

На правах рукописи

ХУДЯКОВА АНАСТАСИЯ ВИКТОРОВНА
ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА СЕЛЬСКОЙ
ТЕРРИТОРИИ КРАЙНЕГО СЕВЕРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТЬЮ
(НА ПРИМЕРЕ РАЙОНОВ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2016

Работа выполнена на кафедре печатных СМИ
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

Научный руководитель: **Черняк Александр Викентьевич**
доктор исторических наук, профессор, профессор
кафедры печатных СМИ ФГБОУ ДПО «Академия
медиаиндустрии», Заслуженный работник
культуры РФ (журналистика)

Официальные
оппоненты: **Горохов Владимир Маркович**
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью факультета журналистики
ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»

Валовая Мария Дмитриевна
доктор экономических, кандидат филологических
наук, профессор кафедры таможенного дела и
Евразийской интеграции Международной школы
бизнеса и мировой экономики ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет имени
Г.В. Плеханова»

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Мурманский арктический
государственный университет»**, кафедра
культурологии и межкультурных коммуникаций,
теории языка и журналистики Социально-
гуманитарного института

Защита диссертации состоится 22 сентября 2016 г. в 15.00 на
заседании диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГБОУ ДПО
«Академия медиаиндустрии» по адресу: 127561, г. Москва, ул. Октябрьская,
д. 105, корп. 2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ
ДПО «Академия медиаиндустрии» по адресу: 127561, г. Москва, ул.
Октябрьская, д. 105, корп. 2, ком. 805.

Автореферат диссертации размещен на сайтах <http://www.ipk.ru> и
<http://vak.ed.gov.ru>.

Автореферат разослан _____ 20__ г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук

В.М. Латенкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Территория Крайнего Севера, к которой относятся и исследуемые диссертантом Лешуконский, Мезенский, Пинежский и Соловецкий районы Архангельской области, – это примерно треть площади всей России. О необходимости их эффективного использования во благо интересов местного населения и страны в целом говорится в «Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2020 года и дальнейшую перспективу». Документом определены главные цели, основные задачи, стратегические приоритеты и механизмы реализации этой политики. Среди них отмечаются:

« ... г) освещение в средствах массовой информации вопросов, связанных с национальными интересами Российской Федерации в Арктике, включая организацию выставок, конференций, круглых столов, посвященных истории освоения Арктики российскими исследователями, в целях формирования позитивного имиджа России;

д) организация системного мониторинга и анализа реализации государственной политики Российской Федерации в Арктике».

Начавшиеся в конце XX столетия реформы в силу ряда объективных и субъективных причин не способствовали социально-экономическому развитию районов Крайнего Севера. Высокий уровень безработицы, массовая миграция, снижение рождаемости, ограничение доступа к образовательным и медицинским услугам – эти ключевые проблемы остаются нерешенными здесь и в настоящее время. Импульсом для возрождения села могут стать капиталовложения, которые отчасти возможны благодаря арктическим проектам. В то же время инвесторы должны быть уверены в привлекательности территории и видеть свои перспективы. Именно это диктует необходимость вести активно и целенаправленно работу по созданию положительного образа региона.

Саморепрезентация Крайнего Севера Архангельской области и грамотно продуманная стратегия формирования его образа способны повлиять на инвестиционное и экономическое развитие края, улучшить качество жизни местного населения. Позитивный образ территории призваны целенаправленно создавать региональные и местные СМИ, которые хорошо знают экономические, социально-психологические и культурные особенности сельского сообщества. Вместе с тем при подготовке материалов журналисты не в полной мере используют главное богатство края – интеллектуальные возможности местных жителей, фольклор (предания, легенды, рассказы, песни и др.), в котором содержится характеристика богатств края, воспоминания о выдающихся земляках. Образ территории в первую очередь – это люди, именно они своим трудом развивают экономику, образом жизни и коммуникативным поведением формируют мнение не только о своей малой родине, но и о стране в целом.

Таким образом, на основе вышеизложенного определена актуальность данной диссертации.

Степень научной разработанности темы исследования.

Социальную сущность и функции СМИ исследовали Е.П. Прохоров, В.В. Ворошилов, О.В. Аронсон, Э. Пратканис, Л.А. Поелуева, П.Н. Полосин, А.В. Черняк, иностранные ученые Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон и др. Научное обоснование создания привлекательного имиджа и его продвижения изучали Е.Б. Перельгина, Г.Г. Почепцов, А.А. Деркач, А.Н. Чумиков, В.М. Горохов, М.Д. Валовая, О.М. Калиева и др. Растет интерес к имиджу и у психологической науки, среди исследователей в этой сфере можно отметить В.М. Шепеля, Д.А. Леонтьева, Г.М. Андрееву и др. Роль СМИ в жизни российского общества рассматривали О.А. Феофанов, И.М. Дзялошинский, А.А. Грабельников, У. Липпман, Л.Н. Кислая, Ю.Д. Гранин, Е.А. Смирнова и др. При исследовании формирования имиджа

территорий диссертантом были изучены труды по теории и истории журналистики Я.Н. Засурского, В.М. Березина, Л.А. Кохановой, А.А. Калмыкова, Л.А. Речицкого и др.

