

Арктика и Север. 2022. № 49. С. 234–251.

Научная статья

УДК 316.654(985)(045)

doi: 10.37482/issn2221-2698.2022.49.234

Образ российской Арктики на современном этапе развития: романтика или прагматика? ^{1*}

Симакова Анна Васильевна ^{1✉}, кандидат социологических наук, научный сотрудник

Степуть Ирина Сергеевна ², кандидат экономических наук

^{1,2} Центр бюджетного мониторинга Петрозаводского государственного университета, пр. Ленина, 33, Петрозаводск, 185910, Россия

¹ simakova@petsu.ru ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1990-9826>

² stepus@petsu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5070-0273>

Аннотация. Цель статьи заключается в выявлении характеристик образа российской Арктики на современном этапе её развития с точки зрения романтического и прагматичного окраса. Для достижения поставленной цели проводился контент-анализ публикаций по арктической тематике в СМИ федерального и региональных уровней. В качестве дополнительного метода исследования использован пилотный социологический опрос жителей европейской части Арктической зоны России. Результаты исследования показали, что в «арктическом» контенте современных СМИ преобладает прагматичная направленность. Арктика представляется в позитивном ключе как особая приоритетная территория страны, подчёркивается мощь и сила арктических территорий, раскрываются образы Арктики и их уникальный потенциал. В сознании населения образы Арктики представлены в более романтическом ключе: ассоциации местных жителей связаны с величием природы, любовью к Северу и красивой зимой. Обосновано, что для комплексного развития арктических территорий необходимы квалифицированные кадры, не только наполненные романтикой северной красоты, но и преследующие конкретные практические цели. Результаты исследования будут полезны и интересны специалистам, занимающимся вопросами развития арктических территорий, исполнительным органам государственной власти, а также широкой общественности.

Ключевые слова: *российская Арктика, романтический образ, прагматичный образ, Арктика в СМИ, представления об Арктике*

The Russian Arctic Image at the Present Stage of Development: Romance or Pragmatism?

Anna V. Simakova ^{1✉}, Cand. Sci. (Soc.), Researcher

Irina S. Stepus ², Cand. Sci. (Econ.)

^{1,2} Budget Monitoring Centre, Petrozavodsk State University, ul. Lenina, 33, Petrozavodsk, 185910, Russia

¹ simakova@petsu.ru ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1990-9826>

² stepus@petsu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5070-0273>

Abstract. The purpose of the article is to identify the characteristics of the Russian Arctic image at the present stage of its development in terms of a romantic and pragmatic context. In order to achieve this purpose, the content analysis of publications on the Arctic topic in the federal and regional media was carried out. A pilot sociological survey of the European part of the Russian Arctic zone residents was used as an

* © Симакова А.В., Степуть И.С., 2022

Для цитирования: Симакова А.В., Степуть И.С. Образ Российской Арктики на современном этапе развития: романтика или прагматика? // Арктика и Север. 2022. № 49. С. 234–251. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.49.234
For citation: Simakova A.V., Stepus I.S. The Russian Arctic Image at the Present Stage of Development: Romance or Pragmatism? *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2022, no. 49, pp. 234–251. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.49.234

additional research method. The study results showed that pragmatic orientation prevails in the “Arctic” content of modern media. The Arctic is presented in a positive way as a special priority territory of the country, the power and strength of the Arctic territories are emphasized, the images of the Arctic and their unique potential are revealed. In the population minds, the Arctic images are presented in a more romantic way — the associations of local residents are associated with the nature splendor, love for the North and beautiful winter. It is substantiated that the integrated development of the Arctic territories requires qualified personnel, not only filled with the romance of northern beauty, but also pursuing specific practical goals. The results of the study will be useful and interesting to specialists involved in the Arctic territories development, to executive bodies of state power, as well as to the general public.

Keywords: *Russian Arctic, romantic image, pragmatic image, the Arctic in the media, Arctic image*

Введение

С каждым годом арктическая повестка приобретает всё большую актуальность в контексте экономических и геополитических приоритетов развития стран циркумполярного пространства. Такое внимание и интерес к Арктике, безусловно, стимулирует динамичный рост данной тематики в медиадискурсе современных средств массовой коммуникации по всему миру. В исследованиях международного арктического медиадискурса прослеживаются следующие тенденции: высокая частота публикаций, освещение проблемы освоения Арктики посредством информационных и аналитических жанров, а также интернационализация Арктики [1, Долгобородова С.О., Авдоница Н.С., с. 77].

Подъём интереса к российской Арктике XXI в. как к макрорегиону будущего, определяющему мощь и возможности России, связан с началом нового этапа его «переосвоения», декларацией приоритетов, целей и задач, а также механизмов реализации государственной политики Российской Федерации в Арктике на долгосрочный период до 2035 г. Различные аспекты развития российской Арктики, проблемы её освоения становятся предметом информационной повестки российских средств массовой коммуникации различных форматов, направленностей и уровней.

Медиатизация российской Арктики в свою очередь способствует росту числа научных исследований, посвящённых контексту транслируемой информационной повестки. А.Ю. Жигуновым [2, с. 104] на основе анализа документальных фильмов и публикаций в федеральных Интернет-СМИ и за период с 2013 по 2020 гг. выявлены основные тематические доминанты материалов об Арктике, ключевыми среди них являются — военизация региона, его экономический потенциал, климатические условия, туризм, исследования малоизученных областей и новых месторождений углеводородов. По результатам анализа автор делает вывод о всесторонней вовлечённости российских медиа в идею освоения Арктики. Интересно, что по данным исследования автора, медиаобраз Арктики в советское время (1930–70 гг.) заточен на её освоение, построение арктической инфраструктуры и её покорителя-полярника.

