

УДК 316.334.56

Л. А. Бурганова, Л. Н. Везнер

ГОРОД КАК «МЕДИЙНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ»: ОБРАЗ РОССИЙСКОГО ГОРОДА В ПЕЧАТНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА)

Ключевые слова: образ города, социальное конструирование реальности, исследования печатной прессы.

В статье рассматриваются основные составляющие медийного образа г. Екатеринбург, выявленные в ходе исследования материалов федеральных печатных изданий за период 2010-2013 гг.

Keywords: image of the city, social construction of reality, research of print media.

The article deals with main components of Yekaterinburg media imagery, discovered during the research of federal print media for the period 2010-2013.

В практике социологических исследований в последние годы особую популярность приобрели исследования, основанные на конструкционистской методологии. Идеи о сконструированности социального мира, высказанные сначала Э. Гуссерлем [1], А. Шюцом [2], и, наконец, П. Бергером и Т. Лукманом [3], показали свою адекватность в качестве методологических инструментов познания окружающей реальности. Особенно популярным конструкционистский подход оказался при изучении различных образов, имиджей и стереотипных представлений [4-6]. При этом, практически не разработанной как в зарубежной, так и отечественной социологии остается тема конструирования образов городов.

В противоположность позитивистскому (в частности, структурно-функциональному) подходу к изучению города и городской среды, конструкционистский подход рассматривает город в качестве символической, субъективно-объективной реальности. Исследователи-конструкционисты рассматривают город с позиций интерпретативной деятельности индивидов: что и как говорят о городе его жители, что думают о нем жители соседних населенных пунктов, какие ассоциации связываются с городом в представлении жителей региона, страны, других стран? Образ конкретного города может наделяться положительными и отрицательными коннотациями, его имидж может меняться во временном измерении под воздействием репортажей по телевидению, публикаций в печатных СМИ и сети Интернет, выступлений политиков и авторитетных экспертов. Дискурсы городов формируют устойчивые стереотипные представления, емко отражающие квинтэссенцию урбанистских конструкторов: «Санкт-Петербург – культурная столица», «Москвабад», «Екатеринбург – столица Урала», «казанский феномен» и т.д., которые становятся понятными в качестве самостоятельных лексических единиц, без привязки к дискурсивному контексту [7].

Несмотря на то, что конструкционистские исследования обращаются к различным источникам для сбора эмпирического материала, наиболее распространенными и востребованными являются те

исследования, в которых объектом выступают масс-медиа. Поэтому для нашего исследования образа г. Екатеринбурга были проанализированы материалы четырех федеральных печатных изданий: «Российской газеты», «Комсомольской правды», «Известий» и «Независимой газеты». В ходе исследования в указанных печатных изданиях были проанализированы все публикации за период 2010-2013 гг. и отобраны материалы, связанные с г. Екатеринбургом. Для отбора материалов, имеющих отношение к г. Екатеринбургу, использовался критерий событийности: в расчет принимались только те материалы, которые были связаны с различными неординарными событиями (в т.ч. историческими), личностями, достижениями, проблемами, конфликтами и т.д., которые позволяли бы увидеть особенности репрезентации г. Екатеринбург в символической сфере. Таким образом, в число отобранных материалов не попали те, которые носили нейтральный, рутинный информационный характер. Например, сообщения о рабочих поездках первых лиц страны в Екатеринбург игнорировались, тогда как визит Президента РФ В.В. Путина в контексте проведенного в июне 2013 г. саммита Россия – ЕС, наоборот, включался в число отобранных публикаций, будучи связанным с событием международного масштаба, проведенного в Екатеринбурге. В целом же, общее число отобранных для анализа материалов составило: «Российская газета» – 118, «Комсомольская правда» – 94, «Известия» – 66 и «Независимая газета» – 67 публикаций.

Результаты проведенного исследования показывают, что имидж Екатеринбурга характеризуется размытостью и фрагментарностью, что в большей степени присуще крупным городам. Действительно, в отличие от небольших городов, которые стойко ассоциируются с одним или несколькими особенностями-брендами (Иваново – «город невест / текстиль», Тула – «пряники / оружие / самовары» и т.д.), крупные города отличаются большим разнообразием с точки зрения содержательного наполнения образа. Структурно образ Екатеринбурга состоит из ряда суб-образов, которые, в свою очередь, формируются за счет сочетания нескольких

тем / дискурсов. Не все из них органично вписываются в тот или иной суб-образ, и могут занимать промежуточное, «полу-включенное» положение. Символическое наполнение суб-образов Екатеринбурга может состоять из дополняющих или конкурирующих дискурсов, делящихся на доминирующие (мейнстрим), и альтернативные, и создающих особый порядок дискурса в рамках каждого из суб-образов [8]. Поэтому, анализируя отобранные в печатных изданиях материалы, мы разделяли их по тематической направленности и, при наличии, отмечали присутствие конфликтующих суждений. Как правило, большинство публикаций четко подпадали под ту или иную тему, однако в отдельных случаях одна и та же статья могла быть посвящена двум и более темам, и тогда она учитывалась в разных тематических категориях.

