

Научная статья
УДК 316.46(571.56-25)
<https://doi.org/10.24158/spp.2022.2.2>

Медиаобраз главы ГО «город Якутск» по результатам контент-анализа российских и якутских СМИ

Мария Владимировна Григорьева^{1✉}, Ульяна Семеновна Борисова²

^{1,2}Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия

¹mgrigoreva963@gmail.com✉, <https://orcid.org/0000-0003-1111-0689>

²<https://orcid.org/0000-0002-5686-433X>

Аннотация. В статье представлены результаты контент-анализа, целью проведения которого было изучение публикаций российских и якутских Интернет-СМИ о действующем главе города Якутска Евгении Григорьеве. Были выбраны 3 российских и 3 якутских новостных сайта, среди которых имеются как государственные СМИ, так и частные. Временной интервал проведения контент-анализа: с 29 марта 2021 года по 29 января 2022 года, то есть были подвергнуты анализу публикации, вышедшие со дня избрания главы города по настоящее время. Всего была отобрана 181 публикация: 51 публикация из российских и 130 публикаций из якутских источников. Среди самых громких инфоповодов: выборы главы города, пожары в Якутии и безнадзорные животные. Чаще всего о мэре пишут якутские муниципальные СМИ. Подавляющее большинство и российских, и якутских СМИ предпочитают издавать статьи в нейтральном тоне. Минимальное количество статей содержит критику деятельности Евгения Григорьева. Больше всего его упоминают в статьях информационного характера без наличия проблемной ситуации, написанной в нейтральном стиле.

Ключевые слова: Якутск, Евгений Григорьев, глава города, мэр, СМИ, контент-анализ, медиаобраз, российские СМИ, якутские СМИ

Для цитирования: Григорьева М.В., Борисова У.С. Медиаобраз главы ГО «город Якутск» по результатам контент-анализа российских и якутских СМИ // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 2. С. 24–28. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.2.2>.

Original article

Media image of the head of Yakutsk according to content analysis of the Russian and Yakut media

Maria V. Grigorieva^{1✉}, Uliana S. Borisova²

^{1,2}M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia

¹mgrigoreva963@gmail.com✉, <https://orcid.org/0000-0003-1111-0689>

²<https://orcid.org/0000-0002-5686-433X>

Abstract. The authors present the results of a content analysis. Its purpose was to study the publications of Russian and Yakut Internet media about the current head of Yakutsk Evgeny Grigoriev. Three Russian and three Yakut news sites were selected, including both state-owned and private media. Time interval of the content analysis: from March 29, 2021 to January 29, 2022, that is, the publications issued from the day of election of the head of the city to the present day were analyzed. A total of 181 publications were selected: 51 from Russian media and 130 publications from Yakut sources. Among the most high profile info-topics were elections of the mayor, fires in Yakutia and stray animals. Yakut municipal media write about the mayor most often. The vast majority of both Russian and Yakut media prefer to publish articles with a neutral tone. The minimum number of articles contains criticism of Evgeny Grigoriev's activities. Most of all, he is mentioned in articles of an informational nature without a problematic situation, written in a neutral style.

Keywords: Yakutsk, Evgeny Grigoriev, head of the city, mayor, media, content analysis, media image, Russian media, Yakut media

For citation: Grigorieva, M.V. & Borisova, U.S. (2022) Media image of the head of Yakutsk according to content analysis of the Russian and Yakut media. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. (2), 24–28. Available from: [doi:10.24158/spp.2022.2.2](https://doi.org/10.24158/spp.2022.2.2) (In Russian).

В качестве объекта исследования в данной статье выступает медиаобраз главы города. В настоящее время существует несколько подходов к определению медиаобраза. В первую очередь, стоит отметить, что понятие «медиаобраз» тесно связано с такими понятиями, как «образ»

и «имидж». К.Р. Каримова в своей статье, определяя и, одновременно, разграничивая эти понятия, пишет, что «образ – интуитивно сформированное представление», а «имидж – целенаправленно сформированное представление» (Каримова, 2019: 140). Медиаобраз же занимает срединную позицию между этими двумя феноменами. То есть медиаобраз выступает в качестве продукта конструирования имиджа, а «образ является продуктом восприятия массовой аудиторией медиаобраза» (Уракова, 2016: 181).