Разносторонний образ российской Арктики подчёркивается и в монографии Ю.Ф. Лукина «Многоликая Арктика в потоке времени и смыслов» [3, с. 4], где комплексно исследу-

ются все основные сферы жизнедеятельности арктических стран — экономика, геополитика, социум и культура.

В работе Т.А. Ковригиной [4, с. 71] сравнивается арктический контент, представленный в отечественных и зарубежных СМИ. Несмотря на некоторые различия в транслируемой информационной повестке циркумполярных государств, СМИ сходятся во мнении о том, что освоение и развитие арктических территорий представляет собой длительный процесс, в котором особое внимание заслуживают проблемы экологии и охраны окружающей среды.

Важно отметить, что интерес к российской Арктике качественно отличен от советского времени — сегодня Арктикой интересуются государство, бизнес-сообщество, российские и международные корпорации, общественные организации, организации культуры и искусства, политики, блогеры и обычные люди из различных уголков страны и мира. Шейла Уотт-Клутье даёт краткое, но ёмкое определение: «Арктика — это многое для многих людей» [5, с. 37].

Впрочем, Арктика всегда завораживала своей загадочностью, красотой, силой, привлекала многие поколения людей, приезжающих «покорять» и «осваивать» эти территории, изучать и путешествовать. О.С. Крюкова отмечает, что Арктика в отечественной литературе воспринималась как «территория суровой борьбы с непокорными силами природы, полярной романтики, северной экзотики, исключительных чувств, настоящей дружбы, товарищества, коллективизма и взаимовыручки, героизма в мирное время» [6, Крюкова О.С., с. 21].

Сегодня Арктика — это не просто суровые территории, привлекающие романтиков, но и стратегически важная часть страны, требующая нового осознанного и комплексного подхода. В рамках данного исследования мы решили взглянуть на российскую Арктику именно с этой стороны. Во-первых, проанализировать созданный в средствах массовой информации образ Арктики с точки зрения романтики и прагматики.

Поскольку медиаресурсы оказывают большое влияние на массовое представление об Арктике, формируя образ региона и мнение о социально-экономических процессах в Арктике [7, Болсуновская Л.М., Диброва Ю.А., с. 148], то второй задачей данного исследования является анализ образов, сложившихся непосредственно у жителей Арктической зоны России, и поиск ответа на вопрос — «Современная Арктика в сознании населения — это романтика или прагматика»?

Материалы и методы исследования

Достижение поставленных задач исследования обуславливает необходимость сбора и анализ фактологической информации, которая заключается в выборе СМИ с последующим изучением контента и опросе местного населения. С помощью обозначенных методов анализируется, с одной стороны, образ Арктики, транслируемый массовому читателю в СМИ, с другой стороны, выявляется образ Арктики, сложившийся у местного населения как потребителя контента СМИ.

Поиск аналитической базы, система кодирования и выборочная совокупность для контент-анализа

Исходя из направлений исследования, обозначим территориальные рамки его проведения. В контенте федеральных СМИ анализируется образ российской Арктики в целом, а для изучения регионального контекста СМИ и представлений местных жителей выбраны регионы Европейской части Арктической зоны России — Мурманская область, Архангельская область, Республика Коми и Республика Карелия.

В качестве источника информации для контент-анализа выбраны электронные СМИ, в последнее время набирающие всё большую популярность [8, Ильченко Д.А., Майкова В.П., с. 18]. По критерию популярности выбраны три СМИ федерального уровня² и восемь СМИ регионального уровня³ — это лидеры рейтингов медиаресурсов по показателям цитируемости по версии «Медиалогия» по данным на январь 2022 г. Выбранные СМИ позиционируют себя ведущими информационными площадками, оперативно освещающими актуальную информацию и события.

Для исследования выбраны манифестный и латентный способы кодирования информации [9, Ньюман Л., с. 123], с помощью которых произведён количественный анализ, определение контекста и поиск явных и скрытых (имплицитных) значений содержания текста. Например, при знакомстве с текстом исследователь принимает решение о наличии в его содержании прагматичного или романтического образа описания российской Арктики, фиксирует характеристики контента, ключевые слова и предложения. Таким образом, *единицей анализа* является статья, опубликованная в СМИ, *единицей контекста* — характеристика контекста, *конструкт* — транслируемый в СМИ образ Арктики «прагматичный» / «романтический», а также контекст восприятия населением информации об Арктике. В качестве *концептуализации* использовался факт упоминания; положительный / отрицательный контекст, а *частота* характеризует количество упоминаний категорий анализа (и их вариаций) в выбранных для анализа статьях.

Таким образом, в данном исследовании контент-анализ имеет два направления — количественный и качественный. Набор единиц счёта сформирован для каждого региона на основе анализа транслируемого контента. Для проведения контент-анализа федеральных и региональных СМИ проведён поиск соответствующего новостного контента на сайтах СМИ за 2019–2021 гг. Принимая во внимание, что в федеральных СМИ освещается информация и об

² Информационное агентство ТАСС. URL: <https://tass.ru/tass-today>; Российское агентство международной информации «РИА Новости». URL: <https://ria.ru/>; Российская газета. URL: <https://rg.ru/> (дата обращения: 02.06.2022).

³ СМИ Мурманской области: Информационное агентство «СеверПост.ru». URL: <https://severpost.ru/>; Газета «Мурманский вестник». URL: <https://www.mvestnik.ru/>. СМИ Архангельской области: Сетевое издание 29.ru. URL: <https://29.ru/>; Информационное агентство «Эхо Севера». URL: <https://www.echosevera.ru/>. СМИ Республик Карелия: Карелинформ. URL: <https://karelinform.ru/>; Информационное агентство «Республика». URL: <http://rk.karelia.ru/>; СМИ Республики Коми: Информационное агентство Комиинформ. URL: <https://komiinform.ru/>, Информационное агентство «Север Медиа». URL: <https://severmedia.org/> (дата обращения: 02.06.2022).

