

О РОЛИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ В ОСВЕЩЕНИИ МЕСТНОГО ТОПОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА И ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

С. А. Попов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 июля 2025 г.

Аннотация: автор продолжает серию научных статей, посвященных деятельности региональных СМИ Воронежской области по освещению на своих страницах топонимической и лингвокраеведческой тематики. Данная работа направлена на выявление роли местных СМИ в презентации топонимического пространства региона и исследовании их вклада в процесс формирования региональной идентичности. Подчеркивается важность изучения процессов транслирования местной топонимической культуры и сохранение историко-географического наследия региона через средства массовой коммуникации. Исследование позволяет выявить механизмы и формы, посредством которых формируются устойчивые образы и представление о родном крае среди местного населения. Автор приходит к выводу, что региональные СМИ могут стать также и одним из источников научных топонимических исследований родного края.

Ключевые слова: Воронежская область, региональные СМИ, журналистика, регионалистика, региональная идентичность, топонимическое пространство, топонимы, ойконимы, лингвистическое краеведение.

Abstract: the author concludes a series of articles dedicated to the activities of district newspapers in Voronezh region regarding their coverage of topographic and linguistic local studies on their pages. This work aims at identifying the role of regional media outlets in representing the region's toponymic space and exploring their contribution to the process of forming regional identity. The importance of studying processes related to transmitting local toponymic culture and preserving historical-geographical heritage through mass communication channels is emphasized. The research reveals mechanisms and forms by which stable images and perceptions about one's native land are formed among the local population. The author comes to the conclusion that regional media can also serve as one of the sources for scientific toponymic research of the homeland.

Keywords: Voronezh Region, regional media, journalism, regional studies, regional identity, toponymic space, toponyms, oikonyms, linguistic local studies.

Вопрос формирования региональной идентичности остается актуальным в условиях глобализации и усиления информационного воздействия извне. Средства массовой коммуникации (далее — СМК) играют ключевую роль в передаче историко-культурного опыта и закреплении ценностей, присущих конкретной территории. Особенную значимость приобретает отражение местных топонимов — географических названий, выражающих своеобразие и особенности той или иной местности. Именно поэтому важно изучить способы и методы, применяемые СМК для презентации и популяризации местной топонимической среды.

Как отмечает А. Э. Геворкян, «массовая коммуникация — это система взаимосвязей, позволяющая получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому чис-

лу людей, независимо от места расположения, положения, социального статуса (например, СМИ, интернет). Такая коммуникация развивается на основе использования технических средств размножения и передачи сообщения. Как правило, массовые коммуникации осуществляются специализированными организациями (издательства, агентства, редакции, студии)» [1, 9].

Важность исследования заключается также в понимании влияния СМК на развитие гражданской активности и социокультурной адаптации жителей региона. Освещенность пространственных символов помогает формировать гордость за свою малую родину, усиливает интерес к ее прошлому и настоящему, стимулирует уважение к местным обычаям и традициям.

Цель данной работы состоит в том, чтобы определить специфику функционирования средств массовой коммуникации Воронежской области в про-

цессе формирования и поддержания региональной идентичности через призму отображения топонимического пространства.

К вопросам освещения местного топонимического пространства в региональных изданиях относятся журналистские исследования происхождения существующих местных наименований населенных пунктов (оиконимов) либо прежних вариантов названий (при условии переименования), а также материалы о поселениях, прекративших свое существование на исследуемой территории, информация о текущих и исторических наименованиях улиц и отдельных территорий, имена лиц, чьей памятью увековечены названия сел, поселков, хуторов, деревень, городов, улиц, проспектов, площадей, переулков, парков и прочих объектов городской среды. Не менее значимы и публикации местных мифологических сюжетов и преданий, связанных с происхождением тех или иных географических названий.