В количественном отношении в изученных газетах превалирует те материалы, в которых образ г. Екатеринбурга преподносится через призму различных масштабных событий (в среднем 26,8% от изученных публикаций) – их можно объединить в «событийный суб-образ». Это, во-первых, публикации о культурной жизни – праздновании 290-летия города, о проведении в Екатеринбурге разнообразных фестивалей, концертов и т.д. (в среднем 11,5% от изученных публикаций). Если судить по газетным публикациям, г. Екатеринбург предстает в качестве места, где регулярно происходят значимые культурные события, причем многие из них являются уникальными в своем роде (например, выставка исчезнувших запахов города или выставка картин художников – пациентов психиатрических больниц и пр.).

Во-вторых, в этой же категории можно рассмотреть проведение в Екатеринбурге различных саммитов, форумов, съездов, в частности саммита Россия – ЕС, форума Россия - Казахстан и иных международных встреч (3,1%). Отметим, что Екатеринбург и до 2010 г. нередко выбирался в качестве места для проведения подобных масштабных событий (саммиты ШОС и БРИК в 2009 г.). Все эти встречи вносят свой вклад в узнаваемость образа Екатеринбурга на международном уровне в качестве одного из городов-символов Российской Федерации (наряду с Москвой и Санкт-Петербургом). В публикациях о визитах первых лиц государства на международные мероприятия в Екатеринбурге нередко используется технология позитивизации образа города посредством хвалебных / поддерживающих высказываний со стороны первых лиц в отношении качества жизни в городе, его бурном развитии и т.д. Большое влияние на символический (имиджевый) капитал города оказывают и те публикации, где присутствует не только похвальба, но и обещания государственной поддержки на высшем уровне (как, например, в случае с ЭКСПО-2020).

В-третьих, во многих изученных публикациях делается акцент на том, что Екатеринбург чрезвычайно богат разнообразными и оригинальными скульптурными памятниками (1,4%), посвященным, например, Жене Букину (герой телесериала «Счастливы вместе»), Человеку-невидимке, сан-

технику Афоне, Остапу Бендеру и Кисе Воробьянинову, группе The Beatles и пр.

Отметим также, что культурное богатство Екатеринбурга всячески подчеркивается и представителями властных органов при выступлениях, пресс-конференциях и т.д., что говорит о том, что городские власти как агенты конструирования символической реальности стараются «размыть» во многом стереотипные представления о «городах-заводах» Уральского региона. Не случайно, в этой связи, что публикации, связывающие Екатеринбург с промышленной тематикой встречаются реже. Так, проводимой в городе промышленной выставке «Иннопром» посвящено в среднем в 4,8% публикаций, а подготовке к возможному проведению в Екатеринбурге выставки ЭКСПО-2020 – 5,1% публикаций. С другой стороны, очевидно, что в случае победы города в конкурсе на право проведения ЭКСПО-2020, значимость этого события для формирования образа Екатеринбурга существенно возрастет.

Публикации, связанные с культурными, международными и пр. событиями, как правило, носят положительный характер (особенно в «Российской газете») и используют репертуар стратегий позитивизации образа города. В частности, подчеркивается масштаб / значимость проводимых событий (*«масштабные международные мероприятия»*), их уникальность (*«объект стал самым красивым ... в стране»*), историческая преемственность (*«город с богатой «космической» историей»*) и т.д. Критика, если и присутствует, носит «мягкий» характер и касается лишь отдельных деталей проводимых мероприятий.

В среднем 7,3% публикаций в изученных изданиях конструируют образ Екатеринбурга в привязке к спортивным событиям – это отчасти «событийный» суб-образ, и отчасти – самостоятельная составляющая образа города. Вполне ожидаемо, что в большинстве случаев речь идет о проведении в городе матчей Чемпионата мира по футболу 2018 г. Примечательно, что предстоящее событие освещается больше не в «восторженном», а «деловом / рациональном» ключе, в виде обсуждения предстоящих перед ним изменений городской инфраструктуры. Очевидно, это связано с тем, что Екатеринбург, с одной стороны, имеет солидный «послужной список» успешно проведенных международных мероприятий, а с другой – с тем, что Чемпионат мира по футболу, так же как и Олимпийские игры, является высоко престижным событием в общемировом контексте.