Как говорилось выше, на данный момент нет единой трактовки понятия «медиаобраз». Среди наиболее популярных определений можно встретить понимание медиаобраза как «особого образа реальности, предъявляемого массовой аудитории медиаиндустрией» (Богдан, 2007: 124). Т.Н. Галинская дает широкую и узкую трактовку медиаобраза. В широком смысле «медиаобраз – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве», а в узком – «это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов» (Галинская, 2013: 91).

В рамках данного исследования мы опирались на понятие медиаобраза в узком смысле, делая акцент на том, что в качестве фрагмента реальности выступает конкретный человек – глава города. Н.Н. Борщева пишет, что «СМИ выступают в качестве ведущего звена в процессе создания медиаобраза власти» (Борщева, 2015: 17). Это позволяет говорить об актуальности исследования медиаобраза через изучение новостных публикаций. Таким образом, целью данной работы является изучение особенностей формирования и репрезентации медиаобраза главы города Якутска в СМИ.

Евгений Николаевич Григорьев – действующий глава города Якутска. В 2018 году он вошел в команду предыдущего главы города – Сарданы Владимировны Авксентьевой, которая в январе 2021 года сообщила о своем уходе, после чего Евгений Григорьев был назначен на должность исполняющего обязанности главы городского округа «Город Якутск».

После ухода из администрации города Сардана Авксентьева оказывала активную поддержку своему протезе, что во многом определило исход выборов. 29 января стало известно, что новым мэром станет Евгений Григорьев. 2 апреля 2021 года он официально вступил в должность главы ГО «Город Якутск».

С целью изучения публикаций в Интернет-СМИ о главе Якутска Евгении Григорьеве и проведения контент-анализа были выбраны 6 новостных сайтов, среди которых присутствуют как частные, так и государственные СМИ. Кроме этого, при их выборе мы опирались на популярность СМИ, их авторитетность, также не последним был фактор качества сайта (отображение количества просмотров, возможность комментирования новости, удобные инструменты поиска). Таким образом, были отобраны 3 российских СМИ: «Российская газета» – официальный печатный орган Правительства Российской Федерации¹, «Известия» – российская общественно-политическая и деловая ежедневная газета², «Аргументы и Факты» – крупнейшая еженедельная общественно-политическая газета России³, а также 3 якутских издания: ЯСИА.ru – Якутское-Саха информационное агентство⁴; Якутия.Инфо – независимый новостной сайт Якутии⁵; «Эхо столицы» – еженедельная газета города Якутска⁶.

Был проведен анализ публикаций, вышедших со дня избрания главы города по настоящее время, временной интервал контент-анализа: с 29 марта 2021 года по 29 января 2022 года. Для проведения контент-анализа статьи отбирались на основании их заголовков, содержащих ключевые фразы «Евгений Григорьев», «глава города Якутска», «мэр Якутска». Всего была отобрана 181 публикация: 51 публикация из российских источников и 130 публикаций из республиканских.

Распределение количества публикаций в каждом СМИ выглядит следующим образом: ЯСИА содержало 44 публикации (24 %) с упоминанием ключевых слов, Якутия.Инфо – 34 (19 %), Эхо столицы – 52 (29 %), Известия – 18 (10 %), Российская газета – 9 (5 %), Аргументы и факты – 24 (13 %).

Распределение общего количества публикаций в рассматриваемом временном диапазоне представлено на рисунке 1. Наибольшее количество публикаций было зафиксировано 29 марта 2021 года – в день, когда стало известно, что Евгений Григорьев победил на выборах главы города. Также большое количество упоминаний Е. Григорьева приходится на июль. Это связано

¹ Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/> (дата обращения: 12.02.2022).

² Известия [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/> (дата обращения: 12.02.2022).

³ Аргументы и факты в Якутии [Электронный ресурс]. URL: <https://yakutia.aif.ru/> (дата обращения: 12.02.2022).

⁴ ЯСИА – Новости Якутии и Якутска [Электронный ресурс]. URL: <http://ysia.ru> (дата обращения: 12.02.2022).

