от формы совместного времяпрепровождения. На помощь заскучавшим горожанам приходят СМИ, которые рассказывают о способах скрасить времяпрепровождение в период самоизоляции. О том, чем заняться, чтобы не надоест друг другу, в эти рассказыывают федеральные СМИ. Однако и местные городские медиа не остаются в тени.

Так, портал «РИА Топ68» в материале «Давайте ограничим выход из дома». Как тамбовчане проводят нерабочую неделю» рассказал о том, как тамбовчане проводят время в самоизоляции [\[https://top68.ru/news/112498-davayte-ogranichim-vyhod-iz-doma-kak-tambovchane-provodyat-nerabochuyu-nedelyu-foto\]](https://top68.ru/news/112498-davayte-ogranichim-vyhod-iz-doma-kak-tambovchane-provodyat-nerabochuyu-nedelyu-foto). Материал составлен на основе постов тамбовчан в соцсети Instagram. Своим примером они показывают, что самый скучный карантин можно провести весело и с пользой. Задача журналиста – поделиться этими примерами с другими.

Понимая сложность долгого совместного времяпровождения дома с семьей, на портале «РИА Топ68» 15.04.2020 сообщили об оказании онлайн-помощи психологов в непростое для тамбовчан время [\[https://top68.ru/news/113012-psihologi-tambova-okazyvayut-pomoshch-cherez-internet\]](https://top68.ru/news/113012-psihologi-tambova-okazyvayut-pomoshch-cherez-internet). «Специалисты дают советы о том, как провести карантин с пользой, избежать конфликтов с близкими и другие», - пишет корреспондент. Записаться на прием и рассказать о своей проблеме может каждый тамбовчанин.

Кроме того, сотрудники редакции сделали фото, как они работают из дома, чтобы поддержать жителей города. «Сейчас несколько изменён формат работы, мы больше информируем людей через группы в социальных сетях, и большое спасибо нашим читателям за обратную связь, они предлагают темы, которые они хотели бы увидеть на страницах нашей газеты», - отметила главный редактор газеты «Уваровская жизнь» Елена Иващенко [\[https://top68.ru/news/112809-tambovskie-zhurnalisty-rasskazali-kak-delayut-gazety-na-udalyonke\]](https://top68.ru/news/112809-tambovskie-zhurnalisty-rasskazali-kak-delayut-gazety-na-udalyonke).

Также «РИА Топ68» подготовил подборку фото «Пустые центральные улицы» [<https://top68.ru/news/112614-pustye-ulicy-i-zakrytye-tc-kak-tambov-soblyudaet-rezhim-samoizolyacii>], чтобы показать, как важно соблюдать режим самоизоляции в период эпидемии коронавируса. Кроме того, корреспондент рассказал об индексе самоизоляции Яндекса, который подсчитывает, как много тамбовчан сидит дома.

К тамбовчанам обращаются не только СМИ, но и медийные личности, например, ректор ТГУ имени Г.Р. Державина Владимир Стромов. В своём видеообращении к работникам вуза и студентам Владимир Стромов призвал сохранять спокойствие и потратить время с пользой: заняться в период самоизоляции делами и саморазвитием, а также провести время с семьей и быть на связи друг с другом [https://vk.com/tsutmb?w=wall-152573462_3828].

Таким образом, мы видим, что в период массовых волнений СМИ и медийные личности становятся не только помощниками в подавлении паники, но и учителями-психологами, призывающими к адекватным вдумчивым решениям и оказывающими поддержку тамбовским семьям.

Подведем итоги. На примере данных ситуаций, мы проследили, как тамбовские СМИ становятся не только оперативными информационными агентами, но и «агентами урбанизации» [4: 9], влияющими на проблемы общества и семейных ценностей. Кроме того, мы видим, как информация и СМИ влияют на спокойствие граждан и их психологическое состояние. Мгновенное реагирование городских медиа позволяет местным органам быстрее собрать факты и мнения в сложившейся ситуации. Благодаря освещению федеральных проблем региональными СМИ, 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 и общества.

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. 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](https://vm.ru/news/506128.html) (дата обращения 29.10.2018).

3. *Куренной В.* Деревня в городе. Урбанистическая революция в России не завершена, в «Новой газете», URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/04/09/49176-derevnya-v-gorode>, доступ 22.10.2018.

4. Новые городские медиа в медиаландшафте России. 1–2 июня 2018 года, Пермь. URL: <http://urbanjournalism2018.tilda.ws> (дата обращения 17.09.2018).