

Портрет областного российского города в федеральной прессе

Всеволодова Александра Николаевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: vsevolodova.alex@mail.ru

Россия имеет одну из интереснейших в мире социально-географических структур, что связано и с огромной территорией, и с богатством истории, и с многонациональностью. Крупные российские областные города на сегодняшний день живут активной информационной и культурной жизнью, развиваясь под влиянием целого комплекса общественных процессов и подчас задавая новые тенденции. Вместе с этим города являются неотъемлемой частью общего российского исторического процесса. Роль каждого из них обусловлена географическим положением, экономическим развитием, политической обстановкой и другими факторами, что, несомненно, сказывается на образе города, который формируется в федеральных СМИ.

Город определяется как элемент живого организма социума и сам считается живым организмом. Как и общество, город может рассматриваться как целостная система, как личность с определенными индивидуальными чертами. При изучении биографии города признается наличие у него самостоятельного бытия. Предлагается оценивать его шире, чем архитектурный или знаковый феномен.

Само человечество в этом случае наделяется индивидуальными чертами поведения и качествами и оценивается как живой организм. Город является его частью и также представляет отдельный живой организм.

По мнению Н. П. Анциферова, город имеет собственную анатомию, физиологию, психологию. В этом случае на этапе топографической анатомии рассматривается место, на котором построен город. Физиологически город представляется как система социального устройства с внутренними связями. К психологическому облику города причисляется его «душа», совокупность черт, делающих его непохожим на остальные города. «Город дает наиболее выразительный образ культуры своего времени» [n2], - считает ученый.

В качестве доказательства того, что город является живым организмом, М. Ю. Лотман указывает на то, что существующий город, в отличие от карт и раскопок, находится постоянно в состоянии изменения, «он все время не равен сам себе» [n4]. Сегодня мы видим, что каждый день начинаются новые строительства, сносятся старые здания, город меняет сам себя. Вместе с ним претерпевают изменения его жители.

Очень большую роль в исторической индивидуальности города играет наличие описательных словесных текстов - от краеведческих до литературных произведений, в том числе памятников народного творчества. От этого зависит сегодняшнее восприятие города: «Что касается Перми, то она оказывается городом более вербальным, нежели визуальным. Пермь надо рассказывать, и это ее существенная особенность» [n1].

Как отмечает Д. Н. Замятин, одним из главных инструментов в этом процессе являются средства массовой информации, в настоящее время каждая геокультура располагает медиа-средой [n3].

Портреты областных центров в национальных газетах позволяют понять вариативность существования различных российских реалий, а также оценить, насколько схожи взгляды и ценности россиян по всей стране.

Образ каждого отдельного города в сравнении с портретами других годов способен дать знания о его роли, которая является ничем иным, как одной из воплощенных потребностей страны в настоящий момент. Город, производящий технику, город, «производящий» ученых, город-дипломат - таковы роли сегодняшних российских городов.

Портреты российских областных центров отличаются комплексностью и многогранностью, наследуя в этом по фрактальному принципу качества портрета России в целом.

В связи с этим изучение портретов городов России дает информацию и об особенностях функционирования системы федеральных СМИ, и о специфике интереса журналистов к областным городам, и о способах коммуникации городов при помощи медиа.

Источники и литература

- 1) Абашев В. В. Неосязаемое тело города. Опыт работы со смыслом // Антропологический форум. 2010. No. 12. С. 10-16.
- 2) Анциферов Н. П. Пути изучения города как социального организма. Опыт комплексного подхода. 2-е изд. Л., 1926.
- 3) Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий: концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. No. 5. С. 11-23.
- 4) Лотман Ю. М. Город и время // Метафизика Петербурга. Петербургские чтения по теории, истории и философии культуры. 1993. No. 1. С. 84-92.