отдельных арктических регионах, для анализа выбраны сообщения, в которых Арктика предстаёт в целом как макрорегион.

В среднем за год один источник СМИ федерального уровня содержит 450 статей про Арктику, СМИ регионального уровня содержат от 30 до 100 статей по арктической тематике. В год насчитывается примерно около 900 статей, итого за три года (2019–2021 гг.) — 2 700 статей. Таким образом, рамочные параметры объёма выборки задаются перечнем всех этих статей. Поскольку объём статей для анализа внушителен, ограничимся выборкой статей в количественном соотношении — 200 статей в СМИ регионального уровня и 100 статей в СМИ федерального уровня. Таким образом, представительность выборки в общей совокупности составляет около 10%. Поскольку все номера и годы выхода СМИ важны для исследования, выбран стратифицированный тип выборки. Стратификация проводится по регионам $250/4=62$ статей на регион. Для репрезентации статей по каждому году, для каждого региона выборка делится на 3 — по 20 статей для каждого из трёх лет по одному региону. Для отбора статей составлен полный перечень статей, в которых содержится то или иное упоминание об Арктической зоне России. Далее с заданным шагом в выборку попадает каждая третья статья.

Опрос населения как дополнительный метод исследования

В качестве дополнительного метода исследования выбран опрос населения, целью которого являлось выявление образа российской Арктики, сложившегося у населения европейской части Арктической зоны России — романтический или прагматичный? В вариантах ответов на вопросы анкеты заложены признаки, характеризующие романтическую и прагматичную оценку Арктики через ассоциативные представления. Объект исследования — постоянно проживающее население Мурманской области, арктических территорий Архангельской области, Республики Карелия и Республики Коми в возрасте старше 16 лет.

Опрос проведён методом доступной выборки с использованием онлайн-анкеты, которая распространялась через тематические сообщества арктических регионов в социальной сети «ВКонтакте». Предварительно определён общий минимальный объём выборки, включающий в себя не менее 100 человек от каждого исследуемого региона, то есть в общей совокупности 400 человек, с распределением по полу 72% женщины и 28% — мужчины, средний возраст респондентов — 39 лет. Исследование характеризуется как пилотное, проводимое с целью зондажа общественного мнения. Результаты опроса по реализованной выборочной совокупности в силу своей небольшой представительности могут быть распространены только на представленную в исследовании аудиторию.

Результаты исследования**Образ Арктики, транслируемый в СМИ федерального уровня**

В официальном дискурсе Арктика традиционно представлена в разных смысловых категориях [10, Назукина М.В., с. 40], поэтому в ходе анализа СМИ федерального уровня также были выявлены различные образы российской Арктики. Необходимо отметить, что исследуемый период 2019–2021 гг. совпадает с периодом принятия новых стратегически важных документов по развитию Арктической зоны России, поэтому большинство контента связано с реализацией государственной политики России в Арктике. Большая часть статей, в которых Арктика раскрывается как *национальный приоритет*, содержит ссылки на первых лиц государства.

Второй по популярности образ российской Арктики в СМИ — «*зона притяжения инвестиций*»: на современном этапе одним из приоритетов экономической политики России в Арктике является стимулирование предпринимательской и инвестиционной деятельности⁴. Образ «Арктика как зона притяжения инвестиций» детально раскрывается в 24% отобранных для анализа статьях, в которых речь идёт об инвестиционных проектах, резидентах Арктической зоны, системе льгот и преференций для развития бизнеса.

На третьем месте по публикациям в федеральных СМИ образ Арктики как *место для жизни человека* (рис. 1). В этих публикациях поднимаются важные темы о создании социального плацдарма — развитии социальной инфраструктуры и условий для комфортного длительного пребывания людей, сдерживания миграционного оттока населения, привлечения кадров в Арктику и развитии человеческого капитала. Актуальной для освещения в этом направлении стала программа предоставления земельных участков площадью до одного гектара — «арктический гектар».



Рис. 1. Наиболее популярные образы российской Арктики, транслируемые в медиадискурсе федеральных СМИ.

Образ Арктики как *уникальной экосистемы* раскрывается в 20% проанализированных статей. Этот образ раскрывается через освещение проблемных зон арктической экосистемы

⁴О государственной поддержке предпринимательской деятельности в Арктической зоне Российской Федерации: федеральный закон от 13 июля 2020 г. N 193-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357078/ (дата обращения: 12.06.2022).

— необходимости генеральной уборки Арктики, климатической повестки и глобального потепления, сохранения биологического разнообразия.

Невозможно говорить об устойчивом развитии Арктики без научных изысканий, которым посвящено 18% от общего массива сообщений. Научные исследования в Арктике проводятся по достаточно широкому перечню направлений: это военная тематика, исследования климата и животного мира, геологоразведочные исследования, исторические исследования и т. д. Образ «Арктика как территория исследований» транслируется также в статьях, посвящённых созданию в Арктике научно-образовательных центров мирового уровня, а также международных арктических станций «Снежинка».

Арктика с точки зрения богатейшего разнообразия минерально-сырьевой базы также довольно часто освещается в федеральных СМИ. Публикации посвящены текущим и перспективным объёмам добычи нефти, газа и других полезных ископаемых, деятельности крупных корпораций по данному профилю, а также работам по разведке арктических месторождений полезных ископаемых. Поле «арктической тематики в СМИ расширяется»: так, исследование информационного контента СМИ 2011–2015 гг., проведённое D. Gritsenko, показало, что повестка как федеральных, так и региональных газет в основном была посвящена разработке углеводородных ресурсов [11, с. 10].