Внутренний и внешний имидж России изучали Э.А. Галумов, А.П. Панкрухин, Е.Н. Богдан, Т.В. Моисеева, Ю.В. Быба, И.С. Важенина, Н.Н. Медведева, А.Н. Соломатин, В.И. Беляев, С.Н. Бочаров, Е.П. Топоркова и др. А вот работы по исследованию и конструированию образа регионов страны пока немногочисленны, это работы Г.Д. Золиной, И.М. Печищева, О.В. Прасловой, Е.А. Тарановой, И.В. Варламовой, О.Н. Иванищевой.

Ценности российского общества и причины их трансформации подробно описали А.А. Зиновьев, В.С. Хелемендик и др. Вопросам жанрового определения содержания газетных СМИ посвящены работы А.А. Тертычного, Л.Е. Кройчика, Е.Е. Прониной, Л.А. Мутовкина и др.

Объект исследования – печатные издания Архангельской области: областная газета «Правда Севера», районные газеты «Север», «Звезда», «Пинежье», журнал «Вестник Северного (Арктического) федерального университета», книги и брошюры о крае, изданные редакциями указанных газет.

Предмет исследования – тексты публикаций о создании положительного образа сельской территории Крайнего Севера Архангельской области, который пропагандируется и закрепляется в массовом сознании читательской аудитории региональными печатными СМИ.

Цель работы – проанализировать содержание и формы создания образа удаленной территории Крайнего Севера средствами печатных СМИ и предложить пути совершенствования и повышения эффективности этой работы (на примере районов Архангельской области, отнесенных к Крайнему Северу).

Задачи исследования:

- рассмотреть понятия «образ» и «имидж»;
- изучить научные работы по анализу создания образа территорий;
- проанализировать работу печатных СМИ Архангельской области по указанной в исследовании теме;
- раскрыть способы и пути повышения эффективности воздействия печатных СМИ на общественное мнение по проблематике диссертации;
- составить социально-экономический портрет районов Крайнего Севера Архангельской области;
- выявить специфику северной сельской территории как среды формирующей мировоззрение ее жителей;
- исследовать публикации печатных изданий и сделать вывод, как журналисты формируют у читателей представление об отечественных ценностях;
- выявить знаковые для данной местности личности и их роль в создании образа территории;
- проанализировать язык и стиль материалов СМИ, которые создают позитивный образ территории;
- проанализировать жанровые особенности публикаций;
- выявить специфику саморепрезентации края в устных рассказах, записанных диссертантом от местных жителей;
- сравнить образ сельских районов Архангельской области, отнесенных к Крайнему Северу, создаваемый в народе и в печатных СМИ;
- предложить способ совершенствования авторских приемов создания образа края путем публикаций в печати воспоминаний об известных земляках.

Гипотеза исследования. Во-первых, значительную роль в создании позитивного образа территории играют местные печатные СМИ. И, во-вторых, репрезентативный образ районов Крайнего Севера создают сами

жители, рассказывая собеседникам при межличностном общении о своей малой родине. Записанные диссертантом рассказы – это ответы респондентов на вопрос о том, чем дорого им место проживания. Тем самым северяне стремятся вызвать интерес к своему краю. При этом образ территории, формируемый средствами массовой информации, создается целенаправленно, а в массовом сознании – произвольно.

Теоретико-методологические основания исследования. Для формирования теоретико-методологической базы исследования использовались подходы, разработанные представителями журналистики, филологии, фольклористики, этнологии, антропологии, культурологии, психологии, социологии и социальной философии в применении к современному социуму.

Для изучения эмпирического материала использовались лингвистический метод анализа материалов и метод контент-анализа. Для проведения социально-экономического анализа региона использовались работы по исследованию северных территорий по изучению понятий центр / периферия и научные разработки по изучению локальных сообществ. Для изучения специфики саморепрезентации края в устных рассказах и сравнения образа Крайнего Севера, создаваемого народом и прессой, использовались социологические исследования и опрос диссертантом местных жителей.

Эмпирическую базу диссертации составили:

- федеральные законы, нормативно-правовые акты, региональные программы о развитии северных территорий;
- публикации областной газеты «Правда Севера», районных газет «Север», «Звезда», «Пинежье», журнала «Вестник Северного (Арктического) федерального университета», а также книги, буклеты и брошюры о крае, изданные редакциями районных газет;
- устные рассказы, записанные диссертантом.

Хронологические рамки: 1990-2016 годы.

Научная новизна исследования:

- впервые проведен анализ региональных и местных печатных СМИ, создающих положительный образ сельской территории Крайнего Севера (на примере Архангельской области);

- доказано, что образ края формируется в первую очередь на основе представлений о местном сообществе;

- сформулированы основные особенности северных сельских территорий, связанные с историей освоения Севера, природно-климатическими условиями, историческим укладом жизни, спецификой природных ресурсов и особенностями туризма;

- впервые исследованы печатные СМИ районов Крайнего Севера (на примере Архангельской области) и сделан вывод, какое представление об отечественных ценностях они формируют;

- впервые представлен сравнительный анализ особенностей воздействия печатных СМИ и устных рассказов местного сообщества на формирование положительного образа северной сельской территории;

- обоснована возможность применения предложенных диссертантом рекомендаций по созданию положительного образа районов Крайнего Севера Архангельской области к другим северным территориям России.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Изучение образа сельской территории Крайнего Севера может стать более продуктивным благодаря междисциплинарному подходу с применением методов таких наук как журналистика, филология, фольклористика, этнология, антропология, культурология, психология, социология и социальная философия.

2. Начавшиеся в РФ в конце XX столетия реформы существенным образом отразились на мировоззрении и настроении российского общества, привели к необходимости более активного развития территорий.

