

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА Г. ТАГАНРОГА В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

А. Г. Донских

Южный федеральный университет

Поступила в редакцию 3 июля 2024 г.

Аннотация: автор статьи анализирует трансформацию образа Таганрога в публикациях региональных СМИ за период 2021–2023 гг. В информационном пространстве сформирован новый образ Таганрога — города перемен, из провинциального «захолустья» с массой нерешенных проблем трансформировавшегося в туристический центр всероссийского масштаба, динамично развивающийся город, где удобно не только отдыхать, но работать и жить.

Ключевые слова: образ Таганрога, образ, медиаобраз, медиаимидж, имидж территории, развитие туризма.

Abstract: the author of the article analyzes transformation of the image of Taganrog in publications of regional mass media for the period 2021–2023. As a result, a new image of Taganrog — a city of change, from a provincial «backwater» with a lot of unresolved problems, transformed into a tourist center of the all-Russian scale, dynamically developing city, where it is convenient not only to rest, but work and live.

Keywords: image of Taganrog, image, media image, image of the territory, tourism development.

Таганрог — город, расположенный на юге России на берегу Таганрогского залива Азовского моря, большинству известен преимущественно как родина великого русского писателя, А. П. Чехова. Со своей малой родиной Чехов никогда не терял связей, а значительная часть произведений писателя отображает особенности культурно-бытовой жизни его земляков-современников. Таганрог пронизан памятью об А. П. Чехове. В городе проходят специальные мероприятия: Чеховский книжный фестиваль, Международный театральный фестиваль «На родине А. П. Чехова», научно-практические конференции, появляются новые экскурсионные маршруты, работает Таганрогский государственный литературный и историко-архитектурный музей-заповедник, включающий Мемориальный музей «Домик Чехова», Музей «Лавка Чеховых», Литературный музей А. П. Чехова, Южно-Российский научно-культурный центр А. П. Чехова, а также весь комплекс чеховских памятных мест в городе.

В информационной повестке СМИ город традиционно появлялся в первую очередь благодаря юбилейным датам и событиям, связанным с именем А. П. Чехова. Между тем в произведениях писателя Таганрог запечатлен провинциальным «захолустьем» [1, 95–100] со всеми атрибутами патриархальной жизни [2, 273–292], что могло сформировать соответствующий стереотип о городе в сознании массового читателя. Полагаем, данный стереотип долгие годы поддерживал всеобщий устойчивый интерес к чеховским местам в Таганроге, но не к самому городу.

Тенденция развития внутреннего туризма в России открыла новые возможности для Таганрога. В сен-

тябре 2021 г. город посетила глава Совета Федерации В. Матвиенко, пообещав поддержку [3]. В том же году Таганрог был включен в программу развития туристических кластеров, благодаря чему поступило финансирование из федерального бюджета, местные власти активно занялись благоустройством города, ремонтом и реставрацией социальных и культурных объектов. Процессы модернизации городской инфраструктуры получили широкое освещение в региональных СМИ, в материалах которых отразились не только внешнее преобразование города, но и трансформация устоявшихся стереотипов о нем.

В своем исследовании мы анализируем особенности репрезентации образа Таганрога в СМИ Ростовской области, освещавших процессы развития города в течение 2021–2023 гг. В науке понятие образ часто используется в качестве иллюстрации и примера типичных характеристик того или иного явления [4, 138]. Репрезентация каких-либо явлений в СМИ находит свое отражение также в терминах «медиаобраз» и «медиаимидж».

В исследованиях существует множество теоретических подходов и дефиниций, выделяющих не только сходство и различие в понятиях «медиаобраз» и «медиаимидж», но и взаимосвязь данных терминов в контексте информационно-коммуникативной деятельности. Медиаобраз — это картина мира, конструируемая и преподносимая массовой аудитории СМИ [5, 136]. По мнению Т. С. Глушковой и О. И. Зайцевой, медиаобраз может стать одной из составляющей в структурной композиции имиджа; например, его можно использовать в качестве инструмента формирования имиджа территориально-государственного субъекта, что обусловлено содержательной близо-

стью понятий «медиаобраз» и «медиаимидж» [6, 51–52]. И. В. Сидорская считает, что медиаобраз и медиаимидж — совокупность представлений об объекте, но не в сознании общества, а в репрезентации СМИ, и в отношении территориальных образований исследователь предлагает рассматривать данные термины как близкие по своему основному значению («система представлений о территории»), но различные с точки зрения особенностей функционирования и акцентирования стихийного либо целенаправленного характера формирования данных представлений [7, 184].

