

Научная статья

УДК 654. 197:94:304.4

EDN [VZCLYQ](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).370-384



Российская журналистика в реализации социально-экономических проектов развития Арктики: медиагеографический анализ*

Якова Т.С. , Янглева М.М.

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Якова Т.С., t-yakova@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, направленного на выявление роли современной российской журналистики в реализации национальных проектов по развитию Арктики. Государственные программы разрабатываются и выполняются в контексте задач Стратегии развития Арктической зоны России до 2035 г., что представляет большую важность для Российской Федерации, особенно в военно-стратегическом отношении. Авторы применяют медиагеографический подход к исследованию, опираясь на концепцию региона и регионального смыслового рынка, и анализируют big data, извлеченные из поисковых систем Google и Яндекс, по темам, связанным с развитием арктических территорий в соответствии с направлениями, указанными в тексте Стратегии. Для более точной интерпретации полученных в результате рангового анализа данных изучались публикации региональных массмедиа: «Арктический обозреватель», Арктик ТВ, «Вести Арктики» ГТРК «Поморье», «Вести Ямал» ГТРК «Ямал». По итогам исследования выявлена корреляция между интересом интернет-аудитории к событиям, связанным с развитием Арктики и интенсивностью их освещения в федеральных и региональных средствах массовой информации. Медиагеографический анализ позволил сделать вывод об отсутствии выраженной анизотропии географических локаций региона, что связано со сравнительно одинаковой активностью массмедиа разного уровня. Авторы отмечают, что на современном этапе при участии как федеральных, так и региональных массмедиа активно формируется единое символическое пространство Арктики — региональный смысловой рынок и подтверждают тезис о том, что журналистика остается важной составляющей в обеспечении социально-политических, социально-экономических и социально-культурных государственных программ и способствует сохранению стабильности и укреплению России на фоне новых угроз национальной безопасности.

Ключевые слова. Арктика, массмедиа, региональный смысловой рынок, медиагеографический подход, интернет-аудитория.

Финансирование. Публикация статьи профинансирована СПбГУ на основании результатов конкурсного отбора научных мероприятий, рекомендованных к проведению.

Информация о статье. Дата поступления 16 января 2025 г.; дата поступления после доработки 7 апреля 2025 г.; дата принятия к печати 8 апреля 2025 г.; дата онлайн-размещения 10 июня 2025 г.

* Материалы обсуждены на XXVIII международной научно-практической конференции «Журналистика XXI века (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, 22–23 ноября 2024 г.)».

Для цитирования. Якова Т.С. Российская журналистика в реализации социально-экономических проектов развития Арктики: медиагеографический анализ / Т.С. Якова, М.М. Янгляева. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).370-384. — EDN [VZCLYO](https://vzclyo.ru) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 2. — С. 370–384.

Original article

Russian Journalism and Socio-Economic Projects for the Development of the Arctic: Mediageographic Approach”**

T.S.Yakova , M.M. Yanglyeva 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: T.S. Yakova, t-yakova@mail.ru

Abstract. The article presents the results of a study aimed at identifying the role of modern Russian journalism in the implementation of national projects for the development of the Arctic. State programs are developed and implemented in the context of the tasks of the Strategy for the Development of the Arctic Zone of Russia until 2035, which is of great importance for the Russian Federation, especially in military-strategic terms. The authors apply a media-geographical approach to the study, relying on the concept of the region and the regional semantic market, and analyze big data extracted from the Google and Yandex search engines on topics related to the development of Arctic territories in accordance with the directions specified in the text of the Strategy. For a more accurate interpretation of the data obtained as a result of rank analysis, the following regional mass media publications were studied: “Arctic Observer”, Arctic TV, “Vesti Arktiki” GTRK “Pomor’ye”, “Vesti Yamal” GTRK “Yamal”. The results of the study revealed a correlation between the interest of the Internet audience in events related to the development of the Arctic and the intensity of their coverage in federal and regional media. Media geographic analysis allowed us to conclude that there is no pronounced anisotropy of the region's geographic locations, which is due to the relatively equal activity of mass media at different levels. The authors note that at the present stage, with the participation of both federal and regional mass media, a single symbolic space of the Arctic is actively being formed — a regional semantic market and confirm the thesis that journalism remains an important component in ensuring socio-political, socio-economic and socio-cultural state programs and contributes to maintaining stability and strengthening Russia against the backdrop of new threats to national security.

Keywords. The Arctic, mass media, regional semantic market, media geographic approach, Internet audience.

Funding. The publication of the article was financed by Saint Petersburg State University based on the results of the competitive selection of scientific events recommended for implementation.

Article info. Received January 16, 2025; revised April 07, 2025; accepted April 08, 2025; available online June 10, 2025.

** The materials were discussed at the XXVIII International Scientific and Practical Conference “Journalism of the XXI Century (Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, November 22–23, 2024)”.

For Citation. Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. Russian Journalism and Socio-Economic Projects for the Development of the Arctic: Mediageographic Approach. *Vo-prosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 2, pp. 370–384. (In Russian). EDN: [VZCLYO](https://www.edn.ru/vzclyo). DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).370-384.

