ПУБЛИЧНАЯ СФЕРА В АСПЕКТЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
THE PUBLIC SPHERE IN THE ASPECT OF MASS COMMUNICATIONS

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 133–140.
ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;1(43):133-140. ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья

УДК 070; 911.375
doi: 10.47475/2070-0695-2022-10114

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ГОРОДА В МЕДИАДИСКУРСЕ

Наталья Сергеевна Олизько[1]✉, **Мария Сергеевна Журкова**[2]
[1, 2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия
[1] olizko@yandex.ru✉, ORCID: 0000-0001-6241-6093
[2] krasina87@inbox.ru, ORCID: 0000-0001-9050-3434

Аннотация. В статье анализируются особенности медийной репрезентации социальных проблем города Челябинска на примере социальной сети Фейсбук. Данное исследование направлено на выявление дискурсивных механизмов «портретирования» городской действительности столицы Южного Урала. Материал новостного ресурса «Наш Челябинск» свидетельствует о формировании городского портрета через обращение к проблемам города на уровне развития и функционирования инфраструктур, к экологическим проблемам, происшествиям криминального характера и историческим фактам.

Ключевые слова: город, городская среда, проблемы города, медиадискурс, репрезентация, метафоризация, веб-сайт, Фейсбук.

Благодарности: При финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2022 г.

Для цитирования: Олизько Н. С., Журкова М. С. Особенности репрезентации социальных проблем города в медиадискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1 (43). С. 133–140. doi: 10.47475/2070-0695-2022-10114.

© Олизько Н. С., Журкова М. С., 2022

Original article

PECULIARITIES OF REPRESENTATION OF SOCIAL PROBLEMS OF THE CITY IN MEDIA DISCOURSE

Natalya S. Olizko[1]✉, Maria S. Zhurkova[2]

[1, 2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

[1] olizko@yandex.ru✉, ORCID: 0000-0001-6241-6093

[2] krasina87@inbox.ru, ORCID: 0000-0001-9050-3434

Abstract. The article analyzes the peculiarities of media representation of social problems in the city of Chelyabinsk on the example of the Facebook social network. This research aims to reveal discursive mechanisms of "portraying" urban reality of the capital of the South Urals. The news website "Our Chelyabinsk", presented on the Facebook page, is used as a source of practical material. This is an official city community, uniting more than 200 thousand active citizens. The page of the website "Our Chelyabinsk" publishes current city news, weather, a poster of Chelyabinsk and information about the most important city events. Complex analysis, combining quantitative and qualitative pragmalinguistic and linguocognitive methods and techniques, allows identifying effective ways of media presentation of information in social media on verbal and non-verbal levels. User content, presented on the page of the website "Our Chelyabinsk" in the form of text, video, images, reviews and comments, forms the image of the city through the prism of attitude of Chelyabinsk residents to the events taking place in the city. The material of the news resource "Our Chelyabinsk" creates an urban portrait of the city through the reference to the problems of the city – environmental problems, incidents of criminal nature and historical facts.

Key words: city, urban environment, city problems, media discourse, representation, metaphorization, website, Facebook

Acknowledgments: With financial support from the ChelSU Advanced Research Foundation 2022.

For citation: Olizko NS., Zhurkova MS. Peculiarities of representation of social problems of the city in media discourse. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022;1(43):133-140. (In Russ.). doi: 10.47475/2070-0695-2022-10114.

Данное исследование направлено на изучение общественного мнения о качестве городской жизни, представленного в медиадискурсе. Город является «средоточием политической, экономической, культурной жизни огромных масс населения, формируя особые формы самореализации и самоутверждения личности в трудовой, семейно-бытовой, досуговой деятельности» [9. С. 4]. В качестве практического материала используются данные новостного веб-сайта «Наш Челябинск», представленного на странице в Фейсбук[1] [5]. Это официальное городское сообщество, объединяющее более 200 тысяч активных горожан. На странице веб-сайта «Наш Челябинск» публикуются актуальные городские новости, погода, афиша Челябинска и информация о самых важных городских событиях. Использование комплексного анализа, объединяющего количественные и качественные прагмалингвистические и лингвокогнитивные методы и приемы, позволяет выявить эффективные способы медийной подачи информации в пользовательском контенте социальных сетей на вербальном и невербальном уровнях. Пользовательский контент, представленный на странице веб-сайта «Наш Челябинск» в виде текста, видео, изображения, обзоров, отзывов, комментариев, формирует образ города через призму отношения жителей Челябинска к происходящим в городе событиям.