Практически каждая пятая публикация (22,3%) из числа отобранных в проанализированных изданиях связана с «урбанистической» составляющей образа Екатеринбурга («урбанистический суб-образ»). В эту категорию попали, в первую очередь, статьи про особенности развития городской инфраструктуры (3,9%) и работе городских и областных властей по улучшению качества жизни в городе (5,9%). Особенно много таких публикаций в «Российской газете», которая конструирует образ успешно функционирующей городской власти, которая не только успешно решает городские проблемы,

но и последовательно превращает Екатеринбург в «город будущего» (в отдельных публикациях город даже называют «третьей столицей», «столицей Урала»). В «Комсомольской правде» также юпозитивные оценки, т.к. большинство материалов рассматриваемой категории представляют собой стенограммы «прямой связи» или интервью с руководящими лицами города. С другой стороны, в «Комсомольской правде», «Известиях» и «Независимой газете» нередко (в среднем 8,1% от общего числа отобранных публикаций) встречаются и конкурирующие дискурсы в виде статей по острым городским проблемам: плохому состоянию дорог, дорожным заторам, проблемам ЖКХ (прежде всего – крупным коммунальным авариям 2010 и 2011 гг.), острой нехватке мест в детских дошкольных учреждениях, обманутым дольщикам и т.д. Есть и статьи, посвященные такой проблеме Екатеринбурга, как грязь, в которых даже упоминается шутовское название города – «Грязьбург» (причем даже в «Российской газете»!). Нельзя сказать, что вышеуказанные проблемы присущи только Екатеринбургу – в той или иной степени они характерны для всех российских мегаполисов, и поэтому, скорее всего, влияние «проблемного поля» на образ Екатеринбурга нельзя назвать однозначно негативным. В существующих условиях указанные проблемы воспринимаются, скорее, как фон для оценки работы муниципальных органов власти и существенно подпортить имидж города могут только экстраординарные события на фоне полного бессилия городских чиновников. Более того, отдельные проблемы (пробки, дороговизна жизни, дороговизна жилья и др.) в соответствующем контексте воспринимаются как свидетельство динамично развивающегося и привлекательного образа жизни. Именно подобное впечатление складывается при анализе ряда публикаций в изученных печатных изданиях.

В рамках этой категории отдельно отметим тему строительства высокоскоростной железнодорожной магистрали от Москвы до Екатеринбурга (ВСМ-2), которой посвящено 3,7 % публикаций, отобранных для анализа, и которая лишь частично вписывается в «урбанистический суб-образ». ВСМ-2, как крупный инфраструктурный проект, при условии должной реализации, способна оказать существенное влияние на позитивизацию образа Екатеринбурга за счет дальнейшего социально-экономического развития как города, так и Свердловской области в целом. Однако, как видно из относительной малочисленности публикаций по теме ВСМ-2, в настоящее время гипотетическое высокоскоростное сообщение между Москвой и Екатеринбургом пока не вносит заметного вклада в медийную репрезентацию города.

Судя по результатам исследования, значимой, с точки зрения показателей количественной представленности, является и тематика преступности и громких происшествий (в среднем 13,5%), которая выступает дискурсивной основой «криминально-девиантного суб-образа». Особый акцент на подобной стороне образа Екатеринбурга делает газета «Комсомольская правда», в которой почти каж-

дая пятая изученная публикация (19,1%) так или иначе была связана с этой тематикой, тогда как остальные изученные печатные издания придают ей меньшее значение (ок. 10%). Репертуарный контекст подобных публикаций весьма разнообразен: задержание правоохранительными органами участников воровских сходов, массовые драки, резонансные убийства, случаи коррупции в рядах городских чиновников и полиции и т.д. Уделяется внимание и различным чрезвычайным происшествиям (например, попытке осуществления государственного переворота полковником Л. Хабаровым, событий вокруг конфликта в пос. Сагры под Екатеринбургом и пр.). Следует отметить, что значимость криминальной составляющей в образе Екатеринбурга тесно связана с историей Уральского региона в целом (место ссылки на каторжные работы, деятельность террористических отрядов и проведение экспроприаций в 1905-1908 гг., а в новейшей истории – деятельность ОПС «Уралмаш»).