Введение

Мировой опыт развития журналистики свидетельствует о том, что журналистская деятельность является важной составляющей в обеспечении социально-политических, социально-экономических и социально-культурных проектов, которые включены в государственные программы, представляющие собой механизм реализации национальных целей и стратегических задач. В настоящее время в Перечне государственных программ Российской Федерации содержится 49 программ по различным направлениям, включая сбалансированное региональное развитие, сохранение населения, здоровье и благополучие людей, достойный эффективный труд и успешное предпринимательство и др. В значительной степени эти программы направлены на улучшение жизни людей именно в российской Арктике, население которой составляет 2,4 млн чел. (44 % от всего населения мировых арктических территорий). Необходимо подчеркнуть, что реализация госпрограмм, связанных с развитием этого региона и в контексте задач «Стратегии развития Арктической зоны России до 2035 г.» представляет большую важность в военно-стратегическом отношении [1–9]. Так, в документе «Арктическая стратегия МО США 2024» (2024 Arctic Strategy¹; принята в июне 2024 г.) декларируется необходимость коррекции доктрин вооруженной борьбы в Арктике. Это объясняется:

1. Потеплением климата: процесс потепления в арктической зоне идет

в три раза быстрее, чем в среднем на Земле, Баренцево море давно не видело льда, а Берингов пролив уже не замерзает; арктические территории становятся доступными в транспортном отношении;

2. Расширением НАТО на Север: членами блока стали арктические страны Швеция и Финляндия;

3. Интересом к региону со стороны КНР: Китай выдвинул концепцию «Великого арктического шелкового пути» с целью конкуренции с США.

В тексте «Стратегии» Россия (ее северные территории — прим. авт.) упоминается 36 раз, НАТО — 24 раза, Китай — 21 раз, значительно реже — Канада, Норвегия, Финляндия, Гренландия и Дания. В любом случае практически каждый шаг властей РФ на Севере будет рассматриваться как «дестабилизирующий обстановку в регионе». Для противодействия этому Министерство Обороны США реализует концепцию «наблюдай и реагируй» (*monitor-and-respond*).

Теоретико-методологические основы и задачи исследования

Авторы ставят перед собой несколько исследовательских задач:

Во-первых, выявить на конкретном примере роль и место современной журналистики в реализации проектов, включенных в государственные программы, направленные на достижение национальных целей и стратегических задач. Для этого авторы применяют медиагеографический подход к исследованию [10–15], опираясь на концепцию региона, который рассматривается в разных пространствах и разных качествах (как административная единица, сообщество и дом, как политический процесс,

¹ DoD Announces Publication of 2024 Arctic Strategy. URL: <https://www.defense.gov/News/Releases/Release/Article/3846206/dod-announces-publication-of-2024-arctic-strategy> (дата обращения: 13.01.2024).

как экономические отношения. Например, в Европе насчитывается большое количество примеров того, как массмедиа создают региональный смысловой рынок, в границах которого происходит процесс конструирования региона в этих его качествах [16; 17]. Речь идет о физических (административные структуры, финансово-экономические предприятия, социальные службы, образовательные учреждения и др.) и символических (региональная культура, коллективная идентичность жителей, исторические корни и др.) границах региона. С точки зрения экономического развития территорий, которое напрямую связано с реализацией государственных программ, роль массмедиа — активизировать региональную экономику и поддерживать позитивную атмосферу для предпринимательства, инвестиций и развития социальной сферы.

Во-вторых, оценить вклад российской региональной журналистики в создании символического пространства Арктики на базе государственной программы «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации», которая одобрена постановлением Правительства в 2021 г., а в 2023 г. правительство утвердило перечень опорных населенных пунктов Арктической зоны (они должны стать базой для реализации экономических и инфраструктурных проектов). В перечень вошли 16 агломераций, расположенных в девяти регионах, относящихся к Арктической зоне. Так, например, в составе Мурманской агломерации опорными пунктами являются города Мурманск и Североморск, а также Кольский муниципальный район. В составе Архангельской агломерации — Архангельск, Северодвинск и Новодвинск. Также в число опорных пунктов вошли Нарьян-Мар, Новый Уренгой, Ноябрьск, Воркута, Норильск, Диксон, Певек и Анадырь.

Опираясь на статистические данные отчета «Арктика в цифрах», авторы про-

водят количественный контент-анализ материалов различных медийных ресурсов: сетевого издания «Арктический обозреватель», телеканала Арктик ТВ, программы «Вести Арктики» ГТРК «Поморье», «Вести Ямал» ГТРК «Ямал») по ключевым словам: «Российская Арктика», «Северный морской путь», «Северный завоз», «культура народов Севера», «Арктический гектар», «Арктическая программа Китая» за все время существования официальных сайтов указанных медиакомпаний. Метод простых статистических подсчетов упоминаний в медиатекстах географических мест [18; 19], географически окрашенных маркеров и смыслов [20; 21], частоты их использования и расположения в тексте [22; 23] дает возможность проанализировать процессы формирования регионального самосознания посредством региональных массмедиа, которые А. Пааси считал «создателями временной и пространственно-специфической социальной реальности» [21, с. 18].