Образу Арктики как глобального транспортного коридора посвящено 16% проанализированных статей, где основной акцент сосредоточен на развитии Севморпути.

Два следующих образа «Арктика как пространство международного сотрудничества» и «Арктика как форпост национальной безопасности» встречаются с одинаковой частотой и взаимосвязаны друг с другом. В настоящее время интерес к Арктике проявляют не только страны циркумполярного пространства, но другие ведущие мировые державы (Китай, Индия, Сингапур и др.). Информационные сообщения СМИ направлены на транслирование необходимости выстраивания эффективного диалога с этими государствами, надёжной защиты государственных границ России в Арктике.

Развитие Арктики идёт параллельно с повышением доступности для туристов из разных стран, которое необходимо сочетать с усилиями по сохранению уникальной природы и самобытной культуры региона. Образ туристической Арктики не столь часто освещается в федеральных СМИ (10% статей содержат информацию о данном образе), но встречаются прогнозы, что через пять лет Арктика станет жемчужиной туризма.

В целом в медиадискурсе федеральных СМИ Арктика предстаёт в позитивном ключе как особая приоритетная территория России. Выявленные образы российской Арктики подчёркивают мощь и силу арктических территорий, раскрывают их особый потенциал. Безусловно, не остаются без внимания федеральных СМИ и проблемные точки (военные притязания, социальная инфраструктура, климатические изменения в регионе и др.), но в целом весь проанализированный информационный контент оптимистичен — поставлены долгосрочные цели, намечены перспективные стратегические планы по развитию российской

Арктики. Этот контент действительно соответствует слогану «Арктика — макрорегион будущего».

Что касается преобладания романтической или прагматичной направленности сообщений, то через выделенные ключевые образы Арктики можно сделать вывод о том, что в целом на федеральном уровне Арктика предстаёт в более прагматичном виде. Только каждая четвёртая анализируемая статья в СМИ содержала какие-либо элементы романтизма, таинственности, мечтательности. Контент такого типа встречается при описании новостных сообщений по тематике уникальной арктической природы, истории исследований, представлению Арктики в фото, кино и живописи, описанию культуры и традиций северных народов. Все высказывания в СМИ об Арктике в целом носят позитивный характер, подчёркивается особость, важность и приоритетность российской Арктики. В то же время акцентируется внимание на сложности её освоения, что транслируется даже в высказываниях, которые имеют «романтический» окрас.

Образ Арктики, транслируемый в СМИ регионального уровня

Отдельное рассмотрение контента региональных СМИ обусловлено отражением в нём регионального контекста, формирующего специфические представления об Арктике, также раскрываемые через образы, но в более подробном измерении. Уже на этапе выделения категорий для анализа контента СМИ можно сделать вывод о преобладании контента, отображающего прагматичное отношение к Арктике (выделено 20 категорий анализа), нежели романтического (5 категорий анализа). Затем каждая из отобранных статей проверена на предмет освещения тематики по представленным в табл. 1 категориям. Наибольшее количество новостей, посвящённых арктической тематике, зафиксировано в Мурманской области, за ней по количественному признаку следует Архангельская область. В Республике Коми новостей, посвящённых Арктике заметно меньше, а в Республике Карелия «арктических» новостей меньше всего. При этом из года в год в каждом из регионов растёт количество новостных сообщений, посвящённых «арктической» тематике.

Аналогично с федеральными СМИ, в региональных новостных ресурсах также наиболее популярным является контент о перспективах развития регионов, отдельных арктических территорий, привлечении инвестиций, общем социально-экономическом развитии, создании комфортной жизни, развитии месторождений и т. д. (табл. 1). В СМИ транслируются намерения органов власти федерального и регионального уровней, резидентов Арктической зоны, описываются уже достигнутые результаты. В регионах, территории которых частично входят в состав АЗРФ, в информационном пространстве Арктика транслируется как концентрация серьёзных возможностей для развития всего региона.

В большей степени контекст транслируемых в СМИ сообщений носит позитивный характер. При этом указываются отдельные «болевые» точки, которые зачастую описываются как направление для будущего развития, что станет более возможным при реализации пла-

нов экономического развития арктических территорий. В информационном пространстве региональных СМИ Арктика воспринимается не как бедный и отстающий регион, а как регион, в котором есть определённые ограничения, которые при таком пристальном внимании государства и региона решаемы. С точки зрения экономического развития декларируется стимулирование именно экономического роста, особенно в части развития предприятий, сферы добычи полезных ископаемых, деятельности резидентов АЗРФ, а социальный рост рассматривается как следствие успешного экономического развития.

Таблица 1

Количество статей, в которых представлены категории анализа, транслируемые в региональных СМИ⁵

