Курышева Л.П. Конструирование региональной идентичности в группе медиацентра в вк

У регионов есть своя собственная динамика и структурная инерция, которые и создают культурную преемственность: традиции, символы, система исторических знаний о своей территории. Концепция региональной идентичности делает акцент на «чувстве места», которое основано на необходимости принадлежать к определенной территории, дому, а не обществу в абстрактном смысле[[1]](#footnote-1). Место, в свою очередь, образуется в исторически обусловленном процессе становления этноса, нации, государства. Место имеет свою культуру и демографию, экономику, политическое управление, свою систему СМИ и коммуникаций. [[2]](#footnote-2)Помогают определиться с самоидентификацией массмедиа, всегда считалось, более всего — местные или региональные газеты. В последние годы – паблики в соцсетях

Теорий региональной идентичности несколько. В основе всех их идея о возможности конструирования идентичности, которая складывается, по мнению Горновой[[3]](#footnote-3), из «устойчивого представления о себе как о жителе города», другие исследователи так же отмечают эмоциональную связь личности с местом. На этом построен анализ идентичности, формируемой в группе медиацентра «8 канал».

Анализу была подвергнута коммуникация в рамках одной группы <https://vk.com/schoolch8> Это группа медиацентра, существует с 2014 года, создана учениками 10 (социально-гуманитарного) класса. В группе подписчиков, в 2014 охват – 2 тысячи, в январе 2024 – 38678. Группа 8 канала – это группа школьных журналистов (общий интерес) и детей одного возраста (младшие1- 4 класс, средние - 5-7 класс, старшие – 8-11)

В группе принадлежность к месту обозначается следующими способами: название сообщества (8 канал-8 школа- через номер), логотип сообщества (8 - школа 8: орнамент на голубом фоне – связь с промыслами Вологодской области: резные наличники, кружево, резной палисад. Концептуально «Мы вологжане, мы из 8 школы» ), региональные хэштеги (#регион35 – принадлежность к Вологодской области #вологодская\_филармония #вологда #новостиВологды – город #молодежьВологды – молодежные организации #нбсж – городской медиацентр #ШЮЖ8 – медиацентр школы), контент-план, использование авторитетных комментариев лидеров общественного мнения региона.

В контент – план сообщества включаются посты региональной, муниципальной повестки (выполнение чек-листов городского медиацентра, рубрика «Городской дайджест», Большой школьный фестиваль, клипы с городских мероприятий), хотя основную часть составляют посты о жизни школы («Новости школы», «Хобби ученика», «Увлеченные с Анечкой Седунцовой»)

Самоидентификация конструируется на нескольких уровнях: 1) мы часть команды восьмой школы; 2) мы вологжане, 3) мы россияне.

Проанализировав статистику постов за последние 3 года (наметился рост, мы вошли в ТОП-5 медиацентров города), увидели, что наиболее активно используемыми категориями формирования идентичности, выделенных в соответствии с классификацией П. Л. Крупкина и др., оказались «Ритуалы воспроизводства идентичности (праздники, значимые мероприятия)» , «Значимые места, включая символический центр)», «Историко-культурный контекст», другое.

Кроме того, группа формирует деятельный интерес, рассказывая о ВУЗах региона, об экологических акция, о чтении книг вологодских писателей, привлекая конкурсами, челленджами, опросами, мотиваторами, клипами к участию, журналисты не только освещают региональную повестку, но и становятся пропагандистами и участниками.

1. Пакшина И. А. Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа) // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 2. С. 19-35 [↑](#footnote-ref-1)
2. Янгляева М.М. Роль массмедиа в конструировании региональнй идентичности: медиагеографические подходы / М.М. Янгляева, Т.С. Якова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 3. — С. 485–496. — DOI: 10.17150/2308- 6203.2019.8(3).485-496. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-massmedia-v-konstruirovanii-regionalny-identichnosti-mediageograficheskie-podhody> [↑](#footnote-ref-2)
3. Горнова Г. В. Соразмерность города и человека: проблемы формирования городской идентичности // ΠΡΑΞΗMΑ. Проблемы визуальной семиотики (ΠΡΑΞΗMΑ. Journal of Visual Semiotics). 2018. Вып. 3 (17). С. 43-56. DOI: 10.23951/2312-7899-2018-3-43-56. [URL: https://rrsociology.ru/journal/article/2079/]. [↑](#footnote-ref-3)