Этим можно объяснить потребность в активном создании их привлекательного образа.

3. Сельская территория Крайнего Севера – это особая общность, специфика которой обусловлена суровыми климатическими условиями, удаленностью от столицы и областного центра, консерватизмом мышления и особенностями традиционного уклада жизни. При изучении образа необходимо учитывать географические, исторические, социально-психологические, культурные особенности населения.

4. Переход российского общества к рыночной экономике обусловил существенные сдвиги в ценностных представлениях и поведении различных групп населения, которые нашли отражение в печатных СМИ.

5. Создание позитивного образа исследуемых районов сначала происходило произвольно (как противопоставление себя жителями Крайнего Севера по отношению к развитой территории – столице – с помощью рассказов о том, чем славится их место проживания). В настоящее время в этот процесс включились и местные печатные СМИ.

6. Положительный образ края конструируют материалы печатных СМИ о местном сообществе. Через образы простых людей и героев пропагандируются традиционные для России ценности. Люди – это «лицо» территории, именно они создают мнение о малой родине.

Теоретическая значимость работы. Диссертационная работа в целом содержит общие методологические предпосылки анализа положительного образа сельской территории Крайнего Севера и может положить начало специальным исследованиям по данной проблематике. Автором впервые анализируются печатные издания Архангельской области с точки зрения формирования и продвижения национальных духовно-нравственных ориентиров. Проведен анализ печатных средств массовой информации

региона после распада СССР и выявлена специфика отражения традиционных ценностей в региональной прессе.

Практическая значимость работы. Выводы по диссертации могут использоваться для принятия управленческих решений по созданию положительного образа других сельских территорий Крайнего Севера РФ. Но в первую очередь результаты можно применить для повышения эффективности работы местных СМИ по формированию положительного образа данной территории и для совершенствования проводимой в исследуемом районе социальной политики. Также полученные результаты могут применяться при чтении спецкурсов для студентов-филологов, журналистов, менеджеров и специалистов государственного управления.

Филологический характер исследования обусловлен тем, что в нем изучены тексты региональной печати районов Крайнего Севера Архангельской области, их содержательно-графические модели. Диссертантом проанализирована жанровая палитра публикаций и сделан вывод, что указанные издания отдают предпочтение информационным жанрам: сообщениям о работе органов власти, новостным сообщениям, заметкам, письмам читателей, репортажам. Проанализированы языковые и стилистические приемы, которые используются в печатных СМИ региона. Рассмотрены также средства выразительности, которые используют журналисты местных изданий.

Впервые сделан сравнительный анализ публикаций, создающих положительный образ районов Крайнего Севера Архангельской области, и устных рассказов, записанных диссертантом от жителей региона.

Апробация работы. Основные выводы и положения диссертации были представлены в докладах на научных конференциях регионального, всероссийского и международного уровней, применялись автором в профессиональной сфере, а также были опубликованы в сборниках научных трудов.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем 182 страницы печатного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновываются основные положения работы, в частности, ее актуальность, цели, задачи, методология и научная новизна, положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость исследования.

В первой главе «Формирование положительного образа территории – необходимость ее развития» для предложения механизма дальнейшего развития исследуемой местности рассматриваются понятия «образ» и «имидж» территории. Дается социально-географическое описание районов Крайнего Севера, исследуются их социально-экономические проблемы, отмечаются потенциальные факторы развития края.

В параграфе 1.1 «Понятия «образ» и «имидж» в развитии научных концепций» эти термины рассматриваются с точки зрения литературоведения, имиджелогии, экономики, психологии и ряда других наук. Отмечается, что среди авторов нет четкого деления понятий «образ» и «имидж». В настоящем исследовании диссертант берет за основу и использует понятие «образ». Проблема создания положительных образов регионов с каждым годом становится все актуальнее. Автору представляется, что сегодня задача по продвижению «правильного» территориального образа должна выходить на первый план в целях привлечения новых ресурсов для своего развития. Поэтому встает вопрос, какие каналы для этого необходимо использовать. Анализ показывает, что местные СМИ хорошо знают социально-экономические особенности региона, психологические и культурные особенности сообщества, на

территории проживания которого они распространяются. А это значит, их опыт и возможности необходимо использовать в плановой работе по повышению статуса края.

В параграфе 1.2 «Районы Крайнего Севера Архангельской области – часть социально-экономического пространства России» констатируется, что они составляют почти треть территории нашей страны, куда входят 27 субъектов РФ (6 республик, 3 края, 10 областей и 8 автономных округов). Необходимость их дальнейшего развития в качестве первоочередной задачи поставлена в «Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2020 года и дальнейшую перспективу». Эту задачу еще раз подчеркнул Президент РФ В.В. Путин на состоявшейся в сентябре 2015 года в столице исследуемого региона – г. Архангельске – международной научной конференции.

В исследовании отмечается, что в настоящее время северные территории требуют решения целого ряда социально-экономических проблем. В первую очередь, это поиск развития возможностей местных промышленных и сельскохозяйственных производств, повышение качества жизни населения. К примеру, большая часть только Архангельской области состоит из районов Крайнего Севера, которые включают и арктическую зону. Северный старейший экономический регион России превышает самые крупные европейские страны: Францию, Испанию, Швецию. Большинство муниципальных образований Архангельской области – сельские поселения, которые крайне нуждаются в коренной модернизации всех сфер жизни.

