

Л.А. Коханова¹, С.Б. Головко², Т.С. Алексеева³, Ю.Е. Черешнева⁴, М.И. Губанова⁵,
М.В. Грибок⁶

СЕТЕВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАТИЗАЦИИ АРКТИКИ

АННОТАЦИЯ

Представлены результаты исследования сетевых информационных ресурсов, формирующих современный медиаобраз Арктики.

С помощью случайной выборки для анализа отобраны 25 сетевых медиа, из которых выделены пять групп информационных ресурсов. По ключевым словам «Арктика» «Северные территории», «Арктическая зона России» сформирована база данных, включающая 500 медиатекстов. На основе их анализа предпринята попытка ответить на вопросы о том, что становится доминантой формируемого средствами арктической журналистики медиаобраза Арктики в настоящее время, насколько он сбалансирован и насколько отвечает вызовам времени и интересам государства.

Выявлены территориальные особенности распределения медиатекстов по регионам Арктической зоны России. По абсолютному их числу лидируют Мурманская область и Ямало-Ненецкий автономный округ, а по показателю количества публикаций на 10 000 человек населения – Республика Коми, а точнее – городской округ Воркута – единственный в этом субъекте РФ, входящий в Арктическую зону России.

Определены наиболее и наименее часто встречающиеся темы медиатекстов. К числу первых относятся публикации по тематике сырьевого потенциала Арктики (32 %), к числу вторых – публикации по социальной тематике (6 %). Несмотря на разнообразие медиаконтента и наличие публикаций по таким темам, как жилищное и социальное обеспечение, качество жизни, туризм, образование, культура и традиции народов Севера, встречаемость публикаций по социальной тематике в общем потоке крайне низка. Сделан вывод о том, что потенциал данной темы в настоящее время недостаточно раскрыт в современной арктической журналистике.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиатизация реальности, Арктика, медийное пространство, сетевые информационные ресурсы, арктическая журналистика

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Моховая ул., 9, стр. 1, 125009, Москва, Россия; *e-mail*: l_kokhanova@mail.ru

² Российский государственный гуманитарный университет, Факультет журналистики. Институт журналистики и рекламы. Москва, Миусская площадь, д. 6, Москва, Россия; *e-mail*: Sgolovko@inbox.ru

³ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Моховая ул., 9, стр. 1, 125009, Москва, Россия; *e-mail*: litera.53@mail.ru

⁴ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Моховая ул., 9, стр. 1, 125009, Москва, Россия; *e-mail*: ulia@chereshneva.com

⁵ Институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), проспект Вернадского, 82, 119571, Москва, Россия; *e-mail*: goubanova@mail.ru

⁶ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Ленинские горы, д. 1, 119991, Россия; *e-mail*: gribok.marina@gmail.com

Ludmila A. Kokhanova¹, Sergey B. Golovko², Tatyana S. Alekseeva³, Ulia E. Chereshneva⁴, Maria I. Gubanova⁵, Marina V. Gribok⁶

NETWORK INFORMATION RESOURCES AS A TOOL FOR MEDIATIZATION OF THE ARCTIC

ABSTRACT

The article presents the results of a study of online information resources that form the modern media image of the Arctic.

Using a random sample, 25 online media were selected for analysis, of which five groups of information resources were identified. According to the keywords “Arctic”, “Northern Territories”, “Arctic Zone of Russia”, a database has been formed that includes 500 media texts. Based on their analysis, we tried to answer the questions about what is becoming the dominant media image of the Arctic formed by means of Arctic journalism at the present time, how balanced it is and how it meets the challenges of the time and state interests.

The territorial features of the distribution of media texts in the regions of the Arctic zone of Russia are revealed. In terms of their absolute number, the Murmansk Region and the Yamalo-Nenets Autonomous District are the leaders, and in terms of the number of publications per 10,000 people of the population – the Republic of Komi, or rather, the Vorkuta city district, the only one in this subject of the Russian Federation that is part of the Arctic zone of Russia.