Категории анализа	Архангельская обл.	Мурманская обл.	Карелия	Коми
Категории контента, характеризующие освещение информации о российской Арктике с прагматической стороны				
Развитие арктических территорий	15	24	22	23
Привлечение инвестиций, конкретные инвестиционные проекты, повышение инвестиционной привлекательности	18	20	21	30
Резиденты АЗРФ, в том числе резиденты TOP для Мурманской области	6	11	19	8
Развитие социально-экономической сферы, создание комфортной среды для жизни, повышение качества жизни	13	11	18	25
Включение новых территорий в АЗРФ, напоминание какие районы уже входят в состав АЗРФ	-	-	18	11
Создание новых рабочих мест, проведение кадровой политики, в том числе привлечение специалистов и специальные кадровые программы	9	17	16	8
Налоговые преференции, льготы для инвесторов	8	10	13	12
Арктический пакет — новые законы, меры поддержки предпринимателей	6	6	11	10
Арктический гектар	2	-	10	3
Развитие инфраструктуры АЗРФ (транспорт и связь, энергетика, дороги, порты)	6	5	9	16
Разработка и развитие месторождений полезных ископаемых, модернизация предприятий и их мощностей	4	7	7	17
Туристический потенциал, туризм	3	-	6	6
Освещение мероприятий федерального и регионального уровней (форумы, конференции, комиссии и др.)	7	10	6	14
Северный морской путь	7	4	4	6
Стратегия АЗРФ — 2035	8	7	3	7
Проведение научных исследований в Арктике	13	12	-	6
Экология в Арктике	10	-	-	10
Сотрудничество в Арктике, в т. ч. международное, межрегиональное взаимодействие	5	9	-	-
Обеспечение национальной и военной безопасности в российской Арктике	2	8	-	-
Коренные малочисленные народы Севера	2	4	-	4
Категории контента, характеризующие освещение информации о российской Арктике				

⁵ Составлено авторами.

с романтической стороны				
Описание природы и красот Арктики, достопримечательностей и достояний	5	5	2	-
Образовательная и просветительская деятельность об Арктике в форме экспедиции и просветительских мероприятий	12	14	1	3
Выставки, арт-объекты, фильмы, события, конференции, фестивали	12	21	-	6
Отдельные репортажи, посвящённые фото- и видеозарисовкам о красотах и природе Арктики	7	10	-	4
Выражение эмоционального состояния рассказчика от первого лица (репортажи, рассказы)	7	-	-	2

В контексте новостных сообщений региональных СМИ также можно выделить ключевые собирательные образы, транслируемые массовому читателю. Например, в СМИ Республики Коми Арктика в большей степени характеризуется как «богатый регион с большим потенциалом инфраструктуры», «территория реализации масштабных и значимых инфраструктурных проектов», «регион, чьи ресурсы помогут в развитии северных муниципалитетов», «регион с большими возможностями для расширения добычи полезных ископаемых», «регион перспективный и достойный вложения денег инвесторов», «перспективный регион для развития туризма» и др. Образы Арктики, транслируемые в СМИ Архангельской области, схожи: «регион для реализации выгодных инвесторам проектов», «уникальный и природно богатый регион», «уникальный и хрупкий регион, требующий особой заботы», «артерия Северного морского пути», «плацдарм для научных исследований и сотрудничества». Образы, транслируемые в СМИ Мурманской области, во многом перекликаются с остальными регионами, в них Арктика представлена как «регион для нового поколения», «регион выгодного инвестирования и развития бизнеса», «регион, богатый полезными ископаемыми и имеющий высокий промышленный потенциал», «регион — главная артерия Северного морского пути», «регион — база Северного флота России», «Столица Арктики». В целом образы Арктики, представленные в региональных СМИ, во многом перекликаются с образами, транслируемыми федеральными СМИ.

Что касается отображения контента, транслирующего романтический образ Арктики, то он представлен не настолько активно. По транслированию такого контента заметно выделяются Мурманская и Архангельская области. В Республике Коми и Республике Карелия Арктическая зона с романтической точки зрения практически не освещена. Необходимо отметить, что «романтический» контент в основном связан описанием красот природы, уникальности климата и окружающей среды, акцентировании на просвещение читателя о самых удалённых территориях Арктической зоны, её уникальности, хрупкости и первозданности. Например, в Архангельской области большое внимание уделяется просветительской деятельности, особенно среди молодого поколения: в школах введён предмет «Арктиковедение», проходят фестивали. Одним из немаловажных аспектов транслирования позитивного образа Арктики среди населения является повествование «от первого лица», в котором рассказчик делится впечатлениями о жизни, работе, путешествиях по Арктике. В одной из статей рассказ-

Следует отметить, что в образах Арктики у местного населения негативные характеристики встречаются редко. В высказываниях жителей об Арктике, между строк читается гордость за свой регион и любовь к Северу, «особенности» северных людей. В ассоциативных рядах важно также выделить региональную специфику. Например, жители Мурманской области представили самые развёрнутые ответы: чаще встречаются образы, связанные с природой и природными явлениями. Каждый третий респондент (33% от количества респондентов из Мурманской области) отметил, что при слове «Арктика» возникает образ северного сияния, что является символичным, так как на главном символе региона и города Мурманска — гербе, изображено северное сияние. Что касается прагматичных образов, то у жителей Мурманской области в соотношении с романтическими, они составляют 3% и выражаются через представления о полезных ископаемых, работе во льдах на судах торгового и ледокольного флота. Интересно, что у каждого десятого респондента из Республики Карелия Арктика ассоциируется с белыми ночами, тогда как в Мурманской области больше встречаются ассоциации, связанные с полярной ночью.

Направленности романтического или прагматичного представления населения об Арктике дополнены выявлением личной ценности арктических территорий путём ответа на открытый вопрос: «Чем ценны арктические (северные) территории лично для Вас?». При первичной обработке данных ответы сгруппированы по регионам в ряд тематических блоков, отнесённых к романтическим (выделено 6 категорий) или прагматичным (3 категории) образам. Неравное количество выделенных категорий обусловлено преобладанием описания ценности арктических территорий для респондентов в романтическом контексте. На рис. 3 показано долевое распределение категорий анализа по регионам. Романтический контекст выражается в том, что для каждого третьего респондента арктические территории ценны природой, которую они описывают как уникальную, первозданную, особенную, красивую и т. д. На втором месте по ценности арктические территории важны для респондентов тем, что это их родина, место проживания, что говорит о важности укоренённости в Арктической зоне и арктической (северной) идентичности. Наиболее это выражено у жителей Архангельской области, где каждый третий респондент отметил, что арктические территории для него важны именно тем, что «это его родина». Для каждого пятого респондента из Мурманской области важна окружающая красота арктического пространства. Отдельно следует отметить важность категории «люди», в описании которой респонденты указывают особенность северных людей, их доброту, закалённый нордический характер, стойкость.