Согласно данным сайта Роскомнадзора, в настоящее время на территории Воронежской области действуют 99 зарегистрированных СМИ, из них 81 печатное издание (газеты и журналы, в т.ч. 34 районные газеты и социальный выпуск одной из них) и 18 электронных изданий (радиоканалы и телеканалы), прекращена деятельность 54 зарегистрированных СМИ (35 печатных и 19 электронных) [2]. Сегодня в свободном доступе с печатными версиями районных и государственных областных газет можно ознакомиться в отделе краеведения Воронежской областной универсальной научной библиотеки им. И. С. Никитина, с их электронными версиями начиная с января 2021 года — на сайте библиотеки в разделе «Электронная библиотека» [3].

Ранее мы отмечали: «Проведя мониторинг районных газет Воронежской области за последние пять лет, мы обнаружили множество лингвокраеведческих публикаций, посвященных истории, диалектам, происхождению названий не только существующих, но и исчезнувших населенных пунктов региона. Часто в указанных материалах содержится много информации, порой эксклюзивной, которая будет весьма полезна для ученого-топонимиста. В данном случае региональное топонимическое пространство выступает в роли материала для журналистов районных газет, и авторы их публикаций вносят значительный вклад в исследование и сохранение культурно-исторической информации о родном крае для потомков» [4, 268].

Воронежская область обладает собственной уникальной идентичностью, основанной на сочетании природно-географической среды, исторического прошлого и сложившихся культурных традиций. Одним из ключевых элементов такой идентичности являются местные топонимы — названия населенных пунктов, рек, озер, прудов, ручьев, гор, лесов и иных географических объектов. Они хранят память поко-

лений, ассоциируются с важными историческими событиями и символически определяют территорию как особую среду обитания человека.

Местные жители воспринимают топонимы как маркеры территориального самоопределения и коллективной идентификации. Когда население видит, слышит и читает в средствах массовой коммуникации о своем населенном пункте, реке или улице, оно ощущает принадлежность к этому месту, укрепляет чувство единства с ним.

Именно поэтому значительное внимание уделяется вопросам локализации — процессу наполнения смыслом и содержанием пространства вокруг себя. Репрезентация топонимов становится важнейшим фактором воспроизведения региональной идентичности.

Главным каналом передачи и воспроизведения значений топонимов становятся средства массовой коммуникации. Газеты, журналы, телевидение и радио, информационные агентства, интернет-порталы, телеграм-каналы формируют особый тип общественного сознания, связанного с восприятием территории, на которой живет человек.

Наиболее распространенным способом репрезентации топонимов является использование устоявшихся географических названий в новостных сообщениях, очерках, рекламных объявлениях и аналитических материалах. Часто журналисты обращаются к местным легендам и преданиям, связанным с определенными объектами, создавая дополнительные ассоциации и образные конструкции.

Кроме того, некоторые СМИ организуют специальные рубрики и разделы, посвященные краеведению и сохранению историко-культурного наследия региона. Такие проекты позволяют глубже раскрыть историю конкретных населенных пунктов, привлечь внимание широкой аудитории к проблемам охраны природного и культурного наследия.

Проанализированный топонимический материал, опубликованный в СМК Воронежской области за последние семь лет, позволил нам разделить его на несколько общих тематических блоков: оиконимия (названия населенных пунктов), урбанонимия (названия внутригородских объектов), микротопонимия (названия мелких географических объектов), исчезнувшие населенные пункты и их названия.

Например, в газете «Аннинские вести» преподаватель филологического факультета ВГУ Дарья Гальцова рассказала землякам, откуда взялись названия улиц ее родного села Старый Курлак [5, 5].

В бобровской районной газете «Звезда» 9 и 16 февраля 2021 г. в рубрике «По страницам истории» опубликованы статьи Елены Ледневой «На каких улицах жили бобровцы до революции», в которых приведены сведения о прежних названиях современных улиц райцентра, дана их этимология, перечислены расположенные на них исторические здания. В частности, до 1917 г. в Боброве были ули-

цы *Большая Воронежская* (современная ул. Кирова), *Большая Московская* (ул. 22 января), *Дугиновская* (ул. Пугачёвская), *Икорецкая*, *Романовский бульвар*, *Садовая* (ул. Авдеева), *Солдатско-Ротная* (ул. Краснофлотская), *Прогульно-Дворянская* (ул. Алексеевская) и др.