The most and least frequently encountered topics of media texts are identified. Among the first are publications on the topic of the Arctic raw material potential (32 %), among the second – publications on social topics (6 %). Despite the diversity of media content and the availability of publications on such topics as housing and social security, quality of life, tourism, education, culture and traditions of the peoples of the North, the frequency of publications on social topics in the general flow is extremely low. It is concluded that the potential of this topic is currently not sufficiently disclosed in modern Arctic journalism.

KEYWORDS: mediatization of reality, Arctic, media space, online information resources, Arctic journalism

¹ Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism, Mokhovaya St., 9, 125009, Moscow, Russia; *e-mail: l_kokhanova@mail.ru*

² Russian State University for the Humanities. Faculty of Journalism. Institute of Journalism and Advertisement. Miusskaya sq., 6, Moscow, Russia; *e-mail: Sgolovko@inbox.ru*

³ Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism, Mokhovaya St., 9, 125009, Moscow, Russia; *e-mail: litera.53@mail.ru*

⁴ Lomonosov Moscow State University, Faculty of Journalism, Mokhovaya St., 9, 125009, Moscow, Russia; *e-mail: ulia@chereshneva.com*

⁵ Institute of Public Administration and Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (RANEPA), Vernadskiy prospect, 82, 119571, Moscow, Russia; *e-mail: gubanova@mail.ru*

⁶ Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, Leninskie Gory, 1, 119991, Moscow, Russia; *e-mail: gribok.marina@gmail.com*

ВВЕДЕНИЕ

Перспектива развития российской Арктики во многом зависит от ее присутствия в публичной сфере, и в значительной степени – в сетевом медиaprостранстве. Сегодня сеть Интернет в разных форматах выходит на первые позиции в формировании информационно-коммуникативной системы страны. Следовательно, ее влияние на каждого гражданина, различные формы его деятельности и общество в целом многократно увеличивается.

Стратегия развития Арктической зоны России на период до 2035 г., принятая в конце 2020 г.,¹ стала информационным вызовом для журналистики, которая более активно начала разрабатывать арктическую тематику. Так, профессор А.С. Пую утверждает, что «арктическая тематика начинает присутствовать в российских СМИ в объеме большем, чем ранее» [*Арктика в фокусе...*, 2019]. Более того, исследователи заговорили о возникновении такого сегмента СМИ как *арктическая журналистика* [Бекуров, Данилова, 2019].

Многие исследователи, в т.ч. зарубежные [Pincus, Ali, 2016; Wilson Rowe, 2013], отмечают, что под воздействием СМИ формируется образ Арктики как территории конфликта с нерешенными пограничными вопросами, а также противостоянием экологических, экономических и политических приоритетов разных стран.

Принятие важных политических решений, касающихся российской Арктики, оказывало активное воздействие на журналистскую деятельность и ранее. Так, в «Постановлении о проекте федерального закона “Об Арктической зоне Российской Федерации”» от 9 июля 1998 г. подчеркивалось, что «основными направлениями государственной политики в Арктической зоне являются укрепление и последовательное обеспечение государственных стратегических геополитических интересов». Далее следовали вопросы государственного протекционизма и регулирования жизнеобеспечения местного населения. Соответственно, арктический медиадискурс того времени включал порядка 20 % материалов по геополитическим вопросам и не более 10 % – по вопросам экономики и социальной проблематики региона [Долгобородова, Авдонина, 2019].

В 2008 г. утверждается новый стратегический документ «Основы государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2020 г. и дальнейшую перспективу», в котором главными целями государственной политики Российской Федерации провозглашаются:

- а) сфера социально-экономического развития;
- б) сфера военной безопасности;
- в) сфера экологической безопасности;
- г) сфера информационных технологий и связи;
- д) сфера науки и технологий;
- е) сфера международного сотрудничества.

Соответствующие изменения происходят в тематической направленности информационного дискурса. Появляется новая тема военного развития России в Арктике (до 22 % публикаций), уверенный рост демонстрирует и тема экологии и климатических изменений (до 17 %). Ведущими направлениями в информационной политике остаются: освещение арктических проектов России (до 28 %) и экономическое развитие региона (15 %), что говорит о том, что аспект национального развития на протяжении всего периода является первостепенным. А вот социальная проблематика по-прежнему остается на последнем месте и составляет не более 3 % медиаконтента [Авдонина, Долгобородова, 2019].