Устанавливается, что к самым северным территориям России, входящим в Архангельскую область, на 1 января 2016 года относятся г. Северодвинск (и подчиненные его администрации населенные пункты) и районы: Соловецкий (Соловецкие острова), Мезенский, Лешуконский, Пинежский. Указанные районы – территории сельского типа.

Диссертантом рассмотрены их социально-экономические особенности и сделан вывод, что, несмотря на труднодоступность, притягательный образ Соловков не нуждается в целенаправленном продвижении и рекламе. Однако создание положительного образа необходимо для трех других районов Крайнего Севера Архангельской области. Поскольку образ рассчитан на привлечение инвесторов и туристов, то диссертант считает, что наиболее перспективным для этой цели является Пинежский район. В то время как Мезенский и Лешуконский районы труднодоступны как для туристов, так и для развития промышленности, сельского хозяйства. Еще в 2004 году на заседании Президиума Госсовета РФ В.В. Путин подчеркивал, что надо говорить не о Севере вообще, он многообразен по своим социально-экономическим и климатическим условиям. Необходима грамотная разработанная политика на северных территориях нашей страны, которая позволит реализовать потенциал, заложенный там самой природой, и трудом нескольких поколений наших сограждан¹. Этим диссертант объясняет основной упор в изучении роли прессы по формированию положительного образа на Пинежский район. Он специализируется на лесозаготовках, сельскохозяйственном производстве, рекреационной и туристической деятельности. Развитие экономики края требует немалых инвестиций. Чтобы их привлечь, нужно создавать положительный образ края, акцентируя внимание на неповторимости местности и незаурядных качествах проживающих там людей.

В состав муниципального образования «Пинежский муниципальный район» входят 15 поселений, которые включают 124 населенных пункта. В исследовании обозначены социально-экономические проблемы края и

¹ Вступительное слово на заседании президиума Государственного совета по вопросам государственной политики в отношении северных территорий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/22442> (дата обращения: 15.04.2016).

вместе с тем выделяются позитивные факторы, которые отличают район от ряда других. Их нужно учитывать при формировании положительного образа территории. Исследование позволило сделать вывод, что пинежанам есть что показать. Об этом свидетельствуют отзывы, оставленные туристами на интернет-форумах и в социальных сетях.

Пинежье называют одним из родников Русского Севера. Это родина святого праведного Артемия Веркольского и святого праведного Иоанна Кронштадтского (25-летие его канонизации православный мир масштабно отметил в июне 2015 года), советского писателя Федора Абрамова и многих других известных людей. Здесь отбывали ссылку фаворит царицы Софьи князь Василий Голицын, писатель Александр Грин, один из первых маршалов Советского Союза Климент Ворошилов и др. В районе сохранились достопримечательности, связанные с ними.

На территории района располагаются 94 памятника архитектуры, в том числе федерального значения, создано 6 заказников. В пинежских деревнях сохранились старинные бревенчатые дома с фигурами коней на крышах, сделанные местными умельцами еще в XVIII веке. Именно такие удаленные места России продолжают оставаться очагами духовности, сохранения нравственных ценностей. Из таких мест вышли многие выдающиеся личности. Самый яркий пример – М.В. Ломоносов – родившийся в соседнем с Пинежским районом – Холмогорском той же Архангельской области. Автору представляется, что наличие редчайших природных и культурных объектов, трудолюбие местного населения делают пинежский край конкурентоспособным на туристическом рынке при наличии соответствующего уровня сервиса. Отмечается, что работа по созданию положительного образа Пинежья требует совершенствования. Особенно сейчас, когда все меньше жителей России из-за санкций и экономического кризиса проводят отдых за границей.

Диссертантом установлено, что в районе разработана целевая программа по развитию экономики, туризма и считает, что такие программы нужно разработать и реализовывать и в других регионах. В связи с потребностью создания положительного образа края на районную печать возлагается более активная и целенаправленная пропаганда идей, способствующих узнаваемости и запоминаемости сельских территорий.

Во второй главе «Медийный образ районов Крайнего Севера в информационном пространстве» диссертантом проводится мониторинг печатных средств массовой информации Архангельской области. Особое внимание обращается на печатные СМИ, в которых публиковались материалы о данной территории, чтобы выяснить, какой образ они представляют своей аудитории.

В параграфе 2.1 «Положительный образ районов Крайнего Севера на страницах региональных печатных СМИ» исследуются средства массовой информации северного региона. Анализ печатных СМИ показал, что самые многотиражные на сегодня в Архангельске – областная газета «Правда Севера», городская газета «Архангельск». Ряд СМИ не относятся к областной печати, но пишут об исследуемых нами районах Крайнего Севера. Определено, что старейшее издание региона – областная газета «Правда Севера» – ровесница революции, выходит два раза в неделю. Газета сообщает о текущих событиях в Архангельской области, публикуя в том числе аналитические статьи и комментарии, обзоры по социально-экономическим вопросам, а также материалы о культурной и спортивной жизни. Издание имеет сайт.

Читательская аудитория «Правды Севера» – органы власти различных уровней, руководители предприятий, бизнес-сообщества, жители Архангельской области. Проведенное исследование позволило сделать вывод, что издание внесло определенный вклад в сохранение и развитие Соловецкого архипелага. Анализ показал, что газета проделала

большую работу в этом направлении, неоднократно призывая уделять внимание их поддержке.

Пинежский район находится на втором месте по количеству публикаций в областной газете, посвященных темам сельских территорий Крайнего Севера. Но таких публикаций гораздо меньше, чем о Соловках, что вполне объяснимо. А Мезенский и Лешуконский вообще представлены эпизодически.