Районные СМИ также играют важную роль в сохранении памяти об исчезнувших населенных пунктах, вместе с которыми ушли и их названия. Информация об этих хуторах, деревнях, поселках, селах через страницы «районок» передается последующим поколениям земляков зачастую во многом благодаря энтузиазму местных краеведов, школьных учителей, журналистов.

Например, редакция таловской районной газеты «Заря» 25 октября 2019 г. публикацией «Некоролевская судьба Корольского» открыла на своих страницах рубрику «Исчезнувшие с карты», в которой журналисты стали «рассказывать о поселках, которые когда-то существовали, в них жили и трудились люди, кипела общественная жизнь. А потом по разным причинам они исчезли с карты района. Но самое главное — еще живы люди, для которых эти поселки — их малая родина» [6, 5].

Петропавловская районная газета «Родное Придонье» в январе 2020 г. открыла новую рубрику «Здесь был хутор», в которой публикуются материалы о забытых и заброшенных хуторах и деревнях района. В дебютном материале о хуторе Мандровка раскрыта этимология ойконима, приведены сведения из начальной истории хутора: «Старожилы утверждали, что название хутору дал крестьянин по фамилии Мандровский, который перебрался в это место вместе с семьей из села Журавка Богучарского района. Было это в 1865 г. В том же году в хуторе было отстроено 12 хат-лозянок, где проживало 46 мужчин и 47 женщин. Через 20 лет в Мандровке уже проживало 686 человек в 132 домах» [7, 8].

В годы юбилеев Великой Победы в Великой Отечественной войне 1941—1945 гг. многие районные газеты опубликовали иллюстрированные материалы о земляках-героях, в честь которых были названы улицы местных населенных пунктов.

Воронежская газета «МОЁ!» открыла новую рубрику «Город героев», посвященную героям, воинским соединениям и событиям Великой Отечественной войны, в честь которых названы улицы областного центра [8].

Руководитель АНО ГИ «Мой Богучар» Иван Шевцов совместно с заместителем руководителя МКУ «Управление культуры» Богучарского муниципального района Екатериной Улеватой при финансовой поддержке администрации района с 2017 г. организовал съемки нескольких документальных фильмов из цикла «Герои улиц города Богучар», посвященных Героям Советского Союза, в честь которых названы улицы районного центра.

К 75-летию освобождения Воронежа от немецко-фашистских захватчиков РИА «Воронеж» еженедельно с марта 2015 г. по апрель 2017 г. успешно реализовывало просветительский проект «Воронеж. Улицы победителей». Корреспондент портала Елена Миннибаева вместе с известным воронежским историком Владимиром Размустовым рассказали о героях Великой Отечественной войны, имена которых получили улицы, проспекты и переулки областного центра, об их подвигах и людях, которые лично были знакомы с воинами-защитниками. Всего было опубликовано 84 материала.

В Воронеже и области особое внимание уделяется популярным проектам, таким как туристические маршруты по местам жизни знаменитых писателей и поэтов, обзорные экскурсии по улицам города с изучением архитектурных памятников, проведение фестивалей и мероприятий, приуроченных к годовщинам основания отдельных поселков и деревень.

Помимо традиционных каналов массмедиа, широкое распространение получили онлайн-ресурсы и социальные сети, позволяющие оперативно распространять информацию о событиях, происходящих в районе, включая данные о топонимах и особенностях местного колорита.

Однако качество подобной информации порой вызывает сомнения. Недостаточная глубина проработки материала, отсутствие профессиональных знаний и навыков журналистов ведут к упрощенному, фрагментарному освещению важнейших аспектов географии и истории региона. Подобная ситуация снижает эффективность формируемого образа региона и негативно сказывается на восприятии его идентичности.