Применяемый в работе метод контент-анализа позволяет преобразовывать информацию, представленную на странице «Наш Челябинск» в количественные показатели на основании статистического подсчета вербальных и невербальных текстовых единиц. Посредством статистического подсчета определяется список актуальных тем, далее статьи одной тематики

[1] Признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

анализируются на предмет вычленения ключевых слов [1. С. 777]. Поиск и группировка сообщений по теме осуществляется посредством хэштегов – тегов (помет), используемых в социальных сетях. Наиболее актуальные темы новостного веб-сайта «Наш Челябинск» представлены следующими хэштегами: #нашчелябинск_наюжномурале, #нашчелябинск_экологияипогода, #нашчелябинск_происшествия, #нашчелябинск_нашаистория, #нашчелябинск_обществоилюди, #нашчелябинск_спортифитнес, #нашчелябинск_фоточелябинска, #нашчелябинск_афишаиеда, #нашчелябинск_политикаивласть, #нашчелябинск_экономикаибизнес. Отметим, что если до 2018 года новости, публикуемые на веб-сайте «Наш Челябинск», касались, в основном, социальных проблем города, то с 2018 года наблюдается включение в новостные сообщения информации, отражающей события на региональном уровне. В связи с расширением представляемой в новостях территории происходит смена большинства хештегов сайта. Так, хештег #нашчелябинск_городскаясреда сменился хештегом #нашчелябинск_наюжномурале, а хештег #нашчелябинск_политика заменен хештегом #нашчелябинск_политикаивласть. При этом неизменными на протяжении последних лет остаются теги #нашчелябинск_происшествия, #нашчелябинск_нашаистория, #нашчелябинск_афишаиеда. Подобная устойчивость к изменениям указывает на стабильность обозначаемого данными тегами контента, значительность его объема, позволяющую не объединять его с другими тематиками.

Анализ количественных показателей за 2017-2020гг. позволяет заключить, что для новостного ресурса «Наш Челябинск» характерно формирование городского портрета через обращение к проблемам города на уровне развития и функционирования инфраструктур, к экологическим проблемам, происшествиям криминального характера и историческим фактам.

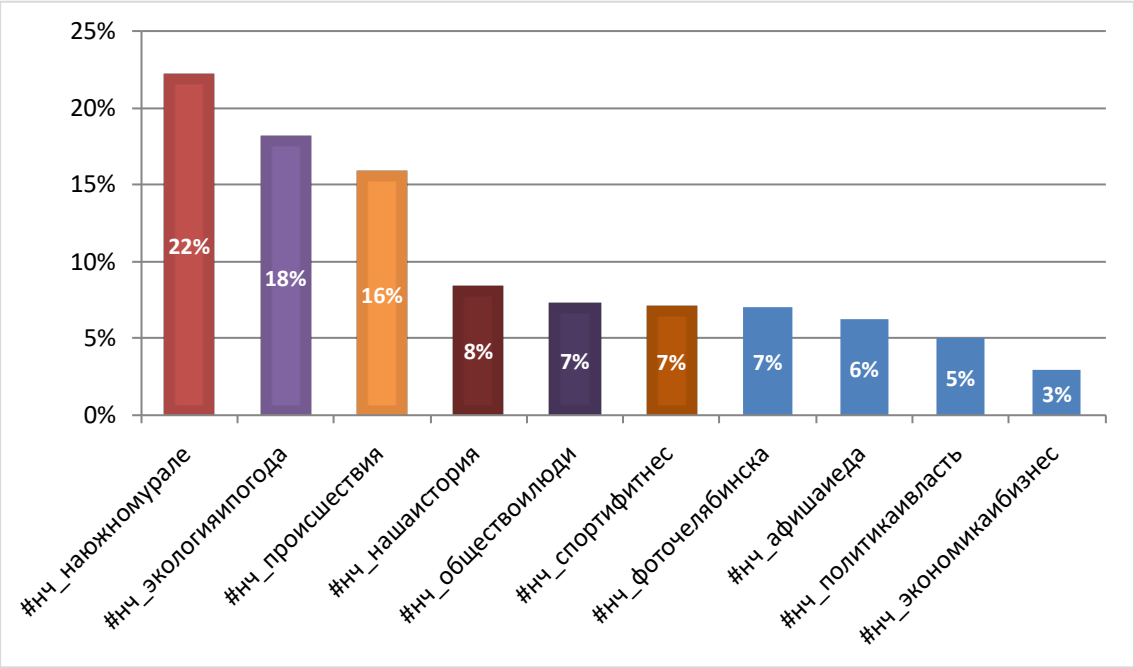


Рис. 1. Тематика веб-сайта «Наш Челябинск»

