

## КОМЬЮНИТИ-МЕДИА ПЕРМСКОГО КРАЯ: «ОБЩИНОЙ, ДЛЯ ОБЩИНЫ, ОБ ОБЩИНЕ»

**А.В. Пустовалов**

Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
доцент

E-mail: theyareeverywhere@gmail.com

**З.С. Антипина**

Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
старший преподаватель

E-mail: afaneor@yandex.ru

**Источник:** Пустовалов А. В., Антипина З. С. Комьюнити-медиа Пермского края: «общиной, для общины, об общине» // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции (20–22 октября 2016 года) / под. ред. Р. П. Баканова. Казань: издательство Казанского университета, 2016. 440 с. С. 260–265.

**Аннотация:** В статье проводится обзор интернет-сообществ районов Пермского края, которые выполняют журналистские функции. Обозначаются черты, которые сближают эти сообщества с комьюнити-медиа. Намечаются политические, экономические и социальные факторы, влияющие на деятельность локальных новостных интернет-сообществ. Отмечаются новые функции, которые берут на себя эти сообщества.

*Ключевые слова:* районная пресса, комьюнити-медиа, новые медиа, местные сообщества, блоги и форумы

**Annotation.** The article provides an overview of the online community of districts of the Perm region, which perform journalistic functions. It highlights features which link these communities with community media notion. The article outlined the political, economic and social factors influencing the activity of the local online news communities. It notes the new functions that these communities take on.

*Keywords:* regional press, community media, new media, local communities, blogs and forums.

Понятие *комьюнити-медиа* и практика функционирования подобных медиа коррелируют прежде всего с США – родиной этого феномена; нахождение аналогов в нашей стране, где общественные и демократические практики ещё далеко не так развиты – процесс сложный. Однако, поскольку теоретиками уже разбирались примеры комьюнити-медиа в развивающихся странах Африки, Азии, есть основания полагать, что у нас таковые тоже могут быть. Обратимся к классическим определениям понятия. Комьюнити-медиа – это медиа, создаваемые «общинной, для общины, об общине» [1], [2], имеющие некоммерческий характер, способные создавать медиасистемы, релевантные повседневной жизни местного населения, укреплять местную идентичность и автономию, создавать контент, альтернативный контенту глобальных и коммерческих медиа [3].

В англоязычных теоретических и практических работах подчёркивается ориентация комьюнити-медиа на информационные нужды общины, противопоставление интересам коммерчески ориентированных, а также находящихся под контролем государства вещателей; эти медиа находятся в собственности коммуны или ей управляются.

Под комьюнити-медиа могут подразумеваться медиа различных общественных организаций – радиостанции шахтёров, студенческие радиостанции, католические радиостанции (Боливия, Колумбия), некоммерческие радиостанции (США), *Radio Student* (Словения), печатные издания (имеющие более долгую историю и требующие отдельного разговора), интернет-издания (которые тоже отдельно выделяются в связи с лёгкостью процесса публикации и отсутствием необходимости в закреплённых частотах вещания – если это аудиовизуальный вещатель).

Цель этих платформ – дать голос и обеспечить свободную от власти и бизнеса коммуникацию (см., напр. [4]).

По многим типологическим признакам комьюнити-медиа сопоставимы с нашими районными СМИ, кроме очень важного – независимости и общественного контроля. Районные СМИ в России, как правило, тесно связаны с местными органами власти, зависят от них и выражают провластную позицию. Другой тип районных СМИ (иногда, но не всегда оппозиционных муниципальной газете) – рекламно-информационная газета или газета, издаваемая коммерческой организацией или местным предпринимателем. Поэтому трудно говорить о собственно российских локальных средствах массовой информации как о комьюнити-медиа. В связи с этим мы проанализировали альтернативное медиа-пространство, в котором происходит коммуникация между членами местного сообщества – блоги, форумы и другие аналогичные площадки для коммуникации в интернете. Если следовать значению слова «media», то мы вполне можем рассматривать указанные интернет-ресурсы как потенциальные комьюнити-медиа.

В 2014 году на кафедре журналистики и массовых коммуникаций Пермского университета было проведено небольшое исследование форумов и блогов районных центров Пермского края. Целью было определить, являются ли районные интернет-сообщества местом создания и распространения социально значимой информации. То есть выполняют ли местные интернет-сообщества журналистские функции. Исследование проводилась при участии студентов направления «Журналистика». Местные блоги и форумы оценивались по

нескольким критериям. Вид и размещение форума (самостоятельный, на официальном сайте администрации, на сайте СМИ и т.д.), способ управления (администрирования), структура, тематика контента, особенности функционирования (частота обновления, количество зарегистрированных пользователей в абсолютных цифрах и в процентном соотношении к числу жителей города или района, активность пользователей и т.п.).