Отдельно мы решили выделить две «околокриминальные» темы, с которыми ассоциируется образ Екатеринбурга, и которые лишь частично выступают составными частями «криминально-девиантного суб-образа». Первая из них – это тема наркомании (2,3%) и работы Фонда «Город без наркотиков» Е. Ройзмана (7,0%). Для понимания газетных дискурсов, связанных с этой темой, сделаем небольшой экскурс в историю. Фонд «Город без наркотиков», основанный в 1999 г., декларировал своей целью борьбу с наркоторговлей и безмедикаментозную реабилитацию наркоманов. Методы работы Фонда, как по борьбе с наркоторговцами, так и по лечению наркозависимых неоднократно подвергались критике и даже становились объектами судебных разбирательств. Тем не менее, в Екатеринбурге, да и в целом по России, довольно много тех, кто симпатизирует деятельности Фонда и поддерживает Е. Ройзмана. Изученные нами публикации показывают, что в последние три года в сообщениях печатных СМИ встречаются либо безоценочное описание мер, предпринимаемых правоохранительными органами в отношении Фонда и его сотрудников (обыски, уголовное дело в отношении вице-главы Фонда Е. Маленкина.), либо статьи, в которых Е. Ройзмана и его единомышленников упрекают в наличии «скрытой повестки». Активно проблематизируется насильственное удержание наркозависимых в реабилитационных центрах Фонда и жестокое обращение с ними (подобная риторика в большей степени характерна для «Комсомольской правды», которая и в предыдущие годы неоднократно жестко критиковала деятельность Фонда «Город без наркотиков»).

Вторая тема – убийство последнего российского императора Николая II и членов его семьи в 1918 г. Медийная активность, связанная с темой расстрела царской семьи и ее приближенных, была более характерна для середины-конца 1990-х гг. (идентификация и захоронение части останков) и периода 2007-2009 гг. (обнаружение и идентификация останков тел царевича Алексея и великой княжны Марии), поэтому в изученных публикациях эта

тема представлена незначительно (в среднем 3,1% от изученных публикаций). Несмотря на это, указанное событие с полным правом можно назвать одной из стойких ассоциаций, возникающих при упоминании города. И влияние этой ассоциации на имидж Екатеринбурга двойственное. С одной стороны, в городе регулярно проводятся поминальные мероприятия, связанные с последним российским императором (в частности, православный фестиваль «Царские дни», построен и действует Храм-на-Крови и т.д.). С другой стороны, в изученных публикациях встречается и отношение к этому событию как к «позорному пятну» на истории города. Возможно, именно подобной амбивалентностью и объясняется спад медийного внимания к теме расстрела царской семьи в последние годы и обращение к ней превращается в своего рода «исторический ритуал», когда о теме вспоминают лишь в календарном контексте (как, например, в преддверии 9 мая публикуются материалы о ветеранах и Великой отечественной войне).

Кстати, в некотором смысле Николая II можно назвать антропобрендом города Екатеринбурга, хотя на эту роль в большей степени претендует первый президент России Б.Н. Ельцин. В этой связи не случайно, что 3,9 процента отобранных для анализа публикаций связаны с темой «Екатеринбург – город Б.Н. Ельцина». Полагаем, что вследствие относительной малочисленности публикаций, связанных с именем Б.Н. Ельцина, эту тему нельзя рассматривать в качестве самостоятельного суб-образа Екатеринбурга, однако вполне уместно ее ситуативное отнесение к тем или иным суб-образам города. В частности, публикации о строительстве памятника первому президенту России и проведении выставок, связанных с ним, являются «кирпичиками» «событийного суб-образа», а сообщения, относящиеся к порче вандалами памятника Б.Н. Ельцину – к «криминально-девиантному суб-образу».

Остальные, прямые и косвенные антропобренды Екатеринбурга связаны с конструированием «политического суб-образа» Екатеринбурга (в среднем 12,7 % выбранных публикаций). В частности, косвенным антропобрендом Екатеринбурга является полномочный представитель Президента РФ в Уральском федеральном округе И.Р. Холманских, которому посвящено в среднем 1,7% публикаций. Другим косвенным антропобрендом города является бывший губернатор Свердловской области А.С. Мишарин – с его именем связаны такие темы, как идея «Большого Екатеринбурга» (Екатеринбургской агломерации), конфликт интересов с бывшим мэром Екатеринбурга А.М. Чернецким, конфликт вокруг строительства собора святой Екатерины на площади Труда и т.д. (3,4%). Относительно много публикаций было посвящено отказу Екатеринбурга от «двухглавой» системы управления городом (мэр + сити-менеджер) (2,3%), а также выборам мэра Екатеринбурга в сентябре 2013 г. (5,1%). Победа на выборах мэра Е. Ройзмана, которая стала своего рода политической сенсацией, в ближайшее время, скорее всего, будет сильно влиять на «политическую» составляющую образа Екатеринбурга. Отметим

также, что имя бывшего губернатора Свердловской области Э.Э. Росселя, который в свое время был одним из антропобрендов Екатеринбурга, в проанализированных публикациях практически не встречалась.

