

Секция «Политическая, культурная и социальная география. Страноведческие и краеведческие исследования»

## Оценка образа Северного Кавказа в печатных СМИ

*Сурнева Татьяна Александровна*

*Студент (магистр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

*E-mail: tatianasurneva@yandex.ru*

Развитие имагинальной географии говорит о расширяющейся гуманизации географии. Изучение многих объективных территориальных процессов и явлений с позиций антропоцентризма позволяет повышать эффективность региональной политики. Представления о географическом пространстве составляют информационную базу для принятия управленческих решений. Инвестиционная, туристическая, миграционная привлекательность регионов зависит от того, какими они предстают в сознании общества [2].

В основе возникновения образа территории в индивидуальном сознании лежит определенная информация. Особую актуальность приобретают и исследования образов стран и регионов, формирующиеся под воздействием множества разнонаправленных потоков информации [1].

Образ региона тиражируется СМИ, создавая ауру доброжелательного или недоброжелательного отношения к нему.

Под Северным Кавказом мы понимаем Северо-Кавказский Федеральный округ. Для того чтобы понять, каким представляется СКФО в печатных СМИ, мы провели контент-анализ газеты «Известия» за 2015 год.

Все статьи распределялись по тематике и контексту. Данные о количестве, контексте и тематике статей заносились в таблицы, затем обрабатывались путем создания диаграмм и их анализа.

Результаты проведенного исследования показали, что в большинстве статей в обоих изданиях СКФО представляется в негативном свете (рис. 1).

Распределение статей по тематике показало, что лидером является тема «Терроризм и экстремизм», большинство статей этой тематики посвящены вступлению граждан Северокавказских республик в ряды террористической группировки «ИГИЛ».

Положительная и нейтральная информация отражается в основном в теме «Туризм», также к темам-лидерам можно отнести «Экономика» и «Социальная сфера» (рис. 2).

Несмотря на то, что в процессе контент-анализа встречались сообщения о позитивных процессах, происходящих в СКФО, общее впечатление у читателя остается негативное.

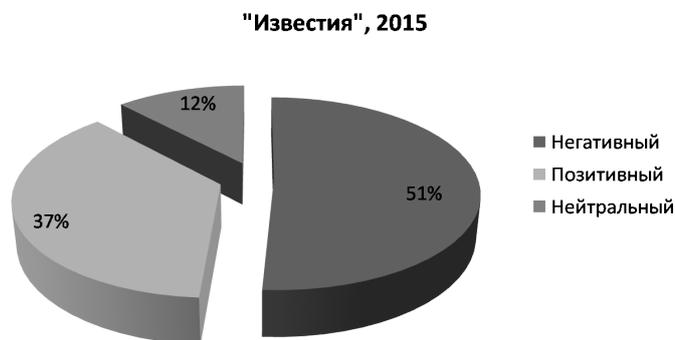
В сложившейся геополитической ситуации, в России ведется поиск альтернатив зарубежным курортам, предпринимаются меры совершенствования промышленной и сельскохозяйственной отраслей, Северный Кавказ обладает необходимыми ресурсами для привлечения инвесторов и туристов. Но нужно понимать, что негативный образ тормозит этот процесс. Для улучшения имиджа СКФО необходимо проведение принципиально новой региональной и информационной политики.

### Источники и литература

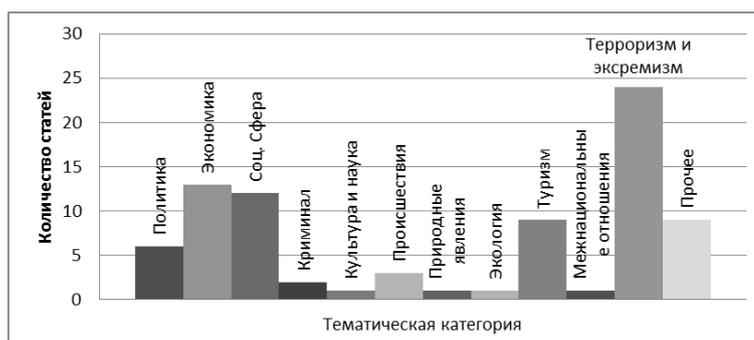
- 1) Грибок М.В. Анализ формирования образов регионов России в федеральных информационных программах телевидения с помощью ГИС: автореф. дис. канд. геогр. наук. – Москва: 2009. – 137 с.

- 2) Чихичин В.В. Географический анализ образов городов Ставропольского края: автореферат дис. канд. геогр. наук. – Ставрополь: 2006. – 150 с.
- 3) [www.izvestia.ru](http://www.izvestia.ru) (Официальный сайт газеты «Известия»)

### Иллюстрации



**Рис. 1.** Контекст информации о СКФО в газете "Известия" в 2015 году.



**Рис. 2.** Распределение статей о Северном Кавказе по тематике в газете "Известия"