Также отмечается недостаток систематизированности подачи информации о топонимическом пространстве. Большинство СМИ публикуют отдельные разрозненные сведения, редко предлагая целостную картину, позволяющую полноценно оценить всю глубину местного контекста.

Современные изменения в медиаиндустрии создают новые возможности для улучшения процесса презентации топонимического пространства. Активизация цифровой инфраструктуры, появление новых платформ и технологий открывают пути для реализации интерактивных проектов, направленных на привлечение внимания к проблемам сохранности историко-культурного наследия.

Перспективным направлением представляется создание специализированных порталов и цифровых карт, включающих исторические карты, архивные фотографии, тексты документов и комментарии специалистов. Подобные ресурсы позволят значительно расширить доступ к знаниям о местном топонимическом пространстве и создать условия для активного вовлечения общественности в дело сохранения историко-культурного наследия региона.

Вместе с тем существует необходимость повышения уровня профессионализма сотрудников СМИ, работающих над материалами, затрагивающими аспекты местной топонимии. Важно стимулировать развитие методологических подходов, обеспечивающих качественное освещение соответствующих вопросов.

Итак, проведенное исследование показало, что средства массовой коммуникации Воронежской области играют значительную роль в формировании и поддержке региональной идентичности путем освещения местного топонимического пространства. Однако существуют значительные недостатки в качестве и глубине подобного освещения, препятствующие полноценному раскрытию историко-культурного потенциала региона.

Дальнейшие шаги должны включать разработку эффективных стратегий сотрудничества между государственными структурами, научным сообществом и журналистскими кругами. Необходимо повысить уровень профессиональной подготовки кадров, разработать методики оценки эффективности презентации топонимов в СМИ, внедрить инновационные технологии, повышающие доступность и привлекательность информации о месте проживания.

Создание условий для полноценного освоения и адекватного понимания местной топонимической среды позволит укрепить региональный патриотизм, активизировать общественную активность и способствовать дальнейшему социально-экономическому развитию региона.

Воронежский государственный университет

Попов С. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна

E-mail: spo@bk.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Афанасьев С. Откуда взялись названия улиц села Старый Курлак: Географию своей малой родины исследовала студентка Дарья Гальцова / С. Афанасьев // Аннинские вести. — 2020. — 22 сент. — С. 5.
2. Геворкян А. Э. Понятие, сущность и функции массовой коммуникации / А. Э. Геворкян // Теория и практика общественного развития. — 2005. — № 3. — С. 8—11.
3. Город героев. Мощные штурмовики Витрука. — Режим доступа: <https://moe-online.ru/pro/pomnim/article/363> (дата обращения: 17.06.2025).
4. Нужная И. Некоролевская судьба Корольского / И. Нужная // Заря. — 2019. — 25 окт. — С. 5.
5. Перечень наименований зарегистрированных СМИ: Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзора). — Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/activity/mass-media/for-founders/media/> (дата обращения: 17.06.2025).
6. Периодические издания (районные). — Режим доступа: <https://el.vrnlib.ru/category/periodicheskie-izdaniya-rajonnuye/> (дата обращения: 07.07.2025).
7. Попов С. А. Региональная топонимия как материал для работы журналистов районных средств массовой информации / С. А. Попов // Неофилология. — 2023. — Т. 9. — № 2. — С. 266—273. — Режим доступа: <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-266-273> (дата обращения: 07.07.2025).
8. Попова Л. В Мандровке — полувековая тишина: 46 лет назад исчез с лица земли хутор с необычным названием / Л. В. Попова // Родное Придонье. — 2020. 24 янв. — С. 8—9.

Voronezh State University

Popov S. A., Candidate of Philology, Associate Professor of the Public Relations, Advertising and Design Department

E-mail: spo@bk.ru