В-третьих, определить границы смыслового рынка Арктики с применением медиагеографического подхода к исследованию. Авторы обращаются к интернет-статистике и на основании *big data* анализируют относительную популярность запросов российских интернет-пользователей, вышедших на уровень темы: «Российская Арктика», «Северный морской путь», «Северный завоз», «народы Арктики», «Арктический гектар», «Арктическая программа Китая» в поисковых системах *Google* и Яндекс.

Такой подход базировался на новом понимании интернет-библиометрии и активного интернет-поведения индивидуумов, которое учитывало массовый интерес пользователей к различным темам, что выражалось в числе запросов по тем или иным ключевым словам или фразам за определенный период времени. Результаты анализа собранной статистики позволяют наглядно продемонстрировать формирование региональ-

ного смыслового рынка массмедийным инструментарием с учетом верификации полученных данных с количеством упоминаний вышеуказанных ключевых слов в контенте выбранных региональных массмедиа. Число пользователей, которых можно характеризовать как активных граждан, способных через запросы выразить свое отношение к социальным объектам и явлениям, на порядки больше, чем респондентов в социологическом опросе для конкретной локации. Приложение *Google Trends* показывает, как часто определенный термин ищут по отношению к общему объему поисковых запросов в различных регионах мира и на различных языках. Также эмпирическую базу исследования составила статистика, извлеченная из системы Яндекс: сервис *Wordstat* позволяет определить

популярность поисковых запросов по количеству показов заданного пользователем слова или словосочетания.

Результаты исследования

На первом этапе исследования был проведен количественный анализ публикаций региональных массмедиа (данные представлены в табл. 1 и 2²). Список ключевых словосочетаний составлялся на основе Отчета «Арктика в цифрах»³, включающего основные характеристики

² Поисковые системы официальных сайтов выбранных массмедиа предоставляют сведения за разные периоды времени. Проанализированы все доступные материалы за все время существования сайтов — прим. авт.

³ Арктика в цифрах // Росконгресс. 2024. 02 сент. URL: <https://roscongress.org/materials/arktika-v-tsifrakh/> (дата обращения: 15.11.2024).

Таблица 1 / Table 1
Количество упоминаний ключевых словосочетаний в медиаматериалах на сайтах региональных массмедиа*

Number of Mentions of the Keywords in Media Materials on Regional Mass Media Websites

Ключевое слово / Keyword Канал / Channel	Россий- ская Арктика / Russian Arctic	Северный морской путь / Northern Sea Route	Северный завоз / Northern Delivery	Арктический ректар/ Arctic Hectare	Культура народов Севера / Culture of the Peoples of the North	Арктическая программа Китая / Arctic Program of China
Арктический обозрева- тель / Arctic Observer	7	133	90	24	60	36
Арктик ТВ / Arctic TV	16	130	16	14	199	66
Вести По- морье / Vesti Pomor'ye	47	208	29	19	70	56
Вести Ямал / Vesti Yamal	642	669	155	34	225	1

Примечание:

* Выборка по ключевым словосочетаниям в медиаматериалах на сайтах массмедиа: «Арктический обозреватель», телеканал Арктик ТВ, программа «Вести Арктики» ГТРК «Поморье», «Вести Ямал» ГТРК «Ямал».

Таблица 2 / Table 2

**Среднее количество публикаций по ключевым словосочетаниям
в медиаматериалах на сайтах региональных массмедиа за 2024 г.**
**Average Number of Publications for the Keywords in Media Materials
on Regional Mass Media Websites for 2024**

Ключевое слово / Keyword Канал / Channel	Россий- ская Арктика / Russian Arctic	Северный морской путь / Northern Sea Route	Северный завоз / Northern Delivery	Арктический гектар/ Arctic Hectare	Культура народов Севера / Culture of the Peoples of the North	Арктическая программа Китая / Arctic Program of China
Арктический обозрева- тель / Arctic Observer	1,75	33,25	22,5	6	15	36
Арктик ТВ / Arctic TV	5,3	43,3	5,3	4,7	66,3	66
Вести По- морье / Vesti Pomorje	9,4	41,6	5,8	3,8	14	56
Вести Ямал / Vesti Yamal	60,8	60,8	14	3,1	30,5	1

и показатели социально-экономического развития российской Арктики.

Прослеживается тенденция высокого уровня (по интенсивности) освещения событий вокруг Северного морского пути на всех медиаканалах. «Вести Ямал» публикуют наибольшее количество материалов по теме Российской Арктики и Северному морскому пути. Арктик ТВ лидирует по количеству публикаций по теме культуры народов Севера и больше других региональных массмедиа уделяет внимание Арктической программе Китая.

«Арктический обозреватель» и «Вести Ямал» чаще других массмедиа (по количеству упоминаний) используют словосочетание «северный завоз». Важность северного завоза невозможно переоценить в современных условиях международной конкуренции за Арктику. «Северный завоз — это комплекс мероприятий по регулярному снабжению населения территорий Край-

него Севера и приравненных к ним местностей жизненно важными товарами: продовольствием, лекарствами, топливом и другими грузами. С 1 апреля 2024 года в России вступил в силу новый федеральный закон «О северном завозе» <...>. На сегодняшний день в северном завозе участвует 21 регион, 170 муниципальных образований и 2 950 населенных пунктов. Через механизмы северного завоза получают необходимые товары жизнеобеспечения более 2 млн россиян»⁴.