¹ Указ Президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года» // Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74710556/> (дата обращения 18.04.2021)

Новый вектор развития арктических территорий был задан Указом Президента Российской Федерации «Об Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года» от 5 марта 2020 г. Здесь основными направлениями реализации государственной политики России в Арктике провозглашаются:

- а) социальное и экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации, а также развитие ее инфраструктуры;
- б) развитие науки и технологий в интересах освоения Арктики;
- в) охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности;
- г) развитие международного сотрудничества;
- д) обеспечение защиты населения и территорий Арктической зоны Российской Федерации от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;
- е) обеспечение общественной безопасности в Арктической зоне Российской Федерации;
- ж) обеспечение военной безопасности Российской Федерации;
- з) защита и охрана государственной границы Российской Федерации.

В данном исследовании предпринята попытка ответить на вопросы о том, что становится доминантой формируемого средствами арктической журналистики медиаобраза Арктики в настоящее время, насколько он сбалансирован и насколько отвечает вызовам времени и интересам нашей страны.

Цель данного исследования – показать, как появление феномена медиатизации реальности сетевыми информационными ресурсами способствует формированию медиаобраза Арктики.

Поставленная цель предполагает решение ряда задач:

- очертить параметры стихийно складывающейся системы сетевых медиа, разрабатывающих арктическую тематику;
- определить основные тематические направления;
- охарактеризовать социальную тематику как один из основных компонентов формирования медиаобраза Арктики.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование медиатизации Арктики в сетевом пространстве страны основано на принципах сравнительного анализа комплексной научной методологии, историко-культурного анализа и междисциплинарного подхода. Основные идеи медиатизации были заложены еще в работах М. Маклюэна [Маклюэн, 2007]. В последние годы они получили дальнейшее развитие в работах представителей самых разных научных школ. Анализ научной литературы по выбранной тематике также показал, что исследователей в большей степени интересует медиатизация социальных институтов, таких как власть, право, культура, религия. В меньшей степени исследователи обращают внимание на текущие явления, ситуации и проекты. Однако даже сам факт принятия Стратегии развития Арктической зоны России на период до 2035 г. требует пристального внимания со стороны журналистов.

В настоящее время происходит активное развитие информационно-коммуникативных технологий, трансформация традиционных средств массовой информации и создание их гибридных форм медиа с обязательным наличием онлайн-версий, активным развитием социальных сетей и, как следствие, стихийно складывающейся системой сетевых медиа или информационных ресурсов. Основными чертами этой системы стали многократно увеличенные объемы информации и сегментирование аудитории [Чижевский, 2017]. К ним следует добавить расширение авторского состава, когда в процессе медиатизации социального института, проекта или явления принимают участие не только журналисты, но и представители других профессий, т.е. пользователи сетевых ресурсов. Это свидетельствует об обозначенных исследователями тенденциях. Как указывает С.В. Ерофеев, «журналисты во всем мире утратили

монополию на слово, ...аудитория стала естественным компонентом интернет-СМИ и начала влиять на характер профессии журналиста» [Ерофеев, 2011].

В процессе выработки методологии данного исследования большую помощь оказали работы как журналистского, так и естественно-научного плана. Прежде всего, это работы, в которых рассматриваются возможности СМИ в создании медиаобраза России [Жигунов, 2020; Грибок, 2020]. А также исследования, на основании которых стало возможным определить тематические направления арктической журналистики и разработать кодификатор тематик, принимая во внимание специфику отдельных территориальных образований региона [Бадина и др., 2020; Голдин, 2011; Журавель, 2020; Замятина, Пилясов, 2017].

Особо обращает на себя внимание статья Р.В. Бекурова и Ю.С. Даниловой «Арктическая журналистика: о содержании понятия», в которой авторы указывают на появление нового тематического сегмента в системе средств массовой информации страны [Бекуров, Данилова, 2019].

