

Проектная деятельность новых городских СМИ

Научный руководитель – Власова Елена Георгиевна

Курбанова Русалина Фанилевна

Студент (магистр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Филологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: lina_k_555@mail.ru

В последние годы мы наблюдаем развитие нового сегмента отечественного медиапространства - городской интернет-журналистики. «Законодателем моды» стала интернет-газета «The Village» (Москва, 2010), концепция которой получила своих последователей и в других городах. В 2013 году «The Village» опубликовала список из 14 интернет-СМИ, которые двигались параллельным с ней курсом [5]. Материалом нашего исследования послужили интернет-журнал «Звезда» (Пермь, 2014), интернет-журнал «Инде» (Казань, 2015), информационно-развлекательный сайт «BigVill» (Самара, 2013), интернет-журнал «Sibiria» (Новосибирск, 2011), интернет-издание «Сиб.фм» (Новосибирск, 2011), интернет-журнал «Downtown» (Воронеж, 2012), интернет-газета «Feelmore» (Челябинск, 2011), блог «It's my city» (Екатеринбург, 2012), интернет-медиа «Станок» (Тула, 2018).

Важнейшей установкой новых городских медиа становится обеспечение коммуникации и взаимодействия внутри городского сообщества, направленных на развитие и улучшение городской среды. М.В. Зеленцов выделяет особую функцию городских медиа - формирование локальных городских сообществ, именно создание комьюнити становится завершающей фазой работы медиаплатформ [2]. Формирование городского сообщества, выходящего за рамки интернет-среды, является важнейшим этапом становления городского интернет-издания. Для реализации этой задачи городские медиа применяют различные формы проектной деятельности: как цифровые (онлайн) (мультиплатформенность, маркетинговые компании, онлайн-трансляции), так и оффлайн-овые (проведение общегородских акций и культурных образовательных проектов, создание выставок, составление путеводителей по городу и поддержка городских фестивалей). Особое внимание в исследовании направлено на проекты, осуществляемые «вне страниц» городских изданий.

Опираясь на классификацию проектной практики Н.А. Краля [4], можно так описать проектную деятельность новых интернет-СМИ:

1) доминирующая деятельность: практико-ориентированная (проект «Слушай соловья» («Звезда»), направленный на изменение городской среды, исследовательская (серия путешествий редакции по разным уголкам Сибирского региона «Сибирь и точка»), информационная (образовательный проект «Перформация» («Инде»), творческая (поп-арт-выставка-аттракцион «Билгесез уткэн заман»);

2) формы проведения по аналогии с моделями учебных проектов Е. Коллинга [3]:

- игровые, непосредственная цель - участие в групповой деятельности (совместный проект кинотеатра «Мир» и «Инде» «Перфорация» - серия мероприятий, объединяющих просмотр фильмов на пленке и образовательные киноведческие встречи);

- экскурсионные, предполагают целесообразное изучение проблемы, связанной с окружающей природой и общественной деятельностью (бумажные путеводители по Казани «Инде» совместно с креативным агентством Evolution; путешествие участников редакции «Sibiria» по разным уголкам Сибирского региона с целью создания текстового путеводителя «Сибирь и точка»;

- повествовательные, цель - получить удовольствие от рассказа в самой разнообразной форме (цикл лекций «Звездные среды» «Звезды» совместно с Центром городской культуры; «Теории современности» «Инде» - выступления, лекции и мастер-классы известных ученых и деятелей искусств, посвященные актуальной критике и исследованиям в области урбанистики, интернета и массовой культуры; книжный клуб «Внеклассное чтение» («It's my city»);

- конструктивные, нацеленные на конкретный социальный эффект (проект «Слушай соловья», поп-ап-выставка редакции «Инде», серия футболок с планом города от «BigVill»; проект по усыновлению детей «Люди находят» - «Сиб.фм»; арт-фестиваль Revisiting The Space Voronezh - «Downtown»; арт-маркет «Che Market» и фестиваль городской среды «Всё просто» - «Feelmore»).

3) состав и участников: групповые и межгрупповые (реализуются членами редакции и других городских сообществ). Например, в Казани проводятся книжные ярмарки с участием журналистов «Инде», проекта «Парки и скверы Татарстана», местных арт-сообществ;

4) по характеру контактов: внутригородские (большинство проектов) или региональные (проект «Сибирь и точка»);

5) продолжительность: регулярные возобновляющиеся проекты (фестиваль городской среды «Всё просто» - «Feelmore»), поп-ап-выставка «Билгесез уткэн заман», а чаще - долгосрочные (пермский проект «Слушай соловья» реализуется с марта 2017 года).

Исследователи Д.В. Егер и Н.В. Соколова отмечают, что в городской среде формируется запрос на координацию внутригородских коммуникаций, в связи с чем возникает потребность создания специальной информационной площадки [1]. Еще в 2015 году на Московском урбанистическом форуме была представлена экспериментальная модель информационного комьюнити-центра - единого пространства для диалога и совместных действий городских сообществ. Сегодня такие центры уже появляются в крупных российских городах: в Москве - ЦГК «Правда», в Казани - ЦСК «Смена», в Перми - Центр городской культуры, в Екатеринбурге - творческое пространство «Цех», в Самаре - творческий кластер «Дом77», в Туле - независимая культурная площадка «Типография». Появление и развитие новых городских медиа - это тоже реализация новых информационно-коммуникативных потребностей российских городов, осознавших себя в качестве самостоятельного локального сообщества.

Проектная деятельность новых городских медиа соответствует еще одному важнейшему тренду современных СМИ - это смещение фокуса с технологий на человека. Так, исследования Mediatoolbox.ru показали, что сегодня востребована журналистская деятельность, направленная на прямой социальный эффект. Авторы отмечают, что читательская аудитория не согласна просто потреблять контент, она ждёт от действий журналиста практического результата [6].

Источники и литература

- 1) Егер Д.В., Соколова Н.В. Предпосылки формирования многофункционального объекта нового типа – городской информационный центр // Теория и практика современной науки. М, 2017. С. 1252.
- 2) Зеленцов М.В. Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. С. 262-272.
- 3) Коллингс Е. Опыт работы американской школы по методу проектов / М.: Новая Москва, 1926. 96 с.
- 4) Краля Н.А. Метод учебных проектов как средство активизации учебной деятельности учащихся: Учебно-методическое пособие / Омск: ОмГУ, 2005. 59 с.

- 5) Полищук О. Страна и мы: городские интернет-газеты в России (часть I) // The Village. 13 апреля 2013. URL: <https://goo.gl/ggfR16>
- 6) Mediatoolbox.ru: <http://mediatoolbox.ru/trends2017/>