Информационная повестка анализируемых массмедиа безусловно оказыва-

⁴ Стратегическая сессия «Северный завоз: надежно, быстро, доступно» начала свою работу в Национальном центре «Россия» в Москве // Artic Russia : инвест. портал Арктической зоны. 2024. 03 дек. URL: <https://arctic-russia.ru/news/strategicheskaya-sessiya-severnny-zavoz-nadezhno-bystro-dostupno-nachala-svoyu-rabotu-v-natsionalnom/> (дата обращения: 12.01.2025).

ет определенное влияние на аудиторию. Анализ интернет-статистики (запросы интернет-пользователей в поисковых системах Яндекс и Google — прим. авт.) подтверждает, что существует определенно выраженная корреляция между медиаматериалами и интересом граждан к теме (в нашем случае к Арктике). Так, относительная популярность запроса «Северный морской путь» в Яндексе многократно опережает другие. Например, за период с 15.10.2024 по 15.11.2024 количество показов по словосочетаниям «Северный морской путь», «Российская Арктика», «Арктический гектар», «Северный завоз», «Культура народов Севера» по всем российским регионам в совокупности составляло 43 522/10 479/6 166/2 441/2 081 соответственно. В относительном выражении эти цифры небольшие, но показательны (рис. 1).

На представленном графике (рис 1.) в период с октября 2023 по февраль 2024 гг. видны пики (максимальный интерес аудитории к теме — прим. авт.): рост интереса интернет-аудитории к Северному морскому пути был напрямую связан с распоряжением премьер-ми-

нистра РФ М.В. Мишустина в октябре 2023 г. о развитии Архангельского транспортного узла. Перспективы развития этого важного в стратегическом плане объекта РФ в соответствии с комплексным планом развития до 2035 г.⁵ стали важным пунктом информационной повестки как федеральных, так и региональных массмедиа и на протяжении четырех месяцев удерживали интерес интернет-аудитории к Арктике, что еще раз подтверждает факт наличия пролонгированной новости в СМИ [10, с. 147], способствующей укоренению смыслов в сознании аудитории. Региональная аудитория нуждается в определенных маркерах, формирующих чувство места и региональную идентичность в целом, которая не ограничивается только лишь физическим пространством.

⁵ Архангельская область и морской порт Архангельск играют ключевую роль в системе Северного морского пути. Выгодное географическое положение порта, его терминальные и судодходные мощности, современное перегрузочное оборудование и опытный персонал создают условия для эффективного внутрироссийского и международного судоходства — прим. авт.



Рис. 1. Динамика числа запросов «Северный морской путь» в Яндексе за период ноябрь 2022 — ноябрь 2024 гг.

Fig 1. Dynamics of the Number of Queries for “Northern Sea Route” in Yandex for the Period November 2022 — November 2024

Примечания: Настройки запроса: 15.11.2024. Синий — число запросов, красный — доля от всех запросов.

Notes: Query settings: 11/15/2024. Blue — number of queries, red — share of all queries.

Данные, представленные в табл. 3, 4 и на рис. 2, 3 позволяют нам сделать вывод о наличии символического пространства Арктики — смыслового регионального рынка: максимальный интерес к темам «Арктика» и «Северный морской путь» зафиксирован именно в тех регионах, которые фактически входят в Арктическую зону (Арктические территории)⁶. Причем лидерами по интересу аудитории (тема «Северный Морской путь» — прим. авт.) являются ключевые агломерации: Мурманская и Архангельская об-

ласть, которые занимают первое и второе место в рейтинге (с показателями 100 и 94) и опережают другие регионы РФ с большим отрывом (на третьем месте Магаданская область с показателем 51, на четвертом — Республика Саха с показателем 49). По относительной популярности темы «Арктика» лидирует Ненецкий автономный округ (показатель 100), Мурманская область на втором месте (с показателем 40). Максимальный показатель у ненцев объясняется, прежде всего, пропорцией интернет-пользователей и населением этого региона (малонаселенная территория — 42 224 чел.). Та же ситуация наблюдается с Чукотским авто-

⁶ Арктика в цифрах // Росконгресс. 2024. 02 сент. URL: <https://roscongress.org/materials/arktika-v-tsifrakh/> (дата обращения: 15.11.2024).

Таблица 3 / Table 3

Рейтинг относительной популярности темы «Арктика» в России за пять лет / Relative Popularity Rating of the Topic “Arctic” in Russia over Five Years

Ранг/Rank	Регионы России / Regions of Russia	Относительная популярность темы / Relative Popularity of the Topic
1	Ненецкий автономный округ / Nenets Autonomous Okrug	100
2	Мурманская область / Murmansk Region	40
3	Чукотский автономный округ/ Chukotka Autonomous Okrug	30
4	Архангельская область / Arkhangelsk Region	28
5	Ямало-ненецкий автономный округ / Yamalo-Nenets Autonomous Okrug	22
6	Республика Саха (Якутия) / Republic of Sakha (Yakutia)	15
7	Республика Северная Осетия-Алания / Republic of North Ossetia-Alania	14
8	Республика Карелия / Republic of Karelia	10
9	Республика Коми / Komi Republic	9
10	Красноярский край / Krasnoyarsk Krai	7
11	Магаданская область / Magadan Region	7
12	Санкт-Петербург / Saint Petersburg	6
13	Камчатский край / Kamchatka Krai	5
14	Москва / Moscow	5
15	Тюменская область / Tyumen Region	5