Публикации в СМИ неизбежно влияют на создание и изменение имиджевых характеристик, в частности в отношении конкретных территорий. Территориальный имидж — это образ, представление, стереотип о социокультурных, исторических, социально-экономических, политических и других особенностях данной территории (страны, города и т.д.) в массовом сознании [6, 50]. Образ конкретной территории может наделяться положительными и отрицательными коннотациями, ее имидж может меняться во временном измерении под воздействием публикаций в СМИ [8, 336].

Такие закономерности можно наблюдать в формировании и трансформации образа Таганрога в региональном информационном пространстве. Несмотря на то, что город занимает второе место по численности населения в Ростовской области, являясь крупным индустриальным центром и одним из ведущих морских портов на юге России [9, 67], в информационном поле региона в течение продолжительного времени доминировал образ неухоженного, заброшенного, «уходящего под землю» города, постепенно утрачивающего свое бесценное культурное наследие. В публикациях местных СМИ разных лет преобладали материалы, посвященные длительным процессам разрушения памятников культуры («Здесь был Чехов. Вместо ремонта памятника культуры на нем повесили табличку» («АиФ на Дону» от 21.01.2015); «Горькая доля родового гнезда. Дом Чехова разрушается» («АиФ на Дону» от 24.02.2016); «“Прямо как бразильские фавелы!” Почему умирает душа Таганрога» («АиФ на Дону» от 30.08.2017); «Туризм на картонке. Почему маяк под Таганрогом доживает последние дни» («АиФ на Дону» от 11.07.2018)); нерешенным проблемам городского коммунального хозяйства и городской среды («Дневные фонари. Почему вечером в Таганроге темно, хоть глаз выколи» («АиФ на Дону» от 27.04.2016); «“Купание запрещено”. Почему загажены пляжи Таганрога» («АиФ на Дону» от 26.04.2017); «Стыд за бурьян. Почему разрушен центр Таганрога, задуманный еще Петром I» («АиФ на Дону» от 24.05.2017); регулярным чрезвычайным происшествиям («Царь-яма: огромный провал асфальта образовался на одной из улиц Таганрога» («КП-на Дону» от 14.03.2018); «Провал грунта на территории

детсада ликвидируют в Таганроге» («АиФ на Дону» от 02.04.2018); «Город проваливается. Почему в Таганроге объявлена чрезвычайная ситуация» («АиФ на Дону» от 4.04.2018); «Таганрог уходит под землю: новый провал грунта произошел возле травмпункта» («КП-на-Дону» от 03.04.2018); «“Дождь перед концом света”. Показываем последствия ливня в Таганроге» («161.ru» от 24.06.2018)) и т.д.

Тональность публикаций о Таганроге кардинально изменилась в 2021 г. после упомянутого визита В. Матвиенко и начавшейся модернизации всей городской инфраструктуры. Увеличилась интенсивность публикаций о городе, в редакционной повестке региональных СМИ Таганрог занял одну из лидирующих позиций, по сравнению с предшествующими годами значительно сократилась доля критических материалов, посвященных бытовым проблемам города. Несмотря на то, что повседневные происшествия не ушли из редакционной повестки, их доля в общем количестве журналистских материалов уменьшилась.

Мы проанализировали посвященные Таганрогу публикации в наиболее популярных региональных СМИ: «161.ru», «Безформата», rostovgazeta.ru, 1rnd.ru, «Наше время», региональные выпуски федеральных изданий «Российская газета», «Комсомольская правда на Дону», «Аргументы и факты на Дону», «Эксперт ЮГ», выходившие в течение 2021–2023 гг. Такой выбор СМИ объясняется изначальным поисковым запросом «Таганрог» и «образ Таганрога», в результате которого были отобраны выше перечисленные СМИ, сайты которых содержали наибольшее количество журналистских материалов о городе. Далее в каждом СМИ методом сплошной и случайной выборки были отобраны публикации о Таганроге за каждый год по отдельности. В общей сложности было изучено 300 материалов. Полагаем, что такое типологическое разнообразие представленных СМИ в контексте нашего исследования позволит прийти к более достоверным результатам.

В материалах анализируемого периода отображается динамика развития города, наблюдается увеличение количества инфоповодов, расширение проблемно-тематического спектра и устойчивая позитивная тональность публикаций о Таганроге. Так, публикации 2021 г. анонсировали крупные перемены, ожидаемые в городе, авторы обратились к культурно-исторической самобытности города, перспективам реализации грандиозных планов и решению проблем городской среды, в общей тональности доминировала тема обновления, «перезагрузки». rostovgazeta.ru: «Власти Ростовской области заявили о масштабном обновлении Таганрога» (от 19.03.2021); «Эксперт ЮГ»: «Таганрог превратится в туристический центр до 2030 года за 66 млрд. рублей» (от 01.07.2021), «Перезагрузка» Таганрога набирает обороты» (от 31.08.2021), «Вдоль по Петровской: как расцвел Таганрог при Валентине Мат-

виенко» (от 13.09.2021); **«Наше время»:** «Таганрог: город перемен» (от 22.12.2021); **«АиФ на Дону»:** «Как жить провинции у моря? Что нужно Таганрогу для привлечения туристов» (от 28.09.2021); **«Российская газета»:** «В Таганроге к реконструкции трамвайный путей привлекут частную компанию» (от 13.04.2021), «Чем Таганрог может ответить на растущий поток туристов» (от 28.09.2021) и т.д.