⁵ Якутия.Инфо / Новости Якутии [Электронный ресурс]. URL: <http://yakutia.info> (дата обращения: 12.02.2022).

⁶ ЭХО-УКТ / Эхо столицы [Электронный ресурс]. URL: <https://exo-ykt.ru/> (дата обращения: 12.02.2022).

прежде всего с пожарами, бушевавшими на тот момент на территории республики. Кроме этого, рост количества упоминаний наблюдается с октября по январь. Большинство публикаций в это время касалось проблемы бродячих животных и их нападений на людей.

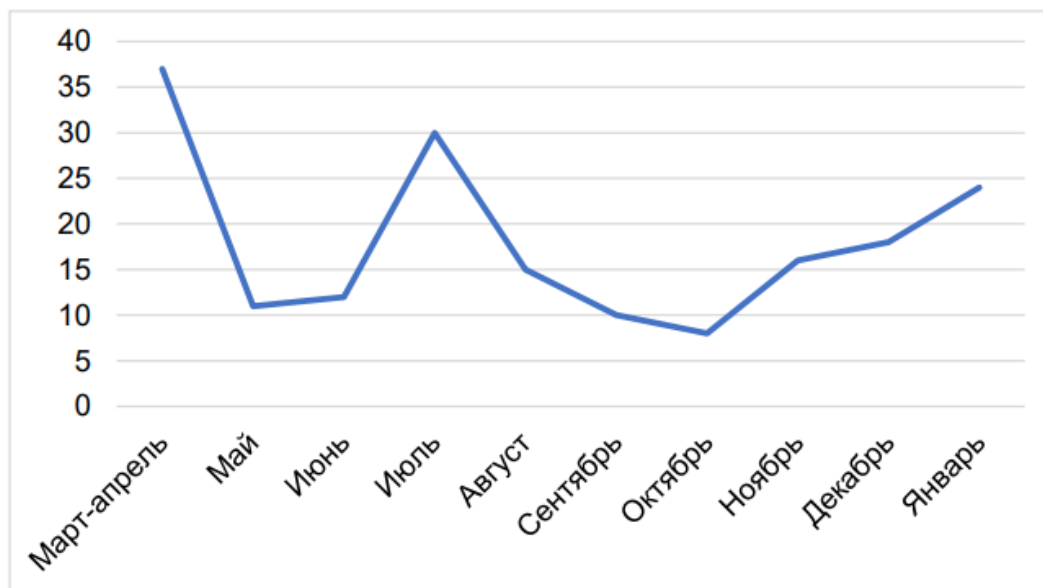


Рисунок 1 – Динамика количества публикаций

Анализируя более подробно содержание публикаций, можно сказать, что большинство из них информационного характера. 45 % статей имеют в основе проблемную ситуацию. При этом наличие проблемы в статье более характерно для общероссийских изданий (проблема в статье присутствует в 57 % отобранных публикаций). В якутских источниках проблема имеется только в 41 % статей.

Среди самых популярных проблемных ситуаций, в контексте которых был упомянут глава города, стали: статьи, так или иначе касающиеся бродячих животных, в частности, нападения собак (31 %); публикации о состоянии дорог, транспорта в городе (15 %); статьи о пожарах на территории Якутии летом 2021 года. Кроме этого, инфоповодами послужили такие проблемы, как: переселение семей из аварийного жилья; несанкционированное строительство на территории города; новости, касающиеся мер, принятых в борьбе против коронавируса; алкогольная политика; благоустройство городской среды.

Исходя из возможности отследить количество просмотров конкретной публикации, были проанализированы сайты «Известия» и «Якутия.Инфо». В таблице 1 представлены топ-5 статей, набравших наибольшее количество просмотров.

Таблица 1 – Топ-5 статей, набравших наибольшее количество просмотров

Статья	Сайт	Просмотры
«За Григорьева впрягутся»: Крайней по делу о собаках в Якутске скорее всего станет Екатерина Безрученко [20.01.2022]	Якутия.Инфо	8 456
Авксентьева и Григорьев одобрили: Общественница о «чудо-дороге» в микрорайоне «Северный» [08.05.2021]	Якутия.Инфо	8 247
Евгений Григорьев победил на выборах мэра Якутска [29.03.2021]	Известия	5 911
Мэру Якутска предписали снести самовольную постройку «Прометей» [03.09.2021]	Якутия.Инфо	5 719
Евгений Григорьев о спорном объекте ООО «Прометей»: Мы готовы провести внутреннее расследование в Департаменте градостроительства [08.07.2021]	Якутия.Инфо	5 564

Как видно, приведенные здесь статьи, за исключением публикации издания «Известия», относятся к одной из вышеперечисленных проблемных ситуаций.