Анализ показал, что чаще других встречаются материалы о культурной жизни Пинежья. Большинство публикаций 1990-х годов посвящено творчеству писателя Федора Абрамова. В газете печатались материалы о прототипах героев его произведений – их дальнейшей судьбе после выхода в свет произведений писателя, также встречаются интервью с женой Людмилой Крутиковой-Абрамовой, заметки с «абрамовских посиделок», эпизоды из произведений писателя с фотографиями северян. Публикаций, связанных с пинежским святым Иоанном Кронштадтским, в советское время почти не было. Как показал анализ газеты, в 2000 году она не обошла вниманием подготовку северян к 25-летию канонизации святого, к принятию трех тысяч паломников и гостей.

В системе региональных СМИ диссертантом обозначена роль научного журнала «Вестник Северного (Арктического) федерального университета». Он печатает материалы преимущественно об Архангельской области. Первичная читательская аудитория издания – научное сообщество. Ученые и аспиранты публикуют в нем свои научные труды и знакомятся с публикациями других исследователей, таким образом распространяя информацию о Крайнем Севере. И эта информация особенно ценна, поскольку идет от научного сообщества и доверие к ней со стороны читателей больше.

Исследование показало, что еще в XIX веке далекий край оказался в центре внимания научного и журналистского сообщества благодаря

статьям по истории и этнографии Севера известного в то время этнографа П.С. Ефименко. В XX веке на Пинежье постоянно проходили этнографические и фольклорные экспедиции Государственного института истории искусств, МГУ имени М.В. Ломоносова, РГГУ и др.

В XXI веке в условиях перехода к рынку, развития новых технологий и коммуникаций, резко упали тиражи печатных изданий. Это повлияло на читательскую аудиторию, но не лишило людей информации. С появлением Интернета издания создали свои сайты, открыли страницы в социальных сетях. Редакции местных изданий стали активно издавать буклеты, альбомы, туристские путеводители, книги о районе с последующей их презентацией. Так, в издательстве газеты «Правда Севера» вышел сборник путевых очерков местного журналиста Л.И. Невзорова «Таежный запой».

Профессор Северного (Арктического) федерального университета (г. Архангельск) В.В. Голдин издал книгу «Пинега: река и люди...». Эта книга – итог 25 лет байдарочных походов по реке Пинеге. В марте 2016 года в Архангельске состоялась презентация издания, на которой его автор рассказал сотрудникам университета и просто горожанам о крае. Значительная часть вечера была уделена выступлениям творческих коллективов, которые познакомили собравшихся с народной культурой края. На встрече звучали песни, сказки. Все это, безусловно, расширяет возможности СМИ по созданию положительного образа сельских территорий районов Крайнего Севера.

Таким образом, работа по продвижению положительного образа районов Крайнего Севера ведется. Но направления пока не многочисленны, в частности, нет системной работы по реализации потенциала северных территорий. Установлено, что областная газета практически не обращалась к проблемам обеспечения и развития взаимовыгодного сотрудничества региона с соседними приарктическими государствами в деле защиты природной среды, рационального

природопользования, развития экологически безопасных видов туризма, сохранения биологического разнообразия арктической флоры и фауны.

В параграфе 2.2 «Районные газеты «Север», «Звезда», «Пинежье» как средство формирования образа края» подробно рассматриваются публикации в местной периодике. Диссертантом отмечается, что формирование представлений о привлекательности проживания на Севере и создание его позитивного образа – одна из главных задач районных изданий.

Проведенный анализ материалов газет Лешуконского, Мезенского и Пинежского районов свидетельствует о том, что они пытаются представить аудитории положительный образ сельской территории Крайнего Севера. Их презентация в медиaprостранстве реализуется через представление ряда особенностей: прежде всего, это богатства края; территории, привлекательные для инвесторов; территории для достойной жизни людей; значимые места в нашей истории; знаменитые люди, прославившие страну.

Диссертантом рассмотрен анализ этих особенностей на примере районных газет «Север», «Звезда» и «Пинежье». Поначалу подробному исследованию подверглась последняя из названных газет. Однако дальнейший сравнительный анализ районных печатных СМИ позволил сделать вывод, что у этих изданий много схожего в темах и в подаче материалов. Проведенное исследование позволило предположить, что журналисты местных печатных СМИ работают над современным образом районов Крайнего Севера. Проанализировав газетные публикации разных лет, можно сказать, что работа ведется по следующим направлениям: а) экономическое, б) социальное, в) историко-культурное, г) духовное утверждение.

Районная печать рассказывает о сообществе, на территории которого выходит, с лучшей стороны и с помощью публикаций говорит о значимых

для человечества нравственных духовных ценностях. Посредством таких публикаций газеты пропагандируют традиционные ценности: патриотизм, любовь к труду, почитание старших, взаимную помощь в сельском сообществе, сострадание, совестливость, гостеприимство, дисциплинированность, честность, семейные ценности и др.

Как свидетельствуют материалы прессы, современное общество испытывает духовный кризис. Делается попытка пересмотреть закладываемые веками традиционные ценности. Эту проблему нельзя недооценивать. И здесь весомое слово могут сказать региональные издания.