Рис.3. «Чем ценны арктические (северные) территории лично для Вас?», в % от ответивших по региону, N=409.

Помимо личной ценности респонденты дали характеристику и ценности арктических территорий для страны в целом в рамках закрытого вопроса. При ответе на данный вопрос также прослеживается региональная специфика. Так, для жителей Мурманской области, где расположен крупнейший незамерзающий порт в мире, ценность и важность арктических территорий для России заключается преимущественно в Северном морском пути и рыбе, биоресурсах (эти варианты ответа выбрали более 60% респондентов из Мурманской области). Каждый второй респондент из Архангельской области считает, что арктические территории ценны и важны для России полезными ископаемыми, северными народами и их традициями, а также первозданной северной природой (рис. 4). По мнению большинства респондентов из Республики Карелия, ценность и важность арктических территорий для России заключается главным образом в уникальном животном и растительном мире и первозданной северной природе (эти варианты ответов выбрали 57% опрошенных).

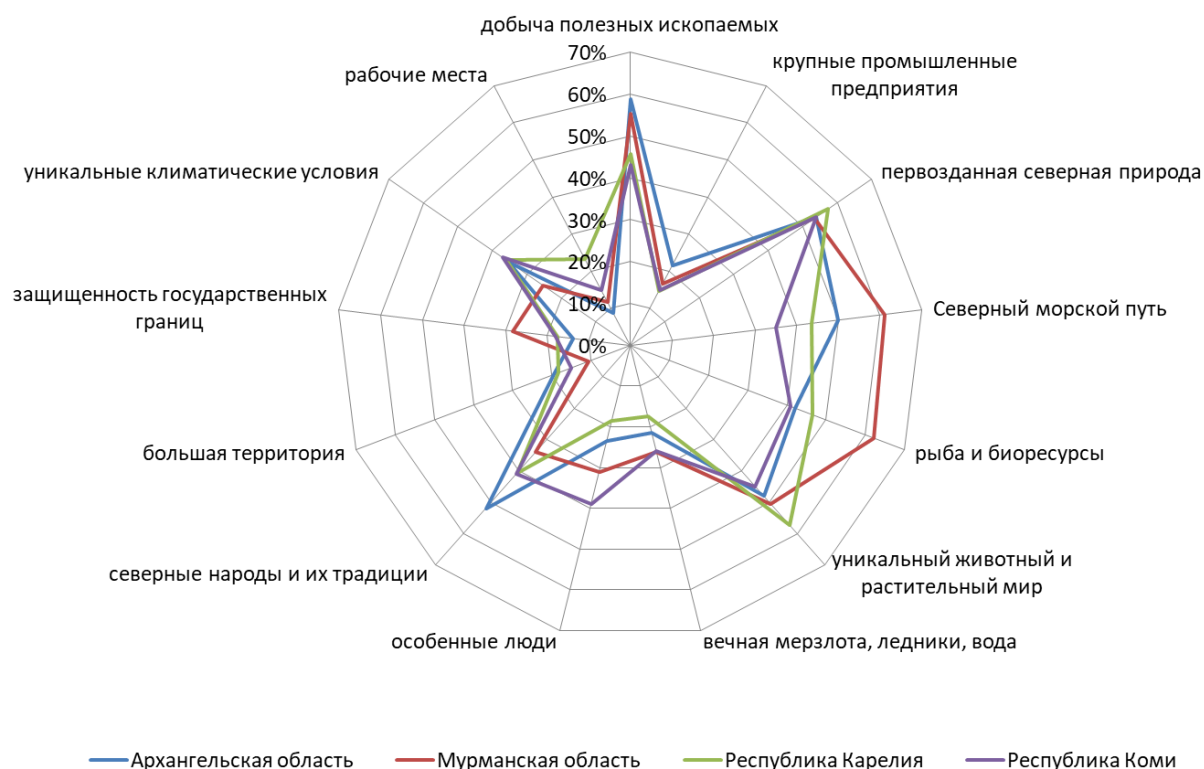


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «В чем по Вашему мнению заключается ценность и важность арктических территорий для России?» в %, N=409.

На основе полученных результатов опроса и проведенного анализа сформирована типология образа Арктики в сознании местного населения. Данная типология основана на комплексе набора мнений респондентов на поставленные вопросы. По результатам анализа выделены «чистые» типы романтиков и прагматиков. Набор данных опроса для формирования типологии расшифрован в табл. 2.

Тип определен при условии одновременного выбора набора смысловых единиц. Таким образом, каждый третий опрошенный относится к тому или иному «чистому» типу романтиков или прагматиков, остальные 42,7% относятся к смешанному типу, в котором романтические и прагматичные черты отношения к Арктике смешаны.

Таблица 2
Типология образов Арктики в сознании местного населения, по результатам опроса⁷

Тип	Характеристика	Доля опрошенных, отнесенных к типу
Романтики	Считают, что «быть северянином», значит родиться на Севере, прожить на Севере всю свою жизнь, любить Север и чувствовать себя северянином. Ценность арктических территорий для них заключается в уникальном животном и растительном мире, особенных людях, проживающих на этих территориях — северянах, уникальными климатическими условиями.	27,3%

⁷ Составлено авторами.

