А. Н. Павлова

Коммуникационное агентство «Агентство гуманитарных технологий», Москва

СПОСОБЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПОРТРЕТА РОССИЙСКОГО ГОРОДА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ МЕДИА

Медиа предлагают различные возможности идентификации портрета областного российского города в федеральном медиаполе. Крупные города нашей страны живут сегодня активной информационной и культурной жизнью, развиваясь под влиянием целого комплекса общественных процессов и подчас задавая новые тенденции. Вместе с этим города являются неотъемлемым элементом продуцирования информационных потоков и смыслов. 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.

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, если опираться на портрет, формируемый в федеральных массмедиа.

Медиа позволяют читателям и зрителям понять такую основополагающую вещь, как собственное положение в пространстве, в том числе, в ментальном пространстве. Вместе со сменой общественных ориентиров меняется восприятие пространства и возникают сложности в определении новой позиции того или иного города. В этом случае СМИ является уникальным инструментом, способным дать ориентиры в связи с изменившейся ситуацией.