Как видно из данных диаграммы, из проанализированных 2650 новостных постов 22 % сообщений посвящено общей тематике, обозначаемой хештегом #нашчелябинск_наюжномурале (587 новостных сообщений), 18 % сообщений содержат информацию об экологической обстановке и погодных условиях в городе, они отмечены хештегом #нашчелябинск_экологияипогода (всего 479 сообщений), 16 % сообщений обозначают проблемы криминального характера, им соответствует хештег #нашчелябинск_происшествия (419 сообщений). Данные группы новостных сообщений составляют ядро новостной структуры сайта. Тематика – история города представлена гораздо меньшим количеством постов – 8 % от общего числа (223 сообщения).

Исходя из полученных данных, одним из самых частотных является хэштег #нашчелябинск_наюжномурале. Несмотря на то, что с 2018 года происходит объединение под данным хештегом городских и региональных новостей, в преобладающем большинстве редакторы новостного

ресурса по-прежнему обращаются к проблемам города Челябинска. Анализ сообщений, объединенных данной тематикой, с помощью SEO-анализа дает возможность оценить качество и релевантность статей по содержащимся в них словам и словосочетаниям посредством выделения семантического ядра текста и определения частотности ключевых слов [6]. SEO-анализ сообщений за 2017–2020гг, объединенных хэштегами #нашчелябинск_городскаясреда и #нашчелябинск_наюжномурале, свидетельствует о следующих приоритетных для жителей Челябинска темах – экономическое развитие города и развитие и функционирование городских инфраструктур, представленных такими ключевыми словами, как ремонт, строительство, дорога, транспорт. За 2020 год выявлен стремительный рост новостных сообщений с ключевыми словами пандемия, коронавирус, вакцинация, медицина. В преобладающем большинстве данных сообщений указываются изменения в правилах общественного поведения в городе и изменения в области медицины на городском уровне. Как мы видим, город выступает «живым организмом» [3. С. 84], «символическим выражением ключевых общественно-политических и культурных особенностей времени» [10. С. 250].

Как известно, современные средства массовой информации, включая пользовательский контент, характеризуются мультимедийным совмещением текста, графики, видео, аудио и фотографии. Подобное экстра-лингвистическое сопровождение привлекает и эффективно удерживает внимание соответствующей аудитории. Именно поэтому все сообщения на странице «Наш Челябинск» в Фейсбук представляют собой совмещение короткой текстовой информации и картинки (фото или видео), отражающей суть сообщения. Например, текст, посвященный проведению саммитов ШОС и БРИКС в Челябинске [2], сопровождается фотографией Президента Российской Федерации и заголовком «Владимир Путин назвал препятствия для проведения саммитов ШОС и БРИКС в Челябинске»:

«Президент не ответил утвердительно на вопрос, примет ли южноуральская столица международные саммиты в 2020 году. Об этом руководитель страны заявил в ответ на вопрос журналиста znak.com на медиафоруме ОНФ.

«Что касается Челябинска и проведения саммита ШОС и БРИКС. О чём речь? Речь о наличии нужного количества мест в гостиницах, об аэропорте, о другой инфраструктуре», – заявил Владимир Путин.

При этом сам глава государства подчеркивает, что проведение мероприятий такого масштаба может видоизменить Челябинск до неузнаваемости – в лучшую сторону:

«Посмотрите, как отразилось на развитии Владивостока проведение саммита АТЭС, Сочи после Олимпиады стал другим городом», - привёл он пример.

Президент добавил, что взятие регионом затрат на проведение ШОС и БРИКС маловероятно.

Он допускает, что в рамках проекта по развитию российских городов часть денег из федерального бюджета может направиться в Челябинск.

Но конечного решения ещё нет, оно будет озвучено позже.+

#нашчелябинск_городскаясреда #саммит #готовность #владимирпутин #шосибрикс» [2]

Текст изобилует официально-деловой лексикой, цитатами из речи президента и ссылками на официальные источники. Вербальные знаки активно поддерживаются невербальными знаками – официальным фото Президента Российской Федерации, демонстрирующим общение главы государства с журналистами на медиафоруме ОНФ.



Рис. 2. Президент Российской Федерации на медиафоруме ОНФ

В заголовке сообщения отмечены «препятствия для проведения саммитов ШОС и БРИКС», однако преобладание в тексте лексических единиц с положительной коннотацией демонстрирует позитивное отношение автора к перспективам, связанным с проведением саммита. При этом жестикуляция президента на фото (данный жест рукой может быть интерпретирован как «подождите», «давайте разберемся», «давайте обсудим») и заключительное предложение сообщения («Но конечного решения ещё нет, оно будет озвучено позже») оставляют надежду на возможность принятия положительного решения.