Из эмпирических методов в работе применялись следующие: мониторинг сетевого пространства, онлайн-наблюдение, структурный и визуальный анализ сетевых медиа и их контента, экспертный опрос. При отборе эмпирического материала использовались методы случайной выборки. По названиям девяти субъектов РФ, входящих в состав Арктической зоны России, упоминающихся в совокупности с ключевыми словами «Арктика» «северные территории» и «Арктическая зона России» в заголовках и аннотациях публикаций, сформирована база медитекстов. Из нее было выбрано 25 сетевых информационных ресурсов, объединенных позднее в 5 структурных медиагрупп:

- онлайн-версии традиционных изданий;
- сетевые издания;
- научные специализированные ресурсы;
- информационные ресурсы, в т.ч. официальные сайты мероприятий;
- сайты организаций и госструктур.

Первая группа включала как издания федерального уровня («Российская газета», «Коммерсант» и т.п.), так и медиа местного значения. Итоговую выборку составили 500 публикаций информационной и аналитической направленности, размещенные на этих ресурсах за период с января 2020 по апрель 2021 гг.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На основе анализа медиатекстов, вошедших в выборку, выявлены следующие особенности сетевых медиа, разрабатывающих арктическую тематику:

1. Неравномерное распределение медиатекстов по территории Арктической зоны. Результаты исследования показали крайнюю неравномерность покрытия регионов Арктики информационным контентом (табл. 1). Лидером по числу медиатекстов ожидаемо оказалась Мурманская область – наиболее населенный регион Арктики, где расположен один из крупнейших морских портов России и начальная точка Северного морского пути – город Мурманск. На втором месте с немного меньшим числом публикаций, попавших в выборку, – Ямало-Ненецкий АО – лидер по объему ВРП среди арктических регионов и центр российской газодобычи.

Однако, если рассматривать соотношение числа публикаций и численность населения регионов Арктики, лидером по «насыщенности» информационных материалов становится Республика Коми. В Арктическую зону входит только один ее муниципалитет – городской округ Воркута, являющийся центром угольной промышленности. Помимо добычи угля (и в т.ч. связанных с этим экологических проблем), Воркута привлекает внимание СМИ своим феноменом «городского сжатия», т.е. заметным снижением численности населения в последние годы. Так, по данным Росстата, с 2006 по 2020 гг. численность населения Воркуты уменьшилась в 1,5 раза – с 79 до 52 тысяч человек.

Табл. 1. Насыщенность информационного покрытия регионов Арктики в выборке из 500 медиатекстов, опубликованных с января 2020 по апрель 2021 гг.
Table 1. Saturation of information coverage of the Arctic regions in a set of 500 media texts published from January 2020 to April 2021

№	Регион Арктики	Число медиатекстов в выборке	Население (тыс. чел., на начало 2020 г.)	Число публикаций на 10 000 жителей
1	Мурманская обл.	142	741	1,9
2	Архангельская обл. (без Ненецкого АО)	93	641	1,5
3	Республика Карелия (3 муниципалитета)	0	41	0,0
4	Ненецкий АО	3	44	0,7
5	Республика Коми (1 муниципалитет – городской округ Воркута)	63	73	8,6
6	Ямало-Ненецкий АО	133	544	2,4
7	Красноярский край (3 муниципалитета)	42	229	1,8
8	Республика Саха (Якутия) (13 муниципалитетов)	17	68	2,5
9	Чукотский АО	7	50	1,4

В выборку не попало ни одного медиатекста с упоминанием Республики Карелии. Это связано с тем, что лишь небольшая часть этого субъекта РФ входит в состав Арктической зоны России. Это 3 муниципальных района: Беломорский, Лоухский и Кемский. Они были включены в Арктическую зону только в 2017 г., и можно предположить, что у современных медиа пока недостаточно информационных поводов, относящихся к этому региону, для публикаций арктической тематики. Также низкой насыщенностью информационного потока по арктической тематике характеризуются Ненецкий и Чукотский АО – регионы Арктики с наименьшей численностью населения.