	Среди достоинств жизни на Севере выделяют близость к природе, наслаждение зимой, северной погодой.	
Прагматики	Считают, что «быть северянином», значит родиться на Севере и прожить на Севере всю свою жизнь. Ценность арктических территорий для них заключается в добыче полезных ископаемых, крупных промышленных предприятиях, Северном морском пути и рабочих местах. Среди достоинств жизни на Севере отмечают социальную поддержку, льготный (северный) отпуск, надбавку к заработной плате, возможность заработка и раннего выхода на пенсию по сравнению с другими регионами России.	30%

Заключение

Результаты проведённого исследования показали, что в «арктическом» контенте современных СМИ федерального и региональных уровней преобладает прагматичная направленность. В целом Арктика представляется в позитивном ключе как особая приоритетная территория страны. Выявленные образы российской Арктики, транслируемые в СМИ, подчёркивают мощь, силу, «многоликость» арктических территорий, раскрывают их особый потенциал, при этом обращается внимание и на «болевы точки», являющиеся своего рода точками роста и развития.

В сознании населения образы Арктики представлены в более романтическом ключе. Арктика ассоциируется у местных жителей с состоянием природы, любовью к Северу и красивой зиме. Для каждого третьего респондента арктические территории ценны именно природой, которую респонденты описывают как уникальную, первозданную, особенную, красивую. У каждого третьего опрошенного жителя представления об Арктике и отношение к ней романтическое, примерно у половины — смешанные представления в сочетании романтики и прагматики. Жители отзываются об Арктике в основном в позитивном ключе, пессимистичные высказывания составляют не более 5–7% от общего количества респондентов.

Сочетание элементов романтики и прагматики актуально и для специалистов, которые работают в Арктике. Сегодня для комплексного освоения и развития арктических территорий необходимы квалифицированные кадры, не только наполненные романтикой северной красоты, но и преследующие конкретные практические цели. Ведущие работодатели Арктической зоны России к профессионально важным качествам работников относят, прежде всего, желание проживать и работать в условиях Крайнего Севера, достаточное здоровье, выносливость, готовность к новым и сложным задачам [13, Stepus I. et al., с. 10004].

Нельзя не согласиться с тем, что «прагматика современного момента развития арктических территорий показала, что теперь важна не столько северная романтика, сколько изменение качества жизни северян, создание условий для комфортного проживания в городской и сельской местности путём обустройства инфраструктуры для человека» [14, Федотовских А.В., с. 263]. Для привлечения и закрепления трудовых ресурсов требуются внятные образовательная, профессиональная и жизненная траектории, современные рабочие места и яркая социокультурная среда [15, Степусь И.С., Симакова А.В., с. 1880]. Это позволит обеспечить динамичное развитие арктических территорий, обладающих уникальным потенциалом и наполненных романтикой северного великолепия.

Список источников

1. Долгобородова С.О., Авдоница Н.С. Репрезентация арктической темы в медиадискурсе: интерпретационный анализ // Вестник СВФУ. 2019. № 5 (73). С. 77–92. DOI: 10.25587/SVFU.2019.73.39435
2. Жигунов А.Ю. Арктика в российских медиа: проблематика и тематические доминанты // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 3. С. 97–107. DOI:10.18721/JHSS.11308
3. Лукин Ю.Ф. Многоликая Арктика в потоке времени и смыслов / Под ред. Ю.Ф. Лукина. Архангельск, 2019. 241 с.
4. Ковригина Т.А. Проблематика темы «Арктика» в российских и зарубежных СМИ: управленческий аспект // Вопросы управления. 2015. № 1 (13). С. 65–72.
5. Watt-Cloutier Sh. Foreword // Encyclopedia of the Arctic. Volume 1 A–F / M. Nuttall, Ed. Routledge New York, London, 2005. 695 p.
6. Крюкова О.С. Стереотипы восприятия Арктики в России: литература и искусство, современные СМИ // Вестник института мировых цивилизаций. 2020. Т. 11. № 1 (26). С. 21–24.
7. Болсуновская Л.М., Диброва Ю.А. Арктика в отражении российской медиакультуры // Развитие северо-арктического региона в гуманитарной сфере: локальное и глобальное. Материалы Всероссийской науч.-практической конференции. Архангельск, 2020. С. 148–152.
8. Ильченко Д.А., Майкова В.П. Влияние СМИ и Интернета на формирование общественного сознания в современной России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2018. № 4. С. 17–25. DOI: 10.18384/2310-7227-2018-4-17-25
9. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 119–129.
10. Назукина М.В. Образы Российской Арктики в официальном дискурсе: поиск основания для макрорегиональной идентичности // Арктика и Север. 2013. № 11. С. 39–49.
11. Gritsenko D. Vodka on ice? Unveiling Russian media perceptions of the Arctic // Energy Research & Social Science. 2016. Vol. 16. Pp. 8–12. DOI: 10.1016/j.erss.2016.03.012
12. Fefer J.P. et al. Pictures of polar bears: Using visitor employed photography to identify experience indicators in the Arctic National Wildlife Refuge // Journal of Environmental Management. 2020. Vol. 269. DOI: 10.1016/j.jenvman.2020.110779
13. Stepus I. et al. In-demand occupations and skills, required for work in the Arctic zone of Russia // 11th annual International Conference of Education, Research and Innovation ICERI2018. 2018. Pp. 9998–10006. DOI: 10.21125/iceri.2018.0867
14. Федотовских А.В. Роль объединений предпринимателей в общественной экспертизе законодательных актов по развитию Арктической зоны Российской Федерации // Российская Арктика — территория права: альманах. Выпуск II. Сохранение и устойчивое развитие Арктики: правовые аспекты; отв. ред. В.П. Емельянцева, Е.А. Галиновская. Москва, Салехард: ИД «Юриспруденция», 2015. 392 с.

