

Секция «Конфликты в цифровом пространстве в условиях становления новых  
медиакорпораций»

**Особенности актуальной повестки в медийном пространстве городов атомной  
отрасли: основные темы и обратная связь**

**Научный руководитель – Бронников Иван Алексеевич**

**Назарова Мария Сергеевна**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия

*E-mail: nazarova.mari1997@mail.ru*

Вопросы политической коммуникации остаются в поле зрения исследователей на протяжении уже долгого времени, поскольку данный процесс представляет собой один из важнейших элементов политической сферы. В течение XX века было предложено большое количество концепций, описывающих названную деятельность. Г. Лассуэлл, У. Шрамм, Ч. Осгуд, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и другие ученые создавали авторские модели политической коммуникации. Отчасти предложенные теоретические построения не потеряли своей актуальности, однако процесс политической коммуникации изменился. Коммуникационные процессы развиваются в период электронных форматов информационного обмена и конструируют систему общественных взаимодействий [3].

Посредством реализации процесса политической коммуникации формируется медийное пространство той или иной территории. По нашему мнению, под медиапространством необходимо понимать электронную среду, в которой отдельные индивиды и их сообщества могут действовать совместно и одновременно. Медийное пространство создается средствами массовой коммуникации и системой связи между ними [4]. Соответственно, оно включает в себя не только СМИ, но также социальные медиа, в частности группы СМИ в социальных сетях и иные новостные паблики, группы администраций, городские сообщества, личные страницы политиков и лидеров общественного мнения. В данном случае социальные медиа представляются важным элементом медиапространства, поскольку выполняют функцию катализатора общественных инициатив, направляя запросы и требования граждан в свободной, безграничной и неиерархичной форме [2]. Именно на данных площадках происходит активная коммуникация между гражданами.

Город выступает субъектом в информационном поле социальных медиа, поскольку зачастую публичные страницы формируются по территориальному принципу, где самой маленькой, но весомой единицей выступает именно населенный пункт. Несмотря на то, что политическая роль города была в некоторой степени снижена государством [5], его символическое и организационное значение в медийном пространстве только возрастает.

В свою очередь, города присутствия атомной промышленности представляют собой важнейшие экономические субъекты, поскольку являются ведущими российскими научными, энергетическими, сырьевыми и технологическими центрами [1]. Подобная специфика накладывает отпечаток не только на общественную жизнь, но и на сформированное медийное пространство. Публикуемые в средствах массовой коммуникации новости не всегда получают положительную обратную связь. Это могут быть комментарии с конструктивной или необоснованной критикой, обнажающей социально-экономические или политические проблемы территории. В этой связи представляется необходимым проанализировать поднимаемые в СМК темы и реакцию населения на них.

В качестве населенных пунктов, СМК которых использовались для исследования, были выбраны города Концерна «Росэнергоатом», топливного дивизиона «ТВЭЛ» и Ядерно-

оружейного комплекса. Названные дивизионы входят в контур Госкорпорации «Росатом», из каждого было отобрано по два города: Балаково и Удомля («Росэнергоатом»), Глазов и Новоуральск («ТВЭЛ»), Саров и Заречный (ЯОК).

В течение трех месяцев через новостной агрегатор «Яндекс» еженедельно по релевантности отбирались наиболее значимые новости для выбранных городов. Эти темы поднимались и в публичных страницах, относящихся к указанным населенным пунктам, что находило обратную связь от жителей в виде отметок «нравится» (лайков), репостов и комментариев. Контент-анализ новостей и комментариев позволил определить существующие и потенциальные конфликты в медийном пространстве, которые могут перерасти в реальную социальную напряженность.

Таким образом, были выделены характеристики актуальной повести, сформированной в медиапространстве городов атомной промышленности, а также реакция на нее со стороны населения. Полученные результаты позволяют дать рекомендации для более эффективного выстраивания информационного планирования городскими публичными страницами и ресурсами органов местного самоуправления, что, в свою очередь, будет способствовать улучшению социального самочувствия населения.

### Источники и литература

- 1) Байдаров Д.Ю., Файков Д.Ю. Учет особенностей закрытых атомных городов в стратегиях социально-экономического развития разного уровня // ЭТАП. 2022. № 4. С. 28-48.
- 2) Бронников И.А. Гражданский активизм в сетевых сообществах // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2020. № 1. С. 7-18.
- 3) Бронников И.А., Горбачев М.В. Политическая коммуникация в изменяющемся мире: теория и практика. М., 2022.
- 4) Водопьян В.Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2017. №1 (194). С. 182-189.
- 5) Щербинин А.И., Щербинина Н.Г. «Право на город»: политическое конструирование постпандемийного мироустройства // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 474. С. 169–177.