2. Неравномерная частотность публикаций. Как правило, количество публикаций волнообразно увеличивается перед предстоящими арктическими форумами или после новых решений президента и правительства. Так, в 2014 г., после принятия Указа Президента «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации»,¹ в одном номере «Российской газеты» публиковалось по 2–3 материала по Арктике. После окончания очередного политического события волна публикаций сразу же спадает.

Событиями периода, за который сделана выборка публикаций, повысившими внимание СМИ к арктической тематике, стали Международные форумы «Арктика: настоящее и будущее»² (Санкт-Петербург, 10–12 декабря 2020 г.) и «Дни Арктики и Антарктики в Москве»³ (Москва, 25–27 ноября и 3 декабря 2020 г.).

¹ Указ Президента Российской Федерации «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации» (с изменениями на 5 марта 2020 года). Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/499093267?section=text> (дата обращения 18.04.2021)

² <http://www.forumarctic.com> (дата обращения 29.04.2021)

³ <http://arctic-days.ru/> (дата обращения 29.04.2021)

3. Тематическая неравномерность и невысокая представленность социальной тематики. По итогам анализа 500 медиатекстов, опубликованных с января 2020 по апрель 2021 гг., получены следующие результаты:

- 32 % – публикации по тематике сырьевого потенциала Арктики;
- 29 % – статьи о научных исследованиях;
- 19 % – тексты о геополитике и национальной безопасности;
- 14 % – экологическая тематика и публикации о климатических изменениях;
- 6 % – социальная тематика.

Статистика свидетельствует, что социальная тематика, поставленная во главу последнего Указа, на данном этапе пока не нашла отражения в медиаконтенте. Это – проблема далеко не сегодняшнего дня. В начале нулевых, как уже было упомянуто выше, ее присутствие обозначалось тремя–пятью процентами. Обратимся к более свежему анализу арктических медиа, опубликованному в конце 2019 г.¹ Здесь социальная тематика занимает восьмое место из девяти. В нашем исследовании, проводимом фактически год спустя, приоритеты не изменились: социальные вопросы составляют лишь 6 % от общего объема медиатекстов.

Приведем несколько примеров заголовков наиболее типичных публикаций социальной тематики:

1. «10 малочисленных народов Севера» – Neftegaz.ru, май, 2020;
2. «Их дело – помогать» («На Чукотке в отрасли социальной поддержки населения трудятся почти 500 человек – это сотрудники Департамента социальной политики и трех учреждений социального обслуживания, включая отделы соцподдержки населения в районах и Анадыре») – «Крайний Север», июнь, 2020;
3. «Эксперты: реализация стратегии развития якутской Арктики повысит качество жизни северян» – ТАСС, август, 2020;
4. «Костюмы и кухню Коми представили на фестивале «Россия – созвучие культур»» – «КомиИнформ», август, 2020;
5. «Для полезного досуга. Теперь в Североморске-3 есть собственный спортивно-игровой комплекс: в этом году рядом с кортом для активных игр была обустроена и детская площадка» – «Североморские вести», октябрь, 2020;
6. «Метр за метр. Ямальцам из «авариек» компенсируют покупку квартир в любом регионе» – «Российская газета», декабрь, 2020;
7. «Минвостокразвития поделился планами по развитию туризма в Арктике» – «Национальный акцент», декабрь 2020;
8. «В Коми «арктические гектары» начнут выдавать с августа» – «Деловой Петербург», март, 2021;
9. «Компания «Северная звезда» первой из резидентов Арктической зоны приняла стандарт ответственности при взаимодействии с коренными народами» – Инвестиционный портал Арктической зоны России, март, 2021;
10. «Михаил Мишустин утвердил программу государственной поддержки традиционной хозяйственной деятельности коренных народов» – «Заполярная правда», апрель, 2021.