15. Степуть И.С., Симакова А.В. Миграционные потоки выпускников вузов для работы в Арктической зоне России: количественный и качественный аспекты // Региональная экономика: теория и практика. 2018. Т. 16. № 10 (457). С. 1872–1887. DOI: 10.24891/re.16.10.1872

References

1. Dolgoborodova S.O., Avdonina N.S. Reprezentatsiya arkticheskoy temy v mediadiskurse: interpretatsionnyy analiz [Representation of the Arctic Issue in Media Discourse: Interpretational Analysis]. *Vestnik SVFU* [Vestnik of NEFU], 2019, no. 5 (73), pp. 77–92. DOI: 10.25587/SVFU.2019.73.39435
2. Zhigunov A.Yu. Arktika v rossiyskikh media: problematika i tematische dominanty [The Arctic in Russian Media: Perspective and Thematic Dominants]. *Obshchestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie* [Society. Communication. Education], 2020, vol. 11, no. 3, pp. 97–107. DOI:10.18721/JHSS.11308
3. Lukin Yu.F. *Mnogolikaya Arktika v potoke vremeni i smyslov* [The Many Faces of the Arctic in the Flow of Time and Meanings]. Arkhangelsk, 2019, 241 p.
4. Kovrigina T.A. Problematika temy «Arktika» v rossiyskikh i zarubezhnykh SMI: upravlencheskiy aspekt [Problematics of the Topic “The Arctic Region” In the Russian and Foreign Mass Media: Managerial Aspect]. *Voprosy upravleniya* [Management Issues], 2015, no. 1 (13), pp. 65–72.
5. Watt-Cloutier Sh. Foreword. In: *Encyclopedia of the Arctic. Volume 1 A–F*. Routledge, New York, London, 2005, 695 p.
6. Kryukova O.S. Stereotipy vospriyatiya Arktiki v Rossii: literatura i iskusstvo, sovremennyye SMI [Stereotypes of Perception of the Arctic in Russia: Literature and Art, Modern Media]. *Vestnik instituta mirovykh tsivilizatsiy* [Bulletin of the University of World Civilizations], 2020, vol. 11, no. 1 (26), pp. 21–24.
7. Bolsunovskaya L.M., Dibrova Yu.A. Arktika v otrazhenii rossiyskoy mediakultury [The Arctic in the Reflection of Russian Media Culture]. In: *Razvitie severo-arkticheskogo regiona v gumanitarnoy sfere: lokal'noe i global'noe. Materialy Vserossiyskoy nauch.-prakticheskoy konferentsii* [Development of the North Arctic Region in the Humanitarian Sphere: Local and Global. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference]. Arkhangelsk, 2020, pp. 148–152.
8. Ilchenko D.A., Maikova V.P. Vliyanie SMI i Interneta na formirovanie obshchestvennogo soznaniya v sovremennoy Rossii [The Influence of Mass Media and the Internet on the Formation of Public Consciousness in Contemporary Russia]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy], 2018, no. 4, pp. 17–25. DOI: 10.18384/2310-7227-2018-4-17-25
9. Newman L. Neoprosnye metody issledovaniya [Non-Survey Research Methods]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1998, no. 6, pp. 119–129.
10. Nazukina M.V. Images of the Russian Arctic in the Official Dispute: The Research for the Explanation for the Macro Regional Identity. *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2013, no. 11, pp. 39–49.
11. Gritsenko D. Vodka on Ice? Unveiling Russian Media Perceptions of the Arctic. *Energy Research & Social Science*, 2016, vol. 16, pp. 8–12. DOI: 10.1016/j.erss.2016.03.012
12. Fefer J.P. et al. Pictures of Polar Bears: Using Visitor Employed Photography to Identify Experience Indicators in the Arctic National Wildlife Refuge. *Journal of Environmental Management*, 2020, vol. 269. DOI: 10.1016/j.jenvman.2020.110779
13. Stepus I. et al. In-Demand Occupations and Skills, Required for Work in the Arctic Zone of Russia. *11th Annual International Conference of Education, Research and Innovation ICERI2018*, 2018, pp. 9998–10006. DOI: 10.21125/iceri.2018.0867
14. Fedotovskikh A.V. Rol' ob"edineniy predprinimateley v obshchestvennoy ekspertize zakonodatel'nykh aktov po razvitiyu Arkticheskoy zony Rossiyskoy Federatsii [The Role of Associations of Entrepreneurs in the Public Examination of Legislative Acts on the Development of the Arctic Zone of the Russian Federation]. In: *Rossiyskaya Arktika — territoriya prava: al'manakh. Vypusk II. Sokhraneniye i ustoychivoe razvitie Arktiki: pravovyye aspekty* [Russian Arktika — Territory of Law: Almanac. Issue II. Conservation and Sustainable Development of the Arctic: Legal Aspects]. Moscow, Salekhard, Yurisprudentsiya Publ., 2015, 392 p.

15. Stepus' I.S., Simakova A.V. Migratsionnye potoki vypusnikov vuzov dlya raboty v Arkticheskoy zone Rossii: kolichestvennyy i kachestvennyy aspekty [Migration Flows of Higher-Ed Graduates to Work in the Arctic Zone of Russia: Quantitative and Qualitative Aspects]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional Economics: Theory and Practice], 2018, vol. 16, no. 10 (457), pp. 1872–1887. DOI: 10.24891/re.16.10.1872

*Статья поступила в редакцию 30.06.2022; одобрена после рецензирования 16.07.2022;
принята к публикации 16.07.2022.*

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.