Анализ ключевых слов позволяет охарактеризовать медиатекст с точки зрения эффективности выбора языковых единиц, направленных на привлечение внимания определенной целевой аудитории. Отмеченные выше ключевые слова ориентированы на молодое поколение в возрасте от 25 лет и старше; это люди, интересующиеся политической и экономической жизнью города, неравнодушные к проблемам Челябинска. В последние годы наблюдается тенденция к размещению на новостном сайте «Наш Челябинск» постов, направленных на создание комического, юмористического эффекта. Считаем, что данные изменения направлены на привлечение внимания более молодой целевой аудитории с 18 до 25 лет. Как известно, конструирование смыслов на невербальном уровне оказывается особенно актуальным для молодого поколения, отличающегося клиповым мышлением – восприятием мира через короткие яркие образы [8]. Отметим, что юмористический характер подачи информации наиболее часто наблюдается в постах двух типов:

1) в постах, не связанных с серьезными социальными проблемами на городском уровне, например, в информационных сообщениях, посвященных погодным условиям.



Рис. 3. Сообщение о погоде в Челябинске

2) в новостных сообщениях, связанных с повышением цен либо тарифов на те или иные услуги, либо введением более строгих штрафов за несоблюдение норм общественного поведения. Так, пост, сообщающий о том, что губернатор Челябинской области поручил усилить проверки масочного режима, сопровождается следующей картинкой:



Рис. 4. Сообщение о масочном режиме

В последнем случае актуализация юмористической составляющей может быть рассмотрена как желание смягчить недовольство жителей города, являющихся получателями данного сообщения, и сформировать общее положительное отношение как к новостному ресурсу «Наш Челябинск», так и к событиям на муниципальном уровне.

Заметим также, что значительная часть новостных сообщений, представленных на сайте, посвящена криминальным событиям Челябинска. Для того, чтобы избежать негативного портретирования города, редакторы прибегают к чередованию постов с криминальной тематикой и постов с юмористической составляющей.

Тенденция к привлечению внимания целевых аудиторий различных возрастных категории к событиям, освещаемым на муниципальном уровне, может способствовать формированию у юных жителей Челябинска активной социальной позиции и стремления к участию в политической и экономической жизни города, неравнодушию к проблемам города. В целом, «город представляет собой организованную по принципам социального порядка систему, постоянно функционирующую и эволюционирующую. Эта система, в которой важная роль принадлежит многоаспектной жизни (политической, экономической, культурной и т. д.) разнородно представленного общества. Город оказывает влияние на человека, организуя его реальность, воздействуя на его представления» [7].

Подводя итог, отметим, что ментально-языковые структуры пользовательского контента, используемые для конструирования смысла на страницах социальных сетей, анализируются нами в рамках прагмалингвистического и лингвокогнитивного подходов. Прагмалингвистический подход позволяет акцентировать цель высказывания, изучить намерения и средства воздействия на читателя медиатекста. Лингвокогнитивный подход направлен на выявление сложных ментальных связей между единицей языка, значением слова и визуальным знаком, его репрезентирующим. Выявление особенностей построения данной трехсложной системы дает возможность вычленять наиболее эффективные модели построения медийных текстов, направленных на «портретирование» городской действительности [4]. Для новостного ресурса «Наш Челябинск» характерно формирование городского портрета через обращение к проблемам города на уровне развития и функционирования инфраструктур, к экологическим проблемам, происшествиям криминального характера и историческим фактам. Выявляется тенденция к смягчению негативной реакции читателей посредством введения экстралингвистической составляющей, характеризующейся юмористической направленностью.

Список источников

1. Викторук Е. Н., Черняева А. С. Горизонты понимания в методологии социально-гуманитарного познания // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». 2010. Т. 3. № 5. С. 776–784.

2. Владимир Путин назвал препятствия для проведения саммитов ШОС и БРИКС в Челябинске. URL: https://www.facebook.com/nashchelyabinsk/photos/a.631516793620236/1355222914582950 (дата обращения: 15.02.2021).

3. Город и время: интервью с Ю. М. Лотманом // Метафизика Петербурга : Петербургские чтения по теории, истории и философии культуры. СПб., 1993. Вып. 1. С. 84–95.

4. Ерофеева Т. И. Лингвистика городского пространства. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvistika-gorodskogo-prostranstva (дата обращения: 30.04.2021).

5. Наш Челябинск. URL: https://www.facebook.com/nashchelyabinsk (дата обращения: 15.02.2021).