Изучение проблемы свидетельствует, что Крайний Север издавна манил людей, привлекал, прежде всего, своим богатством, неповторимой красотой. На эти земли десятки веков назад претендовали иноземцы, новгородские и московские князья. Здесь до сих пор сохранились уникальная народная культура, традиции и обычаи предков. И носители этих исконно русских традиций – люди. Их не пугают испытания суровыми зимами, а, наоборот, усиливают в них такие черты характера как сила духа, отзывчивость, неспешность и основательность во всем. Описанная выше концепция успешного обитания на Севере составляет основу формирования его положительного образа, который продвигается на страницах районных газет Архангельской области.

Подробный анализ печатных СМИ показал, что о человеке труда (о вальщиках, сучкорубах, раскряжевщиках, доярках, телятницах, агрономах, рыбаках и многих других специалистах) в 1990-е гг. местная периодика рассказывала с помощью текстовых материалов и фотографий. Публикации о них в районной печати встречались чаще других. Анализ районных газет позволил диссертанту сделать представление об особенностях характера и поведения населения исследуемой территории. В ходе анализа выпусков печатных изданий 2000-х годов выявлено, что

публикации о работниках лесной и сельскохозяйственной отрасли края также появляются на страницах исследуемых СМИ, но уже значительно реже. Предприятия перешли в частные руки, изменилась технология лесозаготовки, в связи с чем уменьшилась потребность в человеческих ресурсах. Теперь первоочередная задача – получение прибыли с наименьшими затратами.

Значительное место в районных газетах занимают публикации о патриотизме, о героях Великой Отечественной войны и Советского Союза. Посредством таких материалов сохраняется вектор направленности на традиционные для страны ценности. Главные качества северян, отмечает районная газета, – любовь к Отечеству, доблесть и бесстрашие.

На основе анализа публикаций установлено, что одна из коренных отечественных ценностей, пропагандируемых прессой, – семья как основа первичного коллектива. Дом, семья на Руси всегда считались символом крепости коллектива, а значит, и государства. Было выявлено, что эта тема широко представлена на страницах печати – в публикациях о семейных парах, проживших в мире и согласии десятки лет, о трудовых династиях, о воспитании чужих детей как родных и т. п.

Исследование содержания материалов газет позволило выявить, что не редкость на страницах публикации, приуроченные к юбилеям жителей края. Журналисты обращают внимание на то, что северные старожилы – эталон мудрости в извечных вопросах. Сделанный диссертантом обзор материалов показал, что главный фактор их долголетия – физический труд. Выявлено, что газеты «Север», «Звезда» и «Пинежье» много внимания уделяют людям, которые живут в крае и личным примером, ежедневным трудом прославляют его. Их имена, как правило, знают жители того села или деревни, где он проживает. Наряду с этим издания также печатают материалы о выдающихся людях – уроженцах края, которые прославились за его пределами и даже страны.

Тираж районных газет в наше время невелик, но они расширяют аудиторию за счет еженедельного выкладывания архивного номера в Интернете, на сайт информационного портала Архангельской области. Выход газеты в глобальную сеть, изготовление сувениров и раздаточного материала, издание книг позволяет получить представление об истории, культуре и традициях территории для приезжающих в район. А также дает право сделать вывод, что районные журналисты ищут пути формирования положительного образа местности. Наряду с этим, анализ показал, что в создании положительного образа территории региональными СМИ нет системности. Нередко публикуемые материалы не затрагивают читательских интересов, что, естественно, не вызывает у людей должного внимания к жизни края.

В третьей главе «Совершенствование способов создания положительного образа территории» доказывается, что печать обслуживает интересы определенной аудитории. Соответственно, язык, стиль и жанры публикаций способствуют достижению этой цели.

В параграфе 3.1 «Язык и стиль публикаций региональной печати» говорится, что к новым тенденциям в развитии публицистического стиля современных российских СМИ относятся демократизация и интеллектуализация, субъективизация текстов СМИ, стилевая контаминация, связанная с активизацией влияния разговорной речи, актуализацией жаргонной и просторечной лексики, усилением оценочной направленности публицистики – так считают некоторые ученые.

Установлено, что языковые и стилистические изменения в какой-то мере коснулись и газет Мезенского, Лешуконского и Пинежского районов, но пока они еще стоят особняком от многих изменений, происходящих с русским языком. Одной из лексических особенностей местных изданий районов Крайнего Севера является употребление разговорных слов и

просторечий в прямой речи героев газетных публикаций, что добавляет своеобразный местный колорит.

Но если разговорные слова и просторечия в одной публикации используются авторами в единичных случаях, то лексика с книжной стилистической окраской и эмоционально-экспрессивные оценочные компоненты могут использоваться несколько раз в одном материале, в том числе слова с суффиксами субъективной оценки (они передают положительные эмоции о событиях и героях). Торжественно-приподнятый оттенок повествования характерен для текстов, создающих положительный образ территории. Редко встречается индивидуально-авторское словоупотребление. Журналистами используются простые двусоставные, сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, состоящие из четырех и более частей. По типам предложения – часто используются стилистически отмеченные – восклицательные.

Анализ публикаций печатных изданий позволил установить, что в лексике, морфологии, синтаксисе, а также в области текстовой организации отмечается сочетание книжности и разговорного стиля. Но это не отталкивает читателей районной газеты. Поскольку, как отмечают исследователи, местная информация пользуется большим спросом у жителей городов и сел.

Было также выявлено, что к приемам художественной выразительности, которые используются в районной газете, относятся сравнение и метафора, с их помощью журналисты описывают окружающую действительность героя, а распространенным стилистическим приемом являются эпитеты. В публикуемых материалах рекомендуется шире использовать метафоры, эпитеты, избегать «затертые» выражения и газетные штампы.