Источник: Система Google. Дата запроса: 18.11.2024

Таблица 4 / Table 4

Рейтинг относительной популярности темы «Северный морской путь»
в России за пять лет

Ранг/Rank	Регионы России / Regions of Russia	Относительная популярность темы / Relative popularity of the topic
1	Мурманская область / Murmansk Region	100
2	Архангельская область / Arkhangelsk Region	94
3	Магаданская область / Magadan Region	51
4	Республика Саха (Якутия) / Republic of Sakha (Yakutia)	49
5	Камчатский край / Kamchatka Region	48
6	Приморский край / Primorsky Region	44
7	Санкт-Петербург / Saint Petersburg	38
8	Республика Карелия / Republic of Karelia	34
9	Красноярский край / Krasnoyarsk Region	33
10	Москва / Moscow	33
11	Калининградская область / Kaliningrad Region	31
12	Сахалинская область / Sakhalin Region	30
13	Хабаровский край / Khabarovsk Region	27
14	Ямало-Ненецкий автономный округ / Yamalo-Nenets Autonomous Okrug	27
15	Республика Бурятия / Republic of Buryatia	25

Истчник: Система Google. Дата запроса: 18.11.2024

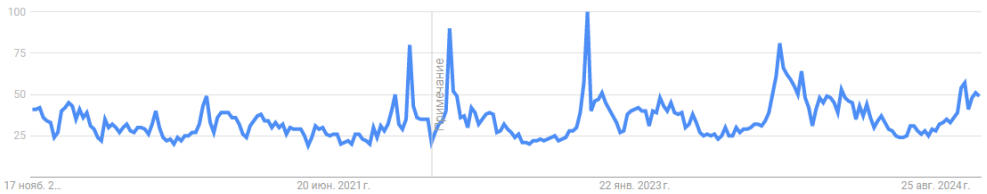


Рис. 2. Динамика относительной популярности темы «Арктика» в России за пять лет

Fig. 2. Dynamics of the Relative Popularity of the Topic “Arctic” in Russia over Five Years

Истчник: Система Google. Дата обращения: 18.11.2024.

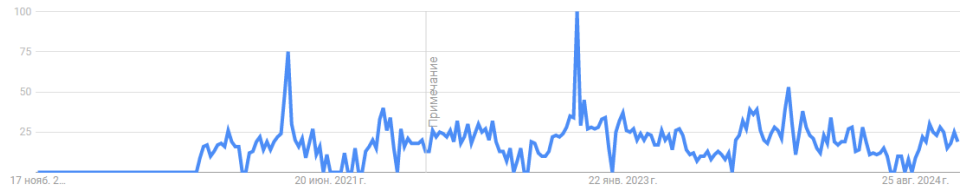


Рис. 3. Динамика относительной популярности темы «Северный морской путь» в России за пять лет

Fig. 3. Dynamics of the Relative Popularity of the Topic “Northern Sea Route” in Russia over Five Years

Источник: Система Google. Дата обращения: 18.11.2024.

номным округом (48 029 чел.). По факту интерес к теме «Арктика» среди 83 субъектов РФ высоко проявлен в Мурманской и Архангельской областях.

Всего интерес к теме «Северный морской путь» проявлен в 72 субъектах Российской Федерации, причем Москва и Санкт-Петербург входят в топ-15 ранжированного списка, что подтвердил наш тезис о роли федеральных СМИ в реализации проектов, направленных на достижение национальных целей: символиче-

ское пространство Арктики расширяется, региональные массмедиа поддерживают инициативу на местах. Этот вывод подтверждается и результатом анализа запросов российских интернет-пользователей к теме «Северный завоз». График, представленный на рис. 4, также свидетельствует и о наличии корреляции между контентом массмедиа и интересом граждан к арктической тематике.

Так, тема «Северный завоз», хотя и присутствовала в медийном простран-

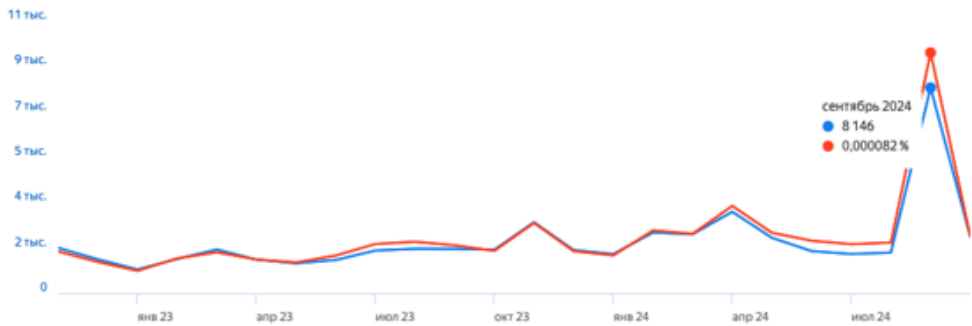


Рис. 4. Динамика числа запросов «Северный завоз» в Яндексе за период ноябрь 2022 — ноябрь 2024 гг.