Данные примеры показывают, что публикации по социальной тематике отличаются большим разнообразием охваченных проблем и вопросов. Среди них есть публикации о жилищном и социальном обеспечении, качестве жизни, туризме, образовании, культуре и тради-

¹ Арктика в зеркале СМИ. Информационно-аналитический центр Государственной комиссии по вопросам развития Арктики от 17.09.2019. Дайджест. Режим доступа: <https://arctic.gov.ru/wp-content/uploads/old-digests/47%20-%2017.09.2019%20Арктика%20Дайджест%20СМИ.pdf> (дата обращения 20.04.2021)

циях народов Севера. Однако крайне малая встречаемость социальных медиатекстов в общем потоке публикаций говорит о том, что потенциал данной темы в настоящее время недостаточно раскрыт в современной арктической журналистике.

3. Низкая эмотивность медиатекстов. По сравнению с предшествующими периодами развития арктического информационного дискурса (см., напр., [Булатова, 2016]), современные медиатексты отличаются нейтральной в эмоциональном плане подачей контента. Трансляция агрессивно заряженных новостей обладает большим уровнем воздействия на аудиторию и позволяет таким образом интерпретировать события, управляя восприятием аудитории и навязывая ей положительную или отрицательную оценку. Однако сегодня стилистически окрашенная лексика в основном уступила место сухому, взвешенному освещению событий и фактов. Так, в 30 материалах на социальную тематику, исследованных методами контент-анализа, экспрессивно окрашенной лексики (негативной или позитивной) обнаружить не удалось.

4. Преобладание сообщений информационного характера. Жанровое разнообразие сегодняшнего арктического дискурса крайне скудно. Подавляющее большинство материалов подано в жанре информационной заметки (не более 500 слов), отличается сухостью и безэмоциональностью изложения. Почти полное отсутствие аналитических материалов может свидетельствовать о нежелании авторов всерьез подойти к вопросам разрешения непростых арктических проблем.

5. Отсутствие коммуникативных стратегий. Если дискурс федеральных изданий в основном складывается на основе текущей государственной политики по региону и ориентируется на максимальный охват аудитории, то тематика местных изданий, как правило, локальна, узка и предназначена для неширокой читательской группы.

Собственные корреспонденты «на местах», как правило, дистанцируются от локальных проблем, тогда как местные журналисты, погруженные в реальность, не могут «поднять тему» из-за узости редакционной политики изданий. Образно говоря, слишком широкие мазки кисти первых и слишком узкие, незаметные, вторых не могут создать единого полотна, в нашем случае – стратегии.

Сетевые издания, особенно информагентства федерального значения (ТАСС, РИА «Новости», Russia Today и пр.), представляют собой мощный информационный ресурс, располагающий разветвленной сетью корпунктов, технических средств и источников информации. Но разрозненная структура тематических подач не позволяет говорить о каких-либо реальных стратегиях.

То же можно отнести и к специализированным научным ресурсам, которые, в отличие от информационных агентств, обладают глубоким подходом в освоении тематик. В данном случае, глубина проработки в сочетании с тематической узостью подачи материала также не создают эффекта коммуникативного воздействия, и, как следствие, целостного медиаобраза Арктики.

6. Явочный характер публикаций. Отсутствие ясно выраженной «повестки дня» не может обеспечить создания полноценной информационной картины арктического мира. Поэтому большая часть материалов, составляющих корпус информационного дискурса, носит явочный, неконцептуальный характер.

ВЫВОДЫ

Сетевые информационные ресурсы рассматриваются сегодня как наиболее эффективный инструмент медиатизации пространства. Однако, в результате стихийного подхода сетевых информационных ресурсов к формированию медиаобраза Арктики, возникает дисбаланс как информационного покрытия, так и освещения социальной тематики в сравнении с другими тематическими направлениями.

Проведенное исследование позволило очертить параметры стихийно складывающейся системы сетевых медиа и выявить их основные характеристики: неравномерное распределение медиатекстов по территории Арктической зоны, волнообразную частотность, тематическую неравномерность, преобладание сообщений информационного характера, а также низкую эмотивность медиатекстов, отсутствие коммуникативных стратегий и явочный характер публикаций. Активность СМИ не скоординирована, какие-либо информационные стратегии в настоящее время отсутствуют. Формирование медиаобраза Арктики средствами сетевых ресурсов происходит преимущественно стихийно, подчиняясь скорее сиюминутным интересам конкретного редакционного менеджмента.