В параграфе 3.2 «Жанровые особенности публикаций» отмечается, что жанры публикаций, как и язык материалов, нацелены на

то, чтобы обратить внимание на положительные характеристики исследуемой местности и сообщества.

Установлено, что в материалах о создании положительного образа края преобладает информация о работе органов власти. При чем районная пресса извещает о событиях всех уровней власти, особенно часты публикации, связанные с работой губернатора и Архангельского областного Собрания депутатов, а также глав районов. В то же время издания не анализируют принятые решения и не контролируют ход их реализации. Газеты редко использует такие жанры, которые могли бы способствовать формированию положительного образа региона, как портретный очерк, эссе, комментарии экспертов, интервью, авторские колонки.

Было выявлено, что новости обычно даются на второй полосе, в них содержится информация о событиях в районах. Также в каждом номере газеты встречаются заметки. Печатные СМИ традиционно публикуют письма читателей. Как правило, в них выражаются благодарности другим людям, сообщается о недостатках в той или иной сфере, что также имеет отношение к формированию образа региона.

Было установлено, что представление об исследуемых районах Крайнего Севера, так и связанную с ними актуальную информацию, содержат буклеты, плакаты, путеводители и, книги местных авторов, издаваемые в ИД «Север», ИД «Звезда», ИД «Пинежье», ИД «Правда Севера» и ряде других, расположенных в Архангельске и Северодвинске. Все эти издания в большей или меньшей степени являются рекламой продукта или предоставляемых услуг. Красочные фотографии, хороший литературный язык побуждают читателя к определенному действию, в нашем случае – это должно вызвать интерес к территории с последующим ее посещением.

В параграфе 3.3 «Совершенствование авторских приемов создания образа края путем публикаций устных рассказов об известных земляках» диссертантом высказывается точка зрения, что публикация в местной периодике рассказов-воспоминаний жителей края о земляках – один из способов продвижения положительного образа исследуемой территории. В параграфе анализируется один из жанров пинежского фольклора – устные рассказы, записанные диссертантом в разных населенных пунктах района.

Отмечается, что в печатных источниках представлен разнообразный материал об интересных людях. Однако в устной народной традиции границы повествования значительно шире. И, что самое главное, устные рассказы людей о своей земле, о соотечественниках – это своего рода «сарафанное радио». Маркетинг «из уст в уста» позволяет расширить возможности по формированию положительного образа региона потребителями данного продукта. Утверждается, что распространяемым таким образом сообщениям люди, как правило, склонны доверять в большей степени. Ведь социальный маркетинг в отличие от средств массовой информации не зависит ни от источников финансирования, ни от редакционной политики, ни от других прагматичных установок руководителей. Вместе с тем, следует отметить, что СМИ публикуют материалы сложившимся публицистическим стилем, для которого характерно устранение народного языка со всеми присущими ему языковыми средствами выразительности.

Собранные на Пинежье рассказы классифицируются на группы: по профессиональным качествам (о пинежанах, которые прославились своим трудом), по физическим особенностям (о силачах и долгожителях), по магическим способностям (знахари и колдуны), по социальным ролям (о шутах и балагурах, хитрецах и простаках).

Бесспорно, их систематизация может быть гораздо шире. Обращается внимание, что у диссертанта не было цели провести полное обследование всех населенных пунктов районов Крайнего Севера, а лишь была попытка доказать, что в этой локальной группе бытуют рассказы об интересных личностях, различные по сюжетам и героям, которые СМИ практически не используют. Диссертант приходит к выводу, что в северных поселениях есть действительно выдающиеся уроженцы края, которыми по праву может гордиться не только район и Архангельская область, но и вся Россия. И такие тексты народной словесности, по мнению автора, можно записать и в других районах Крайнего Севера.

В ходе исследования определено, что, к сожалению, региональная печать редко использует фольклор в своих публикациях. И этот неиспользованный резерв, по мнению автора диссертации, может быть удачной стратегией для формирования положительного образа края.

В Заключении подводятся итоги диссертации, формулируются основные выводы исследования.

Основные положения диссертации изложены в двадцати научных статьях общим объемом 7,49 п.л. Четыре из них опубликованы в изданиях, входящих в перечень ВАК РФ.

Статьи в журналах из Перечня ведущих рецензируемых и реферируемых научных изданий ВАК:

1. Худякова А.В. Формирование имиджа территории местной печатью (на примере районной газеты «Пинежье») // Журналист. Социальные коммуникации. – 2016. – № 1-2. – С. 77-85 (0,48).

2. Худякова А.В. Рассказы жителей Пинеги о купцах Володиных: к вопросу о самопрезентации региона в устной повествовательной традиции // Вестник Поморского государственного университета. – 2010. – № 5. – С. 92-95 (0,58).

3. Худякова А.В. «На одной ноге – резиновый сапог, на другой – валенок»: специфика бытования фольклорной прозы о пинежских простачках // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 2. – С. 232-234 (0,41).

4. Худякова А.В. Географические наименования Пинеги в повествовательном фольклоре // Вестник Поморского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 63-67 (0,40).

Публикации в других научных журналах:

5. Худякова А.В. Сохранение традиционных отечественных ценностей в местной печати (на примере районной газеты «Пинежье») // Вестник электронных и печатных СМИ. – М.: Академия медиаиндустрии, 2016. – № 1 (24). – С. 144-156 (0,58).