6. Семантический анализ текста онлайн, SEO-анализ текста. URL: https://advego.com/text/seo/ (дата обращения: 10.02.2021).

7. Сертакова Е. А. Исследования «города» в классических концепциях зарубежных ученых // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 4. URL: https://science-education.ru/pdf/2013/4/35.pdf (дата обращения: 29.04.2021).

8. Сорокина А. В. Сравнительная характеристика изучения городской культуры в зарубежной и отечественной социологии // «Молодой учёный». № 14 (200). Апрель 2018. С. 251–253.

9. Социальное пространство современного города / под. ред. Г. Б. Кораблевой, А. В. Меренкова. Екатеринбург: Издво Урал. унта, 2015. 252 с.

10. Шабаев Ю. П., Садохин А. П., Лабунова О. В., Сазонова Н. Н. Антропологическое понимание города и методология урбанистического изучения // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 248–267.

References

1. Viktoruk, E. N. & Chernyaeva, A. S. (2010). Gorizonty ponimaniya v metodologii social'no-gumanitarnogo poznaniya [Horizons of understanding in the methodology of social and humanitarian knowledge]. *ZHurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Seriya «Gumanitarnye nauki»* [Journal of Siberian Federal University. Series «Humanities»], № 3 (5), pp. 776–784 (in Russ.).

2. Vladimir Putin nazval prepyatstviya dlya provedeniya sammitov SHOS i BRIKS v CHelyabinske [Vladimir Putin named obstacles to holding SCO and BRICS summits in Chelyabinsk], available at: https://www.facebook.com/nashchelyabinsk/photos/a.631516793620236/1355222914582950 (accessed: 15.02.2021) (in Russ.).

3. Gorod i vremya: interv'yu s YU. M. Lotmanom (1993) [City and Time: interview with Y. M. Lotman]. *Metafizika Peterburga : Peterburgskie chteniya po teorii, istorii i filosofii kul'tury* [Metaphysics of St. Petersburg: St. Petersburg Readings on the Theory, History and Philosophy of Culture]. № 1, pp. 84–95 (in Russ.).

4. Erofeeva, T. I. (2013). *Lingvistika gorodskogo prostranstva* [Linguistics of urban space], available at: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvistika-gorodskogo-prostranstva (accessed: 30.04.2021) (in Russ.).

5. *Nash CHelyabinsk: elektronnyj servis* [Our Chelyabinsk: e–service], available at: https://www.facebook.com/nashchelyabinsk (accessed: 15.02.2021).

6. *Semanticheskij analiz teksta onlajn, SEO-analiz teksta: elektronnyj servis* [Semantic text analysis online, SEO text analysis: e–service], available at: https://advego.com/text/seo/ (accessed: 10.02.2021).

7. Sertakova, E. A. (2013). Issledovaniya «goroda» v klassicheskih koncepciyah zarubezhnyh uchenyh [Studies of the "city" in the classical concepts of foreign scientists]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education], available at: https://science-education.ru/pdf/2013/4/35.pdf (accessed: 29.04.2021) (in Russ.).

8. Sorokina, A. V. (2018). Sravnitel'naya harakteristika izucheniya gorodskoj kul'tury v zarubezhnoj i otechestvennoj sociologii [Comparative characteristics of the study of urban culture in foreign and domestic sociology]. *Molodoj uchyonyj* [Young scientist], № 14 (200), pp. 251–253 (in Russ.).

9. Korableva, G. B. & Merenkov, A. V. (2015). *Social'noe prostranstvo sovremennogo goroda* [Social space of a modern city]. Ekaterinburg, Publishing House of Ural University, 252 p. (in Russ.).

10. Shabaev, YU. P., Sadohin, A. P., Labunova, O. V. & Sazonova, N. N. (2018). Antropologicheskoe ponimanie goroda i metodologiya urbanisticheskogo izucheniya [Anthropological understanding of the city and methodology of urban studies]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Public opinion Monitoring: Economic and social changes], № 3, pp. 248–267 (in Russ.).

Информация об авторах

Н. С. Олизько – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английского языка.

М. С. Журкова – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английского языка.

Information about the authors

Natalya S. Olizko – Doctor of Philology, Professor, Head of the English Language Department.

Maria S. Zhurkova – Ph.D. in Philology, Senior Lecturer of the English Language Department.

Статья поступила в редакцию 12.05.2021; одобрена после рецензирования 21.02.2022;
принята к публикации 22.02.2022.
The article was submitted 12.05.2021; approved after reviewing 21.02.2022;
accepted for publication 22.02.2022.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.