

КОНСТРУИРОВАНИЕ КОЛЛЕКТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ГОРОДСКОГО СООБЩЕСТВА В ГИПЕРЛОКАЛЬНЫХ МЕДИА

И. И. Шурко

Уральский федеральный университет

Поступила в редакцию 7 октября 2024 г.

Аннотация: статья предлагает результаты изучения гиперлокальных медиа в контексте конструирования коллективной идентичности местных сообществ. На примере шести онлайн-ресурсов городов-спутников атомных электростанций России делается вывод о моделировании такими медиа идентичности, основанной на трёх компонентах: тематическом повествовании о сообществе, совместном медиатизированном действии и обращении к локальной истории.

Ключевые слова: коллективная идентичность, гиперлокальные медиа, цифровая журналистика, атомные города.

Abstract: the article presents the results of a study on hyperlocal media and its role in constructing collective identity of local communities. By analyzing six online resources from Russian nuclear power plant satellite towns, the author draws a conclusion about how these media model identity through three main components: a thematic narrative about the community, collaborative mediatized activity, and an appeal to local history.

Keywords: collective identity, hyperlocal media, digital journalism, nuclear towns.

Современный человек, находясь во всесторонне медиатизированном пространстве, переносит в персональную виртуальную реальность элементы своего физического существования, одной из черт которого является связь с конкретным местом на карте. Вместе с тем, сегодня исследователи отмечают в социальных процессах явление «безместности» — утрату географического компонента жизни людей [1, 80]. Такая ситуация, очевидно, стала одним из следствий дигитализации общественных отношений. Значимая характеристика цифровых преобразований — транзитивность, выражающаяся в изменчивости, неопределённости и множественности социальных вызовов [2, 73].

Тренд на транзитивность затронул городские сообщества. Разрушение коллективной идентичности местных жителей — одно из его центральных проявлений. Глобализация эпохи digital формирует общее информационное поле, которое обычно не учитывает традиции и интересы малых социальных групп. Как контраргумент в таких условиях возникает нарративная идентичность — склонность индивида в межличностных взаимоотношениях говорить о себе, а не выражать себя в каких-либо действиях. В медиасреде развитию такой формы идентичности способствуют интернет-площадки. Они превращаются в источник гибкой социализации на стыке реального и виртуального пространств [3, 18].

Также наряду с нарративной специалисты выделяют партиципативную и биографическую идентич-

ности. Партиципация, то есть участие, подразумевает деятельное взаимодействие с социальной средой, стремление к осмысленным созидательным поступкам. Конструирование биографической идентичности опирается на личные ценности, важные для человека события. Исторический аспект биографии стимулирует персональную память, стирающуюся под влиянием результатов цифровизации: отказа от привязанного к месту уклада жизни и нарушения передачи опыта между поколениями [2, 74–76].

Однако заметим, что биографическая идентичность закономерно движет человека к индивидуализации и атомизации внутри социума. В контексте географически определённых сообществ, на наш взгляд, корректнее конструировать идентичность на базе просопографии — междисциплинарного вектора исследований коллективных биографий социальных групп и страт [4, 2]. С точки зрения журналистики просопографию городских сообществ традиционно формулировали местные или локальные средства массовой информации, а в цифровую эру это делают гиперлокальные медиа. Онлайн-ресурсы нового типа дают площадку для виртуальных дискуссий жителям поселений разного масштаба [5, 24; 6, 40].

Следовательно, гиперлокальные медиа становятся в некотором роде отражением ментальных моделей мира их аудитории [7, 38]. Соответственно, ресурсы, постоянно генерирующие смыслы благодаря мнениям пользователей, вовлекают сообщество в осознание себя как общности, имеющей исторические корни и планирующей совместное будущее. Эта политика медиа обладает потенциалом перехо-

да вербальной коммуникации в практики участия и соучастия, как в сети, так и в офлайне [2, 74]. Так локальные медиаспециалисты, активисты и лидеры мнений реализуют свою гражданскую роль, присутствующую современной журналистике [8, 144].

В отечественном региональном пространстве возникают сообщества, во взаимодействии с которыми гиперлокальные медиа способны реализовать потенциал, описанный в упомянутых ранее концепциях. Наше внимание в рамках исследования привлекала такая социально-географическая общность, как российские атомные города.

Атомные города представляют собой особый тип территорий Российской Федерации. Союз организаций атомной отрасли «Атомные города», входящий в Государственную корпорацию по атомной энергии «Росатом», определяет такие города как «территории размещения атомного энергопромышленного комплекса России» [9]. Основанные во второй половине XX века, они, тем не менее, сформировали свой особый исторический бэкграунд, вырастили не одно поколение, ментально связанное с данными территориями.

В январе 2022 года — июле 2024 года мы проводили систематический мониторинг шести гиперлокальных медиа, действующих в отечественных городах-спутниках атомных электростанций на платформе соцсети ВКонтакте: «Белка ТВ/FM» (Заречный, Свердловская область), «Курчатова ТВ» (Курчатова, Курская область), «Студия «Видео-Дон»» (Нововоронеж, Воронежская область), «Телекомпания СТВ» (Сосновый Бор, Ленинградская область), «Типичный Балаково!» (Балаково, Саратовская область) и «Типичный Волгодонск» (Волгодонск, Ростовская область). На наш взгляд, территории расположения АЭС выделяются среди других городов атомной отрасли, поскольку в «титულной» производственной деятельности связаны не с государственным оборонным заказом, а с созидательной, мирной выработкой энергии преимущественно в гражданских целях.