Самой популярной статьей с точки зрения обсуждаемости стала публикация издания «Якутия.Инфо»: «За Григорьева впрягутся»: Крайней по делу о собаках в Якутске скорее всего станет Екатерина Безрученко» – к ней оставлено 40 комментариев. Остальные статьи, несмотря на большое количество просмотров, собирают по 2–3 комментария.

С целью более подробного анализа выбранных публикаций были определены следующие единицы анализа: Якутск, Евгений Григорьев, мэрия, глава, мэр, город, градостроительство, строительство, администрация, собаки, безнадзорные, дороги. Подсчет единиц анализа дал следующие результаты (единица счета – слово): Якутск – 36 упоминаний, строительство – 28, градостроительство – 28, город – 25, мэрия – 25, Евгений Григорьев – 21, администрация – 15, глава – 11, собаки – 8, дороги – 5, безнадзорные – 4.

Так как большинство рассматриваемых статей относились к якутским СМИ, то чаще всего было упомянуто слово «Якутск». Также, подтверждая данные о проблемных ситуациях в публикациях, высокой частотой обладают единицы анализа, связанные с актуальными городскими проблемами – «строительство» и «градостроительство».

Далее в анализе публикаций массив выбранных данных был рассмотрен с позиции «настроения статьи». В целом подавляющее большинство публикаций (72 %) имеет нейтральное содержание, 24 % статей – позитивное и 4 % – негативное. При этом общероссийские СМИ более склонны к нейтральному наполнению своих статей, чем якутские (рисунок 2). Публикации в якутских СМИ чаще имеют позитивный характер, чем публикации российских изданий. Российские издания, наоборот, немного более склонны к негативному наполнению своих новостей.

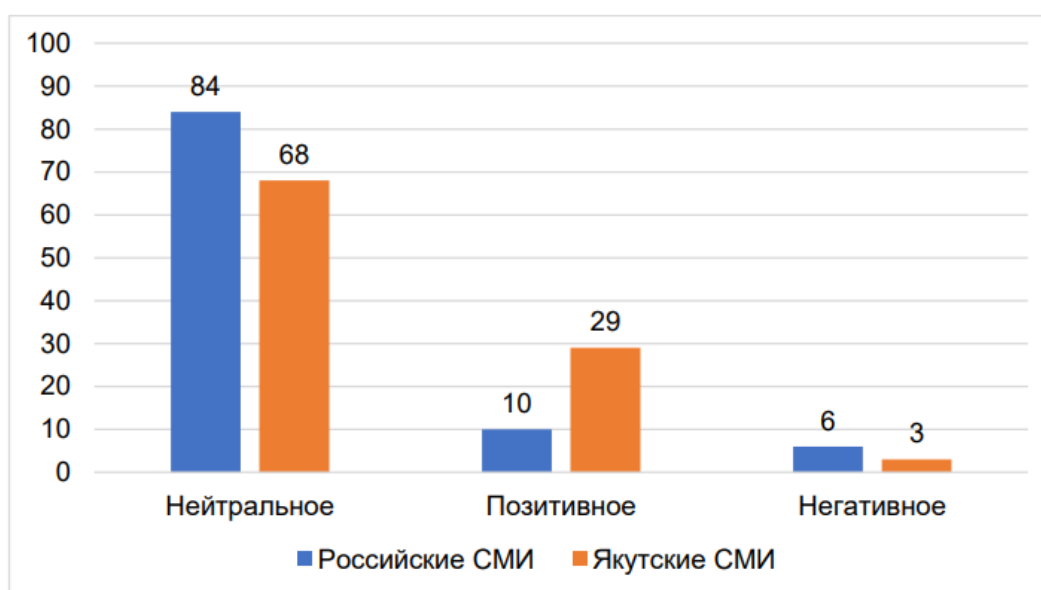


Рисунок 2 – Сравнение «настроения публикаций» российских и якутских СМИ, %

При более подробном анализе «настроения публикаций» выясняется, что большинство статей с нейтральной «интонацией» было выпущено в газете «Эхо столицы». Позитивная «интонация» характерна для издания «Якутия.Инфо», а негативная – для ЯСИА (таблица 2).