Fig. 4. Dynamics of the Number of Queries for “Northern Delivery” in Yandex for the Period November 2022 — November 2024

Примечания: Настройки запроса: 15.11.2024. Синий — число запросов, красный — доля от всех запросов.

Notes: Query settings: 11/15/2024. Blue — number of queries, red — share of all queries.

стве на протяжении нескольких лет, не представляла большого интереса для российских интернет-пользователей, пока Росатом (субъект информационной повестки — прим. авт.) не объявил свою позицию — «Северный завоз: в любую точку вовремя» на сессии Восточного Экономического Форума в начале сентября 2024 г.⁷ Пик интереса граждан к этой теме приходится конкретно на это время.

Активность федеральных и региональных СМИ, направленная на поддержку проектов по развитию Арктической зоны, коррелирует с ростом интереса граждан к этой тематике. Так, на рис. 5 и 6 представлена динамика относительной популярности тем «Арктический гектар» и «Культура народов Севера» среди российских интернет-пользователей. Наибольшее количество запросов в Яндексе по этим темам (как и в случае с темой северного завоза) совпадает с событиями государственного масштаба.

⁷ ВЭФ-2024. Северный завоз: в любую точку вовремя // РИА Новости. 2024. 04 сент. URL: https://riamediabank.ru/story/list_346079791/ (дата обращения: 10.01.2025).

Так, с ноября 2023 г. в арктических регионах РФ заработала новая ипотечная госпрограмма (рис. 4). В июле 2024 г. федеральные и региональные массмедиа распространили информацию о намерении правительства России расширить действие программы «Арктический гектар» на районы Ханты-Мансийского автономного округа⁸.

В Стратегии развития Арктической зоны определен комплекс мер для достижения основных задач в сфере социального развития территорий. В этот комплекс входят мероприятия по под-

⁸ По состоянию на август 2023 года бесплатную землю на территории макрорегиона получили более 5 тысяч человек. Наибольшее количество заявок было подано в Мурманской области — 3 026, Карелии — 698, Архангельской области — 503. См.: Арктических гектаров станет больше: правительство расширит программу «Арктический гектар» на два района ХМАО // ИА REX. 2024. 16 июля. URL: <https://iarex.ru/news/134932.html> (дата обращения: 12.11.2024); Госдума предлагает распространить «Арктический гектар» на два района Югры // Вести Югория. 2024. 24 июля. URL: <https://www.ugoria.tv/news/2024/07/24/87307> (дата обращения: 12.11.2024).



Рис. 5. Динамика числа запросов «Арктический гектар» в Яндексе за период ноябрь 2022 — ноябрь 2024 гг.

Fig. 5. Dynamics of the Number of Queries for “Arctic Hectare” in Yandex for the Period November 2022 — November 2024

Примечания: Настройки запроса: 15.11.2024. Синий — число запросов, красный — доля от всех запросов.

Notes: Query settings: 11/15/2024. Blue — number of queries, red — share of all queries.



Рис. 6. Динамика числа запросов «Культура народов Севера» в Яндексе за период ноября 2022 — ноябрь 2024 гг.

Fig. 6. Dynamics of the Number of Queries for “Culture of the peoples of the North” in Yandex for the Period November 2022 — November 2024

Примечания: Настройки запроса: 15.11.2024. Синий — число запросов, красный — доля от всех запросов.

Notes: Query settings: 11/15/2024. Blue — number of queries, red — share of all queries.

держке коренных народов, творческому и спортивному развитию населения в целом и детей из удаленных населенных пунктов, а также создание условий для обучения малочисленных народов, развитие системы среднего и высшего образования. Пики интереса на графике, представленном на рис. 6, совпадают с проведением Большого этнографического диктанта (ноябрь 2023, 2024), Днями ненецкой письменности (ноябрь 2023), мероприятиями Северного Форума (май 2023). Эти события активно освещались в российских массмедиа.

Выводы

Авторы приходят к выводу об отсутствии выраженной анизотропии географических локаций региона, что связано со сравнительно одинаковой активностью массмедиа на местах по созданию единого смыслового рынка и продвижению идей и практик для выполнения государственной задачи по развитию Арктической зоны. Результаты обработ-

ки *big data* и статистических подсчетов упоминаний в медиатекстах географических мест и географически окрашенных смыслов дали возможность подтвердить тезис о том, что процессы формирования регионального самосознания идут при непосредственном участии региональных массмедиа. Авторы также развивают мысль о том, что не только региональные, но и федеральные массмедиа являются создателями пространственно-временной реальности, в которой происходит конструирование региона в совокупности всех его качеств, функционирование региональных структур и институтов. Успешная и скоординированная мобилизация местных массмедиа, нацеливание их на решение важных государственных задач в Арктическом регионе является важным фактором сохранения здесь стабильности, экономического, социального и культурного прогресса и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации на современном историческом этапе.

Список использованной литературы

1. Журавель В.П. Проблема суверенитета в Арктике / В.П. Журавель. — EDN [AGZWZS](#) // Защита государственного суверенитета — опыт Евросоюза и европейских стран / отв. ред. В.Б. Белов. — Москва, 2018. — С. 163–180.