В материалах 2022 г. доминируют темы, связанные с развитием туризма в городе, новыми экскурсионными программами, известными именами и выдающимся земляками, уникальностью историко-культурного наследия. **«Российская газета»:** «В Таганроге есть места силы, свой “Ла скала” и “Старая кляча на обед”» (от 17.06.2022); **«Наше время»:** «В Таганроге стартует Международный театральный фестиваль “На Родине А. П. Чехова”» (от 16.09.2022); **«АиФ на Дону»:** «Остановка на станции Морская. Как бизнес помогает развивать туризм на Дону» (от 23.03.2022), «В Таганроге прошел круглый стол по развитию туризма» (от 23.05.2022), «Стартап Петра I. Станет ли Таганрог туристической меккой России» (от 01.06.2022); **«Эксперт ЮГ»:** «История про Петра I на Дону привлекала туроператоров» (от 11.07.2022), «Как реконструкция Пушкинской набережной перезапустит Таганрог» (от 17.05.2022), «Не пытайтесь покинуть Таганрог: как будущее города изменит туристский код» (от 10.08.2022) и т.д.

Количество публикаций о Таганроге в 2023 г. увеличилось вдвое, тематика стала еще более разнообразной, интерес к Таганрогу вышел за пределы региона, освещались проходившие в городе крупные мероприятия всероссийского масштаба, город стал кинематографической площадкой для двух сериалов, появились первые результаты модернизации города, для которого разработали свой логотип. Освещались также конфликтные ситуации, вызванные в том числе процессами модернизации. **161.ru:** «В Таганроге забуксовала реконструкция дома Фаины Раневской» (от 31.01.2023), «“Если в минусе — премии не будет”. Почему водители трамваев уезжают из Ростова в Таганрог» (от 01.02.2023); **«Комсомольская правда на Дону»:** «Таганрог может претендовать на звание IT-столицы: в Ростовской области проходит Всероссийский форум разработчиков “ФИЧА”» (от 25.08.2023), «Морской колорит, крабы и Цой: Как рыбацкий поселок Богудония в Таганроге облюбовали туристы» (от 07.10.2023); **rostovgazeta.ru:** «Таганрог вошел в топ-5 городов России в стиле модерн» (от 30.05.2023), «В Таганроге в День города по улицам проедет театральный трамвай» (от 29.08.2023); **«Эксперт ЮГ»:** «Турпоток в Таганрог в первом полугодии 2023 года вырос в 2,5 раза» (от 17.08.2023), «В Таганроге отремонтировали два старинных особняка на Петровской» (от 01.12.2023); **«Российская газета»:** «В Таганроге предложили новый маршрут для гастрономических путешествий» (от 04.10.2023),

«Ваше высочество Таганрог: город у моря признали идеальным для романтиков» (от 09.06.2023); **«Наше время»:** «“Почта России” отметила 325-летие Таганрога специальным штемпелем и дизайнерскими открытками» (от 13.09.2023); **1rnd.ru:** «Что не так с логотипом Таганрога? Объясняет эксперт в области шрифтового дизайна из Петербурга» (от 26.08.2023); **«АиФ на Дону»:** «Глава СКР Бастрыкин потребовал доклад о расселении жильцов “Дома Раневской”» (от 31.01.2023), «От Петра Великого до Чехова. Краевед написала книгу к юбилею Таганрога» (от 16.06.2023) и т.д.

Отметим также значительный рост материалов, нацеленных на привлечение внимания к Таганрогу массового туриста. В журналистских текстах чаще стали рассказывать о своем городе местные жители (кондитеры, рестораторы, экскурсоводы, историки, краеведы, спортсмены, просто равнодушные люди), появились материалы о популярных современниках-уроженцах Таганрога, в информационном пространстве заняли прочное место новые локации, обеспечивающие узнаваемость города. Публикации о праздновании 325-летия Таганрога переплетались с темой модернизации города. Интерес кинематографистов, снимавших в 2023 г. в Таганроге сериал о Фаине Раневской, и дальнейшее его обсуждение в СМИ, добавили привлекательности городу. Имя великой актрисы стало устойчивым компонентом образа Таганрога наряду с именами А. П. Чехова и Петра I.