Были проанализированы интернет-ресурсы крупнейших районных центров Пермского края – городов Березники, Добрянка, Кунгур, Чайковский, Соликамск. Результаты исследования показали, что значительная часть блогов и форумов, созданных местным сообществом, как правило, не функционирует. Наиболее активными оказались ресурсы, созданные и управляемые при участии редакций местных средств массовой информации и группы в социальной сети «ВКонтакте». Например, городской Добрянский портал «Зори Плюс» создан ООО «Пресса-Том», издающим газету «Зори плюс». (<http://dobryanka.net/>). За прошедшие три года мы обнаружили серьезные изменения: в 2014 году форумы на зарегистрированных сайтах СМИ были, в 2016 году их нет. Объяснение этого факта банально: когда форум в своём развитии достиг таких масштабов, что потребовался специальный человек, чтобы упорядочивать темы и модерировать реплики, руководство портала предпочло просто закрыть форум: на эту работу, порой не очень простую, но выполняемую зачастую на общественных началах, подходящего человека не нашлось. Однако необходимость подобных ресурсов очевидна, и они неминуемо возникают.

«Ни у городских властей, ни у СМИ, нет инструмента, нацеленного на решение оперативных социальных проблем, нет полноценного ресурса общения, обратной связи!» – утверждает Татьяна Фельбер, один из модераторов «Берфорума», городского форума города Березники, одного из двух крупнейших форумов Пермского края. Более десятка лет проработавшая в ведущих изданиях г. Березники (порой на руководящих должностях), Татьяна Фельбер полагает, что газетам подобные функции не свойственны: они решают другие задачи, исходят из иных политических и материально-финансовых оснований. Тот информационный ресурс, который обладает нужными функциями, горожане поддерживают сами: «“Берфорум” – это всегда обратная связь! Если в городе какое-то нехорошее локальное событие, о котором могут долго молчать СМИ, – первым выйдет и, возможно, будет вообще единственным, кто будет говорить о проблеме, – это “Берфорум”! Городская традиция такова: что случится – лезь на “Берфорум”, там всё равно это всплывёт! В случае таких проблем, как, например, отсутствие воды, люди делятся советами, помогают друг другу – идите на колонки, дают адреса, молодые мамочки советуют – идите в аптеки, где ещё осталась вода и пр.».

Об этой функции – объединения, сплочения людей для решения проблемы, заявляют и модераторы других подобных форумов. «У нашей группы есть то, чего точно нет у СМИ: возможность в реальном времени обсудить ту или иную проблему, даже сплотить людей для её решения. Бывает, что появляется какая-то важная информация, люди бурно на неё реагируют, появляется множество точек зрения... Разражается дискуссия, намечаются выходы из проблемы – это может быть на площадке, подобной нашей» – говорит Александр Гришин, один из администраторов группы «ВКонтакте» «Город Чайковский (18+)».

На сегодняшний день в Пермском крае есть несколько известных форумов, которые играют немалую роль в жизни городов, в которых они возникли. В качестве примеров можно привести:

- «Терон» (<http://teron.ru/>) – крупнейший и старейший форум г. Пермь.
- «Берфорум» (<http://berforum.ru/>) – крупнейший и старейший форум г. Березники.
- «Vsolikamske.ru» (<http://www.vsolikamske.ru/forum>) – форум г. Соликамск.
- Чайковские.форум (*Чайковские в сети*) (<http://www.chaikovskie.ru/forum/>) – форум г. Чайковский.

Однако в последние годы, безусловно, очень популярными стали форумы другого рода – группы в популярной социальной сети «ВКонтакте». Сайт этой соцсети, являющийся первым по популярности ресурсом в России: 80 миллионов его среднесуточной аудитории – это более половины всего населения России (146 миллионов). Каждый город и городок Пермского края имеет по одной или даже по несколько групп; задачи этих площадок – информировать своих членов об актуальных для города событиях, провоцировать общую дискуссию и совместно находить решения поставленных проблем.

Характерно, что количество участников этих групп сопоставимо с количеством жителей города. Ниже приведём данные, намеренно поставив рядом две цифры: население города и число подписчиков его крупнейших групп.