Статистика свидетельствует, что социальная тематика, поставленная во главу Указа Президента РФ «Об Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 г.», в настоящее время пока не нашла должного понимания ни у тех, кто реализует столь масштабный проект, ни у тех, кто формирует образ Арктики в представлении граждан страны.

Проведенный анализ публикаций на социальную тематику выявил весьма однобокий подход к формированию тематического корпуса медитекстов. Так, подавляющее большинство материалов подготовлены в жанре информационной заметки, отсутствуют аналитические публикации, далеко не все направления социальной политики находят свое отражение. Отсутствие аналитических материалов может свидетельствовать о нежелании авторов публикаций всерьез подойти к разрешению непростых арктических проблем.

Таким образом, медиаобраз Арктики, создаваемый сетевыми информационными ресурсами, к настоящему моменту не вполне отвечает потребностям и вызовам современности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдонина Н.С., Долгобородова С.О. Проблема освоения Арктики в государственном медиадискурсе России: на примере «Российской газеты», официального издания Правительства РФ. Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. С. 735–746.
2. Арктика в фокусе медиа: Материалы участников круглого стола в рамках Международного научно-практического форума «СМИ в современном мире. Петербургские чтения». М.: Издательские решения, 2019. 22 с.
3. Бадина С.В., Панкратов А.А., Янков К.В. Проблемы транспортной доступности изолированных населенных пунктов европейского сектора Арктической зоны России. ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: Материалы Междунар. конф. М: Издательство Московского университета, 2020. Т. 26. Ч. 1. С. 305–317. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-1-26-305-317.
4. Бекуров Р.В., Данилова Ю.С. Арктическая журналистика: к вопросу о содержании понятия. В кн.: Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения, 2019. С. 331–333.
5. Булатова Е.И. Средства вербальной агрессии как инструмент информационных войн (на примере Арктического медиадискурса). Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 8. Ч. 1 (62). С. 88–91.
6. Голдин В.И. Арктика в международных отношениях и геополитике в XX – начале XXI века: вехи истории и современность. Международные отношения и геополитика в Арктике. 2011. № 2. С. 22–34.
7. Грибок М.В. Особенности освещения в СМИ проблемы загрязнения воздуха в городах России. ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: Материалы Междунар. конф. М: Издательство Московского университета, 2020. Т. 26. Ч. 1. С. 94–104. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-1-26-94-104.
8. Долгобородова С.О., Авдонина Н.С. Репрезентация арктической темы в медиадискурсе: интерпретационный анализ. Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова, 2019. № 5 (73). С. 77–92.

9. *Ерофеев С.В.* Становление профессии интернет-журналиста на рубеже XX–XXI вв. дисс. ... канд. филол. наук, М., 2011. 82 с.
10. *Жигунов А.Ю.* Арктика в российских медиа: проблематика и тематические доминанты. Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 3. С. 97–107.
11. *Журавель В.П.* Вопросы социального развития в Арктической зоне РФ: состояние и перспективы. Россия: тенденции и перспективы развития. XI Международная научно-практическая конференция «Регионы России: стратегии развития и механизмы реализации приоритетных национальных проектов и программ». Курск, 5–6 июня, 2020. С. 447–450.
12. *Замятина Н.Ю., Пилясов А.Н.* Новое междисциплинарное научное направление: арктическая региональная наука. Регион: экономика и социология. 2017. № 3. С. 3–30.
13. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Гиперборея, Кучково поле, 2007. 464 с.
14. *Чижик А.В.* Сетевые коммуникации: вопрос влияния новых медиа на формирование общественного мнения. Коммуникология. 2017. Т. 5. № 3. С. 55–69.
15. *Pincus R., Ali S.H.* Have you been to 'The Arctic'? Frame theory and the role of media coverage in shaping Arctic discourse. *Polar Geography*. 2016. V. 39. No. 2. P. 83–97.
16. *Wilson Rowe E.* A dangerous space? Unpacking state and media discourses on the Arctic. *Polar Geography*, 2013. V. 36. No. 3. P. 232–244.