2. Журавель В.П. Новые угрозы национальной безопасности России в Арктике: проблемы противодействия / В.П. Журавель. — DOI 10.38197/2072-2060-2020-226-6-85-98. — EDN [HKTIUH](#) // Научные труды Вольного экономического общества России. — 2020. — № 6. — С. 85–98.

3. Морозов А.В. Современные вызовы военной безопасности Российской Федерации в Арктике / А.В. Морозов, А.А. Зубарев, А.Д. Хряпов. — EDN [GCRFTE](#) // Военная мысль. — 2022. — № 12. — С. 6–11.

4. Холиков И.В. Влияние арктических прибрежных государств на безопасность в регионе / И.В. Холиков, С.С. Куприянович. — EDN [JZVG CX](#) // Право в Вооруженных Силах — Военно-правовое обозрение. — 2022. — № 6 (299). — С. 62–69.

5. Depledge D. Train Where You Expect to Fight: Why Military Exercises Have Increased in the High North / D. Depledge. — DOI 10.31374/sjms.64 // Scandinavian Journal of Military Studies. — 2020. — Vol. 3, no. 1. — P. 288–301.

6. Аржанов И.А. Военно-политическая деятельность России в Арктике в контексте соперничества с НАТО в XXI веке / И.А. Аржанов. — DOI 10.35775/PSI.2023.94.1.028. — EDN [ANMBEE](#) // Вопросы национальных и федеративных отношений. — 2023. — Т. 13, № 1 (94). — С. 251–262.

7. Аржанов И.А. Политика России в условиях соперничества с НАТО в Арктическом регионе: военно-политический аспект / И.А. Аржанов. — DOI 10.35775/PSI.2023.89.1.028. — EDN [OPBXCD](#) // Вопросы политологии. — 2023. — Т. 13, № 1 (89). — С. 272–283.

8. Белобров Ю.Я. НАТО — курс на дестабилизацию Арктики / Ю.А. Белобров. — EDN [XHZLEN](#) // Международная жизнь. — 2022. — № 10. — С. 70–83.

9. Трунов Ф.О. Особенности и перспективы стратегического проникновения НАТО в Арктику: норвежское направление / Ф.О. Трунов. — DOI 10.37482/issn2221-2698.2024.54.117. — EDN [KUZEWK](#) // Арктика и Север. — 2024. — № 54. — С. 117–139.

10. Якова Т.С. Медиагеография / Т.С. Якова, М.М. Янглева. — Москва : ИКАР, 2019. — 188 с. — EDN [HNPIJC](#).

11. Couldry N. Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age / N. Couldry, A. McCarthy. — London : New York: Routledge, 2004. — 320 p.

12. Couldry N. The mediated construction of reality / N. Couldry, A. Hepp. — Cambridge : Polity Press, 2017. — 256 p.

13. Falkheimer J. Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / J. Falkheimer, A. Jansson. — Goeteborg : Nordicom, 2006. — 309 p.

14. Döring J. Mediengeography. Theorie — Analyse — Diskussion / J. Döring, T. Thielmann. — Bielefeld : Transcript, 2009. — 654 p.

15. Thielmann T. Locative Media and Mediated Localities: An Introduction to Media Geography / T. Thielman // Aether: The Journal of Media Geography. — 2010. — Vol. 5. — P. 1–17.

16. Salovaara-Moring I. "Fortress Europe". Ideological Metapfors of Media Geographies / I. Salovaara-Moring // Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / J. Falkheimer, A. Jansson. — Göteborg : Nordicom, 2006. — P. 107–125.

17. Beauguitte L. Geographic Spaces and Media Representations / L. Beauguitte, C. Grasland, M. Severo // L'Espace géographique. — 2016. — Vol. 45, no. 1. — P. 1–4.

18. Walmsley D.J. Spatial Bias in Australian News Reporting / D.J. Walmsley // Australian Geographer. — 1980. — No. 14. — P. 342–349.

19. Янглева М.М. География новостей в российских массмедиа: формирование картины мира до и во время пандемии / М.М. Янглева, Ю.О. Мишина, Д.А. Хасан. — DOI 10.30547/mediaalmanah.4.2021.7289. — EDN [FABWKS](#) // Меди@льманах. — 2021. — № 4. — С. 72–89.

20. Paasi A. Boundaries as social processes: Territoriality in the world of flows / A. Paasi. — DOI 10.1080/14650049808407608 // Geopolitics. — 1998. — No. 3. — P. 69–88.

21. Paasi A. Territories, Boundaries, and Consciousness: The Changing Geographies of the Finnish-Russian Border / A. Paasi // Belhaven Studies in Political Geography. — New York : Wiley, 1996. — 353 p.

22. Stöber B. Media Geography. From Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings / B. Stöber // Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / J. Falkheimer, A. Jansson. — Göteborg : Nordicom, 2006. — P. 29–44.

23. Haegestrland T. Aspect of spatial structure of social communication and the diffusion of information / T. Haegestrland. — DOI 10.1007/BF01888934 // Papers of the Regional Science Association. — 1966. — Vol. 16. — P. 27–42.