В заключение отметим, что среди изученных материалов в среднем 3,7% были посвящены непосредственно имиджу Екатеринбурга и его оценкам как места проживания. Наряду с представлениями об образе Екатеринбурга, которые озвучивались политиками, чиновниками, артистами и деятелями культуры, особый интерес представляет сделанный «Комсомольской правдой» обзор высказываний известных российских и советских писателей и поэтов (А. Чехов, Ф. Достоевский, Ф. Жуковский, В. Маяковский и др.), посвященных городу. Представленные в статьях оценки значительно варьируются, от восторженных («Сегодня мне не стыдно за Екатеринбург», «Виды прекрасные») до мрачных и негативных («Здесь люди внушают нечто вроде ужаса», «Тут организм дряхлеет»). Эти публикации конструируют «имиджевый суб-образ» Екатеринбурга. Несмотря на свою малочисленность, эффект подобных публикаций более значим, т.к. именно подобные материалы непосредственно (а не косвенно, как в остальных случаях) оперируют «готовыми» представлениями о городе. Более того, озвучивание этих представлений людьми с высоким репутационным капиталом делает ихприятие более вероятным, особенно когда речь не идет о профессиональных политиках, а о деятелях искусства. Кроме того, «имиджевый суб-образ» Екатеринбурга конструируется и с помощью статей, в которых приводятся статистические и эмпирические данные о социальном самочувствии жителей города.

Таким образом, структура образа г. Екатеринбурга в федеральных печатных изданиях состоит из ряда суб-образов, образованных сочетанием целого ряда тем / дискурсов. Доминирующими являются «событийный» и «урбанистический» суб-образы; в меньшей степени изученные печатные издания конструируют «политический» и «криминально-девиантный» суб-образы. Отдельно был выделен «имиджевый» суб-образ, который, хоть и формируется за счет небольшого количества публикаций, оказывает значимое влияние на образ города в целом, выступая в качестве «готовой к употреблению» символической продукции. Наряду с этим был выявлен ряд «промежуточных» тем, которые проявляют себя частично в качестве содержательных элементов указанных суб-образов, а частично – выступают в качестве самостоятельных дискурсов, лежащих в основе образа г. Екатеринбурга (строительство ВСМ-2, Чемпионат мира по футболу 2018, убийство Николая II и членов его семьи, проблема наркомании и работа Фонда «Город без наркотиков», Б.Н. Ельцин как антропобренд города). Указанный тематический репертуар в ближайшее время может претерпеть определенные трансформации: в связи с избранием Е. Ройзмана в качестве нового главы Екатеринбурга уже происходит усиление дискурсивной конкуренции в рамках «политического суб-образа» города, а победа заявки города на проведе-

ние ЭКСПО-2020, скорее всего, даст новый толчок конструкционистской деятельности масс-медиа в рамках «событийного» и «урбанистского» суб-образов.

Литература

1. Гуссерль, Э. *Логос*, 1, 12-21 (1991).
2. Щюц, А. *Избранное: Мир, светящийся смыслом*, РОССПЭН, Москва, 2004, С.687-1006.
3. Бергер, П., Лукман, Т. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*, Медиум, Москва, 1995. 303 с.
4. Ахмадеева, К.Н. *Вестник Казанского технологического университета*, 1, 163-170 (2011).
5. Моржаков, В.С. *Вестник Казанского технологического университета*, 4, 310-313 (2006).
6. Тупаева, А.С. *Вестник Казанского технологического университета*, 3, 249-252 (2011).
7. Водак, Р. *Политическая лингвистика*, 19, 107-166 (2006).
8. Фэркло, Н. *Современный дискурс-анализ*, 1 (2009).

© **Л. А. Бурганова** - д-р социол. наук, проф. каф. государственного, муниципального управления и социологии КНИТУ, la-bourg@yandex.ru; **Л. Н. Везнер** – соиск. той же кафедры, vilag@list.ru.