Таким образом, в информационном пространстве региона за последние три года образ Таганрога значительно изменился. В материалах региональных СМИ Таганрог представлен как город перемен, курортный приморский город с мягким климатом, доброжелательным и гостеприимным местным населением, богатым историко-культурным и архитектурным наследием, уникальной самобытной культурой, подходящим как для размеренного семейного отдыха, так и активного досуга, город, где возможно совместить разные виды туризма: рекреационный, пляжный, спортивный, водный, гастрономический, культурно-познавательный, литературный, деловой.

В журналистских текстах, даже событийного характера, в том числе заголовках, были выявлены наиболее часто повторяющиеся речевые конструкции, маркеры, направленные на формирование устойчивых представлений о городе и его узнавание: «город Петра I и Чехова», «Родина Чехова и Раневской», «родина талантов», «город у Азовского моря», «приморский город», «уютный город», «старший брат Санкт-Петербурга», «Стартап Петра I», «музей под открытым небом», «IT-столица России». Историческая преемственность и культурные связи Таганрога и Санкт-Петербурга, основанные Петром I, стали таким же значимым компонентом образа города, как и его духовная связь с А. П. Чеховым.

Появление имиджевых маркеров в журналистских текстах позволяет нам сделать вывод о том, что в публикациях региональных СМИ образ Таганрога кардинально изменился под влиянием новых инфоповодов, позитивной тональности и содержания. Большая часть материалов была нацелена на освещение перемен и осмысление перспектив, связанных с включением города в государственную программу развития туристических кластеров, превращением Таганрога в туристический центр общероссийского масштаба, и тем самым, способствовала формированию нового имиджа города в сознании массовой аудитории.

Под воздействием социально-экономических и политических преобразований в региональном информационном пространстве сформировался новый образ Таганрога, сложенный из устойчивых ценностных доминант: географического, социально-экономического и культурно-исторического своеобразие. Образ Таганрога как города перемен приобрел новые имиджевые характеристики, направленные на формирование среди широкой аудитории устойчивых позитивных представлений о городе и привлечение туристов. Из провинциального «захолустья» с массой нерешенных городских проблем Таганрог в публикациях региональных СМИ трансформировался в претендующий на всероссийский масштаб туристический центр, динамично развивающийся город, где удобно не только отдыхать, но работать и жить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ершова А. А. Провинция и критика: споры по поводу типичности образа «захолустья» в произведениях А. П. Чехова / А. А. Ершова. — Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. — 2014. — № 2 (82). — С. 95–100.
2. Трифонова З. А. Гениальные образы, рожденные на Дону: казаки М. А. Шолохова и помещане А. П. Чехова / З. А. Трифонова. — Вопросы географии. — 2020. — № 151. — С. 273–292.
3. Матвиенко: Мы никого не оставим в покое, пока не реализуем комплексный план модернизации Таганрога // Сетевое издание «СенатИнформ» — 2021. — 10 сент. — Режим доступа: https://senatinform.ru/news/matvienko_my_nikogo_ne_ostavim_v_pokoe_poka_ne_realizuem_kompleksnyy_plan_modernizatsii_taganroga/?ysclid=ly4kuhn54s534420232 (дата обращения: 02.07.2024).
4. Каримова К. Р. Понятие «образ» и «имидж» в практике СМИ и научных исследованиях / К. Р. Каримова. — Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2019. — № 4 (34). — С. 138–144.
5. Малышева Е. Н. Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) / Е. Н. Малышева, Н. А. Гряднев. — Научный диалог. — 2016. — № 12 (60). — С. 134–144.
6. Глушкова Т. С. Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект / Т. С. Глушкова, О. И. Зайцева. — Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2017. — № 3 (29). — С. 50–57.
7. Сидорская И. В. Об употреблении терминов «образ» и «имидж» в русскоязычных исследованиях проблемы медиарепрезентации территорий / И. В. Сидорская. — Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2021 г. — № 3. — С. 173–197.
8. Бурганова Л. А. Город как «медийная реальность»: образ российского города в печатных СМИ (на примере г. Екатеринбурга) / Л. А. Бурганова, Л. Н. Везнер. — Вестник Казанского технологического университета. — 2013. — Т. 16. — В. 19. — С. 336–340.
9. Колоскова А. А. Роль города Таганрога в развитии ростовской агломерации / А. А. Колоскова. — Вестник экспертного совета. — 2021. — № 2 (25). — С. 64–69.

Южный федеральный университет
Донских А. Г., кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и практики массовой коммуникации
E-mail: anna_kapustina@mail.ru

Southern Federal University
Donskikh A. G., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Theory and Practices of Mass Communication Department
E-mail: anna_kapustina@mail.ru