Таблица 2 – Сравнение «настроения публикаций» в СМИ

СМИ	Нейтральное настроение	Позитивное настроение	Негативное настроение
ЯСИА	19	14	42
Якутия.Инфо	17	43	21
Эхо столицы	31	0	26
Аргументы и факты	17	0	5
Российская газета	5	29	0
Известия	11	14	7

Изучив методы получения информации для написания статьи, можно сделать вывод о том, что основным источником информации для создания новостного сюжета служат вторичные данные, то есть в своих статьях авторы опираются на данные, представленные в других источниках. Для якутских СМИ такими источниками в большинстве случаев служат социальные сети Евгения Григорьева или администрации города. Российские СМИ, в свою очередь, опираются на данные, опубликованные республиканскими новостными изданиями.

Опираясь на результаты исследования, можно говорить о том, что для медиаобраза главы города характерны непостоянство и динамичность. Это связано, в первую очередь, с рядом событий, которые вызывают большой резонанс в обществе. Так, например, наибольшее количество публикаций с упоминанием Евгения Григорьева было выпущено в те периоды, когда возникла резонансная проблема. Среди самых громких инфоповодов: выборы главы города, пожары в Якутии и безнадзорные животные. То есть особенностью медиаобраза является высокий уровень зависимости от социально-политического контекста и общественных настроений. Это ярче всего видно на примере российских СМИ, которые предпочитают на первый план выносить проблему, а главу города упоминать в контексте.

подавляющее большинство СМИ предпочитает публиковать статьи в нейтральном тоне. Минимальное количество статей содержит критику деятельности Евгения Григорьева. В то же время статья, набравшая наибольшее количество просмотров и комментариев, написана с негативной «интонацией» и посвящена одной из основных выявленных проблемных ситуаций (безнадзорные собаки). Такие ситуации оказывают наиболее сильное влияние на общество и позволяют создать определенный медиаобраз.

Список источников:

- Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2007. № 4. С. 122–127.
- Борщева Н.Н. Формирование образа политика в Самарской прессе // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2015. Т. 9. № 2. С. 17–22.
- Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 11. С. 91–94.
- Каримова К.Р. Понятия "образ" и "имидж" в практике СМИ и научных исследованиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №4 (34). С. 138–144.
- Уракова В.А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 3. С. 181–184.

References:

- Bogdan, E.N. (2007) Media-image of Russia as a concept of the journalism theory *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. (4). 122–127. (In Russian)
- Borscheva, N.N. (2015) Formation of the image of the politician in Samara press. *Aktual'nyye problemy gumanitarnykh i sotsial'no-ekonomicheskikh nauk [Actual problems of humanities and socio-economic sciences]*. (2). 17–22. (In Russian)
- Galinskaya, T.N. (2013) Media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics. *Vestnik of the Orenburg State University*. (11). 91–94. (In Russian)
- Karimova, K.R. (2019) Ponyatiya "obraz" i "imidzh" v praktike SMI i nauchnykh issledovaniyakh [The concepts of "representation" and "image" in media practice and scientific research]. *Sign: problematic field in mediaeducation*. (4). 138–144. (In Russian)
- Urakova, V.A. (2016) The problem of analyzing the media image of the political leader. *The review of economy, the law and sociology*. (3). 181–184. (In Russian)

Информация об авторах

М.В. Григорьева – магистрант кафедры социологии и управления персоналом Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1138586.

У.С. Борисова – доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и управления персоналом Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=278799.

Information about the authors

M.V. Grigorieva – Master's Degree student, Sociology and Personnel Management Department, M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1138586.

U.S. Borisova – D.Phil. in Social Science, Professor, Sociology and Personnel Management Department, M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=278799.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 21.01.2022;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 11.02.2022;
Принята к публикации / Accepted for publication 22.02.2022.