В результате мониторинга мы определили, что нарративная идентичность городского сообщества воплощается в рассказе о событиях и новостях, сопряженных с самыми разными темами — от проблем жилищно-коммунального хозяйства и спортивных достижений до открытия новых инфраструктурных объектов и дорожно-транспортных происшествий. Безусловно, каждый атомный город отличается своим соотношением тем и уникальных информационных поводов. Объединяющим же служит стремление авторов к закреплению коллективного облика аудитории в подробном, всестороннем рассказе.

Партиципативная идентичность выражается в участии в общем деле членов местного сообщества, многие из которых выступают одновременно и сотрудниками градообразующего предприятия, и жителями атомного города. В данном случае воз-

можно как воплощение виртуальной идеи в реальном измерении, когда гиперлокальные медиа становятся точкой сборки продуктивных инициатив (к примеру, результативные финансовые сборы и флешмобы медиа «Типичный Балаково!»), так и освещение изначально физически воплощаемых дел в публикациях журналистов с предложением присоединиться к акциям (например, публикации о работе зооволонтеров в Заречном Свердловской области и Нововоронеже).

Просопографическая идентичность конструируется в презентации локальной истории. Это могут быть публикации фотографий из муниципального архива или личных собраний пользователей (Балаково, Волгодонск и др.), воспоминания о первооткрывателях или исторических событиях того или иного атомного города (Заречный Свердловской области, Курчатова и др.), цифровые копии телепрограмм прошлых лет из хранилищ местных телеканалов (Нововоронеж, Сосновый Бор и др.). Так гиперлокальные медиа раскрывают свою мемориальную сторону, способность агрегировать и затем транслировать память городского сообщества, тем самым объединяя его участников.

Избранные для анализа медиа действуют главным образом в соцсетях, поскольку существенный источник коллективной идентичности — системное отстраивание коммуникации между редакцией и аудиторией. Журналист и зритель регулярно преодолевают коммуникативный барьер сменой ролей, когда предполагаемая ситуация «медиа — коммуникатор, аудитория — реципиент» (аналоговая форма взаимодействия) заменяется нестандартной «аудитория — коммуникатор, медиа — реципиент» [10, 13]. Так конструктивная обратная связь способствует построению продуктивных отношений между субъектами интерактивной онлайн-коммуникации [11, 175]. Изменившаяся медиасистема трансформирует общество в «комбинированную модель социального сотрудничества» [12, 16].

Таким образом, гиперлокальные медиа на примере онлайн-ресурсов городов-спутников атомных электростанций в контексте данной работы следует рассматривать в качестве акторов конструирования коллективной нарративной (мы-в-рассказе), партиципативной (мы-в-действии) и просопографической (мы-в-истории) идентичности городских сообществ как в цифровом, так и в реальном социокультурном пространстве.

Приводимое здесь понимание функций гиперлокальных медиа предполагает последующие дискуссии о статусе и положении подобных средств массовой коммуникации в современной медиасистеме, их значении в социальных процессах эпохи цифровизации. Теоретическая модель, основанная на ряде предыдущих междисциплинарных исследований, находит отражение в практике нескольких редакций,

создающих текстовый и аудиовизуальный контент, а значит, может обнаружиться и в альтернативных совокупностях аналогичного эмпирического материала. Так или иначе, гиперлокальные медиа атомных городов, взаимодействуя с аудиторией и развивая горизонтальные связи с ней, уже сегодня делают весомый вклад в повышение психологического благополучия людей в период неопределённости и глобальных вызовов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Человек в мире медиа: пространственно-временные и социографические характеристики. — Екатеринбург, 2024.
2. Марцинковская Т. Д. Особенности кризисов транзитивности в период карантина / Т. Д. Марцинковская, Н. С. Полева // Новые психологические исследования. — 2022. — № 1. — С. 71–87.
3. Марцинковская Т. Д. Идентичность в транзитивном и виртуальном пространстве / Т. Д. Марцинковская // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». — 2018. — № 4 (14). — С. 11–20.
4. Юмашева Ю. Ю. Просопография: к вопросу о периодизации применения метода в исторических исследованиях / Ю. Ю. Юмашева // Историческая информатика. — 2022. — № 1 (39). — С. 1–51.
5. Örnebring H., Hellekant Rowe E. The Media Day, Revisited: Rhythm, Place and Hyperlocal Information Environments // Digital Journalism. 2022. Vol. 10, № 1. P. 23–42.
6. Шурко И. И. Интерактивные инструменты творческой деятельности в гиперлокальных медиа атомных городов России / И. И. Шурко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2024. — Т. 30, № 3. — С. 38–48.
7. Курушкин С. В. Гиперлокализация в системе российского мегаполиса: к вопросу об определении понятия / С. В. Курушкин // Челябинский гуманитарий. — 2020. — № 4 (53). — С. 36–40.
8. Фролова Т. И. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики / Т. И. Фролова, А. С. Гатилин // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2021. — № 3. — С. 121–151.
9. Об организации // Союз «Атомные города». [интернет-портал]. — URL: <https://atomgoroda.ru/about> (дата обращения 27.09.2024).
10. Щепилова Г. Г. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия / Г. Г. Щепилова, Л. А. Круглова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2018. — № 3. — С. 3–16.
11. Топчий И. В. Эмоциональный фон комментария как результат различных способов его оценки / И. В. Топчий // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 3 (33). — С. 175–181.
12. Dugin E. A «communicative turn» in the theoretical and methodological substantiation of the media system and journalism // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2024. № 3. P. 5–19.

Уральский федеральный университет
Шурко И. И., аспирант кафедры периодической печати
и сетевых изданий
E-mail: shurko.ilja@gmail.com

Ural Federal University
Shurko I. I., Postgraduate Student of the Periodical Press and
Online Media Department
E-mail: shurko.ilja@gmail.com