6. Худякова А.В. Социальное самочувствие жителей северной глубинки (результаты исследования Пинежского района Архангельской области) // Путь в науку: Материалы Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Ч. 3. – Ростов-н/Д.: Изд-во «Фонд науки и образования», 2015. – С. 322-326 (0,22).

7. Худякова А.В. Влияние IT на социальное самочувствие населения // Точки роста в Евразийском союзе: бизнес, инвестиции, инновации: сб. материалов междунар. науч.-практич. конф., 26-27 марта 2015 г. В 2 ч. Ч.1: Секции 1-4. – Архангельск: Институт управления, 2015. – С. 76-78 (0,10).

8. Худякова А.В. Социальное самочувствие населения как один из критериев оценки качества оказания государственных услуг // Точки роста в Евразийском союзе: бизнес, инвестиции, инновации: сборник материалов междунар. науч.-практич. конф., 26-27 марта 2015 г. В 2 ч. Ч.1: Секции 1-4. – Архангельск: Институт управления, 2015. – С.78-81 (0,16).

9. Худякова А.В. Манящие огни чужбины // Актуальные проблемы экономики и управления: сб. материалов междунар. науч.-практич. конф.,

18 июня 2014 г. – Архангельск: Институт управления, 2014. – С. 133-140 (0,38).

10. Худякова А.В. Роль социума в создании положительного имиджа территории // Актуальные проблемы устойчивого экономического и социального развития регионов: сб. материалов 4-й междунар. науч.-практич. конф., 30 ноября 2013 г. – Махачкала: Апробация, 2013. – С. 60-63 (0,26).

11. Худякова А.В. «У нас вот здесь Володины знаменитые» (Репрезентация села Пинега в рассказах жителей) // Геокультурное пространство Европейского Севера: генезис, структура, семантика: сб. науч. ст. [материалы IV и VI Поморских чтений по семиотике культуры] вып. 5 / Отв. ред. Н.М. Терехихин. – Архангельск: С(А)ФУ, 2011. – С. 388-395 (0,57).

12. Худякова А.В. «Он, как Илья Муромец, наподобие»: пинежские силачи в воспоминаниях земляков // «Мудрости бо ти имя подадешя...»: сб. ст. к юбилею профессора Софьи Михайловны Лойтер / Сост., отв. ред. А.В. Пигин; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Карел. гос. пед. академия». – Петрозаводск: Изд-во КГПА, 2011. – С. 150-157 (0,59).

13. Худякова А.В. Известные люди Пинеги: самопрезентация локуса в фольклорной традиции // Вятский родник: сб. материалов 10 науч.-практич. конф. «Фольклор и художественная самодеятельность: тенденции первого десятилетия XXI века». – Киров: Изд-во ВятГГУ, 2010. – С. 44-49 (0,41).

14. Худякова А.В. «Он, действительно, был северный мужик»: Ф.А. Абрамов в воспоминаниях жителей Пинеги // Федор Абрамов в XXI веке. – Архангельск: Поморский университет, 2010. – С. 193-198 (0,41).

15. Худякова А.В. Репрезентация Пинеги в рассказах местных жителей об известных земляках // Религиозно-культурное пространство региона: вчера, сегодня, завтра: Михайловские чтения: сб. ст. науч.-

практич. конф. / Под ред. В.Н. Абрамовского, Е.И. Аринина, Т.А. Кильдяшовой и др. – Архангельск: Кира, 2010. – С. 134-140 (0,41).

16. Худякова А.В. Чудаки в устной народной прозе Пинеги // Традиционная культура Русского Севера: истоки и современность: сб. материалов Всероссийской научно-практич. конф., посв. 45-летию музея «Малые Корелы», 8-11 июля 2009 г. / Под ред. А.М. Шаева, Т.Г. Невзоровой, С.А. Герасимова, Е.Б. Заручевской. – Архангельск: Соломбальская типография, 2010. – С. 393-396 (0,20).

17. Худякова А.В. Хитрый продавец Шура Коровин: к вопросу о фольклорных типах жителей Пинеги / А.В. Худякова // Живое слово Севера: сб. науч. трудов / редкол.: Н.В. Хохлова, Н.В. Осколкова. – Архангельск: Изд-во СГМУ, 2009. – С. 32-35 (0,22).

18. Худякова А.В. Жители Верхней и Нижней Пинеги в современной устной традиции // Актуальные проблемы современной фольклористики: материалы междунар. науч.-практич. конф. ИЯЛИ им. Г. Ибрагимова АН РТ, 29 июня 2009 г. – Казань: Алма-Лит, 2009. – С. 305-307 (0,25).

19. Худякова А.В. Устные рассказы о силачах Пинеги // Геокультурное пространство Европейского Севера: генезис, структура, семантика: сб. науч. ст. [материалы IV Поморских чтений по семиотике культуры, 7-11 июля 2008 года, Пинежский заповедник] вып. 4 / Отв. ред. Н.М. Терехин. – Архангельск: Поморский университет, 2009. – С. 273-278 (0,42).

20. Худякова А.В. К вопросу о пинежских фольклорных типах: балагур Алексей Репишный // Материалы VIII Международной школы молодого фольклориста «Традиционная культура в изменяющемся мире» и семинара «Пермистика: язык и стиль фольклора», 19-21 июня, 12-13, 15 ноября 2009 г. / Отв. редакторы Т.Г. Владыкина, В.М. Гацак; УИИЯЛ Уро РАН. – Ижевск: Сарапульская типография, 2009. – С. 252-258 (0,44).