- Пермь. Население 1 041 876 чел. 311 668 – подписчики «Мой город – Пермь» (<https://vk.com/vikiperm>), 148 943 – подписчики «Пермь Активная» (<https://vk.com/permactive>).
- Березники. Население 146 626 чел. 24 173 – подписчики «Все Березники. Новости 16+». (<https://vk.com/vseberezniki>).
- Соликамск. Население 95 191. 19 482 – подписчики «Подслушано в Соликамске!» ([https://vk.com/podslushano\\_v\\_solikamske](https://vk.com/podslushano_v_solikamske)).
- Чайковский. Население 83 056 чел. 23 656 – подписчики «Город Чайковский (18+)» (<https://vk.com/gorodchaik>).
- Лысьва. Население 74 371 чел. 17 567 – подписчики «Подслушано Лысьва» ([https://vk.com/overhear\\_lsv](https://vk.com/overhear_lsv)).
- Кунгур. Население 66 311 чел. 22 700 – подписчики «Подслушано Кунгур». (<https://vk.com/podslushano.kungur>)
- Добрянка. Население 33 194 чел. 15 774 – подписчики «Подслушано в Добрянке [16+]». ([https://vk.com/podslushano\\_dobryanka](https://vk.com/podslushano_dobryanka)).
- Кудымкар. Население 31 007 чел. 12 766 – подписчики «Кудымкар. Информационный портал» (<https://vk.com/kudymkar>).
- Губаха. Население 20 645 чел. 11 190 – подписчики «Информ Губаха» ([https://vk.com/overhear\\_gubaha41](https://vk.com/overhear_gubaha41)).

Даже такое простое сопоставление двух цифр показывает, насколько влиятельными могут быть эти группы, ведь количество их участников может составлять четверть и даже треть от всего населения города!

Посты в этих группах активно комментируются, лайкаются, перепубликуются; по комментариям видно, что участникам часто удаётся решить многие свои крупные и мелкие проблемы – порой общие, а порой частные.

Отличие этого типа форумов прежде всего в их более молодой аудитории которая порой не читает газет и не смотрит телевизор, а новости узнаёт из интернета, из любимой группы в соцсети; сам процесс потребления новости порой неотделим для них от отклика на эту новость, от её комментирования.

Техническое отличие площадок в соцсетях от более традиционных форумов – в их подчёркнутой ориентации на текущие события, на сиюминутное, на нынешний момент. Традиционно в таких группах делается по несколько публикаций в день, сообщения сменяют, вытесняют друг друга, старые сообщения уходят далеко вниз стены группы, до них трудно добраться; эти группы могут появляться и исчезать, участники могут перетекать от одной группы к другой.

Форум «старого» типа обычно сохраняет в соответствующих ветках сообщения своих участников; их можно «пролистать» на месяцы и годы назад, самих сообщений меньше. Если средний возраст участников групп «ВКонтакте» тяготеет к цифре 20 и ниже, то, на традиционных форумах участникам может быть за 30 и даже за 40–50; они порой росли и выросли вместе с любимым форумом («Терон», «Берфорум»). Каждый из типов платформ по-своему значим: если прежние форумы весьма обстоятельны, хронологичны, авторитетны, то форумы нового типа делают многое для вовлечения свежей аудитории, формирования её привычки к отклику, к обсуждению насущных проблем.

Итак, обращаясь к материалам интернет-пространства Пермского края, можно сказать, что платформы гражданского, «комьюнити-медийного» типа начинают играть значительную роль жизни городских общин, выполняя функции, не свойственные районным СМИ. Это не столько собственно информирование, сколько провокация дискуссии, обратной связи, объединения активности горожан для совместного решения проблем. Эти задачи по-разному решаются двумя типами городских форумов: традиционным, с аудиторией более взрослой и включённой в социум, и новым, возникшим на основе соцсетей, объединяющий аудиторию более молодую, ориентированным на мгновенный отклик и в меньшей степени предполагающей наличие «базы» уже решённых проблем.

Эти форумы заполняют нишу, по большому счёту не занятую городскими властями и недостаточно востребованную городскими СМИ: нишу оперативного решения социальных проблем, обратной связи, объединения общины для общего дела.

Эти ресурсы имеют некоммерческий характер, не привязаны к новостному потоку мейнстримных СМИ (они могут создавать собственные новости), они дают возможность каждому гражданину высказаться и поучаствовать в решении проблем общины.

Как нам представляется, наличие подобных ресурсов не опровергает необходимости существования традиционных СМИ; они работают в разных нишах и дополняют друг друга.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Carpentier N., The on-line community media database RadioSwap as a translocal tool to broaden the communicative rhizome. *Observatorio Journal* , vol. 1. 2007. PP. 1–26.
2. Howley K. *Community media. People, Places and Communication technologies.* Cambridge university press, 2005. P. 2.
3. Rodriguez C. *Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media.* Cresskill, NJ: Hampton Press, 2001. P. 20.
4. About Montgomery Community Media (MCM) // Мумсmedia. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.mymcmedia.org/about/> (дата обращения 04.10.2016).