REFERENCES

1. *Avdonina N.S., Dolgoborodova S.O.* The problem of Arctic development in the State media discourse of Russia: on the example of "Rossiyskaya Gazeta", the official publication of the Government of the Russian Federation. *Questions of the theory and practice of journalism*. 2019. V. 8. No. 4. P. 735–746. (in Russian).
2. *Badina S.V., Pankratov A.A., Yankov K.V.* Transport accessibility problems of the isolated settlements in Russian European Arctic zone. *InterCarto. InterGIS. GI support of sustainable development of territories: Proceedings of the International conference*. Moscow: Moscow University Press, 2020. V. 26. Part 1. P. 305–317. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-1-26-305-317. (In Russian).
3. *Bekurov R.V., Danilova Yu.S.* Arctic journalism: on the question of the content of the concept. In *Media in the modern world*. 58th St. Petersburg Readings, 2019. P. 331–333. (in Russian).
4. *Bulatova E.I.* Means of verbal aggression as a tool of information wars (on the example of the Arctic media discourse). *Philological sciences. Questions of theory and practice*. 2016. No. 8. Part 1 (62). P. 88–91. (in Russian).
5. *Chizhik A.V.* Network communications: the question of the influence of new media on the formation of public opinion. *Communicology*. 2017. V. 5. No. 3. P. 55–69. (in Russian).
6. *Dolgoborodova S.O., Avdonina N.S.* Representation of the Arctic theme in the media discourse: an interpretative analysis. *Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov*. 2019. No. 5 (73). P. 77–92. (in Russian).
7. *Erofeev S.V.* Formation of the profession of an Internet journalist at the turn of the XX–XXI centuries. diss. ... candidate of Philological Sciences, Moscow, 2011. 82 p. (in Russian).
8. *Goldin V.I.* The Arctic in International Relations and Geopolitics in the XX – early XXI century: milestones of history and modernity. *International relations and Geopolitics in the Arctic*. 2011. No. 2. P. 22–34. (in Russian).
9. *Gribok M.V.* Features of media coverage of air pollution problems in Russian cities. *InterCarto. InterGIS. GI support of sustainable development of territories: Proceedings of the International conference*. Moscow: Moscow University Press, 2020. V. 26. Part 1. P. 94–104. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-1-26-94-104. (In Russian).
10. *McLuhan M.* Understanding Media: external extensions of man. М.: Hyperborea, Kuchkovo polye, 2007. 464 p. (in Russian).

11. *Pincus R., Ali S.H.* Have you been to ‘The Arctic’? Frame theory and the role of media coverage in shaping Arctic discourse. *Polar Geography*. 2016. V. 39. No. 2. P. 83–97.
 12. The Arctic in the focus of media: Materials of the participants of the round table within the framework of the International Scientific and Practical Forum “Mass Media in the modern world. Petersburg Readings”. Moscow: Publishing Solutions, 2019. 22 p. (in Russian).
 13. *Wilson Rowe E.* A dangerous space? Unpacking state and media discourses on the Arctic. *Polar Geography*. 2013. V. 36. No. 3. P. 232–244.
 14. *Zamyatina N.Yu., Pilyasov A.N.* New interdisciplinary scientific direction: Arctic regional science. *Region: Economics and Sociology*. 2017. No. 3. P. 3–30. (in Russian).
 15. *Zhigunov A.Yu.* The Arctic in Russian media: problematics and thematic dominants. *Society. Communication. Education*. 2020. V. 11. No. 3. P. 97–107. (in Russian).
 16. *Zhuravel V.P.* Questions of social development in the Arctic zone of the Russian Federation: state and prospects. Russia: trends and prospects of development. XI International Scientific and Practical Conference “Regions of Russia: development strategies and mechanisms for implementing priority national projects and programs”, Kursk, June 5–6, 2020. P. 447–450. (in Russian).
-