References

1. Zhuravel V.P. The Problem of Sovereignty in the Arctic. In Belov V.B. (ed.). *Protection of State Sovereignty — the Experience of the European Union and European Countries*. Moscow, 2018, pp. 163–180. (In Russian). EDN: [AGZWZS](#).
2. Zhuravel V.P. New Threats to Russia's National Security in the Arctic: Problems of Counteraction. *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 2020, no. 6, pp. 85–98. (In Russian). EDN: [HKTIUH](#). DOI: 10.38197/2072-2060-2020-226-6-85-98.
3. Morozov A.V., Zubarev A.A., Khryapov A.D. The Current Challenges to RF Military Security in the Arctic. *Voennaya mysl' = Military Thought*, 2022, no. 12, pp. 6–11. (In Russian). EDN: [GCRFTE](#).
4. Kholikov I.V., Kupriyanovich M.S. Influence of the Arctic Coastal States on Regional Security. *Pravo v Vooruzhennykh Silakh — Voenno-pravovoe obozrenie = Law in the Armed Forces — Military-Legal Review*, 2022, no. 6, pp. 62–69. (In Russian). EDN: [JZVGCX](#).
5. Depledge D. Train Where You Expect to Fight: Why Military Exercises Have Increased in the High North. *Scandinavian Journal of Military Studies*, 2020, vol. 3, no. 1, pp. 288–301. DOI: 10.31374/sjms.64.
6. Arzhanov I.A. Russia's Military and Political Activity in the Arctic in the Context of Rivalry with NATO in the XXI Century. *Voprosy natsional'nykh i federativnykh otnoshenii = Issues of National and Federative Relations*, 2023, vol. 13, no. 1, pp. 251–262. (In Russian). EDN: [ANMBEE](#). DOI: 10.35775/PSI.2023.94.1.028.
7. Arzhanov I.A. Russia's Policy in the Context of Rivalry with NATO in the Arctic Region: Military-Political Aspect. *Voprosy politologii = Political Science Issues*, 2023, vol. 13, no. 1, pp. 272–283. (In Russian). EDN: [OPBXCD](#). DOI: 10.35775/PSI.2023.89.1.028.
8. Belobrov Yu.Ya. NATO — a course to destabilize the Arctic. *Mezhdunarodnaya zhizn' = International Affairs*, 2022, no. 10, pp. 70–83. (In Russian). EDN: [XHZLEN](#).
9. Trunov Ph.O. Features and Perspectives of NATO'S Strategic Penetration into the Arctic: the Norwegian Dimension. *Arktika i Sever = Arctic and North*, 2024, no. 54, pp. 117–139. (In Russian). EDN: [KUZEWK](#). DOI: 10.37482/issn2221-2698.2024.54.117.
10. Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. *Media Geography*. Moscow, IKAR Publ., 2019. 188 p. EDN: [HHPJCI](#).
11. Couldry N., McCarthy A. *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age* / N. Couldry, — London : New York: Routledge, 2004. — 320 p
12. Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, Polity Press, 2017. 256 p.
13. Falkheimer J., Jansson A. *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Goeteborg, Nordicom, 2006. 309 p.
14. Döring J., Thielmann T. *Mediengeography. Theorie — Analyse — Diskussion*. Bielefeld, Transcript, 2009. 654 p.
15. Thielmann T. Locative Media and Mediated Localities: An Introduction to Media Geography. *Aether: The Journal of Media Geography*, 2010, vol. 5, pp. 1–17.
16. Salovaara-Moring I. "Fortress Europe". Ideological Metaphors of Media Geographies. In Falkheimer J., Jansson A. (eds). *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg, Nordicom, 2006, pp. 107–125.
17. Beauguitte L., Grasland C., Severo M. Geographic Spaces and Media Representations. *L'Espace Geographique*, 2016, vol. 45, no. 1, pp. 1–4.
18. Walmsley D.J. Spatial Bias in Australian News Reporting. *Australian Geographer*, 1980, no. 14, pp. 342–349.
19. Yanglyaeva M.M., Mishina J.O., Khasan D.A. The Geography of News in Russian Mass Media: the Formation of a Picture of the World Before and During the Coronavirus. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2021, no. 4, pp. 72–89. (In Russian). EDN: [FABWKS](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2021.7289.
20. Paasi A. Boundaries as Social Processes: Territoriality in the World of Flows. *Geopolitics*, 1998, no. 3, pp. 69–88. DOI: 10.1080/14650049808407608
21. Paasi A. Territories, Boundaries, and Consciousness: The Changing Geographies of the Finnish-Russian Border. In *Belhaven Studies in Political Geography*, New York, Wiley, 1996. 353 p.
22. Stöber B. Media Geography. From Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings. In Falkheimer J., Jansson A. (eds). *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg, Nordicom, 2006, pp. 29–44.

23. Haegestrang T. Aspect of spatial structure of social communication and the diffusion of information. *Papers of the Regional Science Association*, 1966, vol. 16, pp. 27–42. DOI: 10.1007/BF01888934..

Информация об авторах

Якова Тамара Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, t-yakova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-5640-267X>, SPIN-код: 9009-2212, Scopus Author ID: 58524445900, ResearcherID: GWZ-3088-2022.

Янгляева Марина Михайловна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, marinapavlikova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-5689-3854>, SPIN-код: 9190-7653, Scopus Author ID: 58499952100.

Authors Information

Tamara S. Yakova — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, t-yakova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-5640-267X>, SPIN-Code: 9009-2212, Scopus Author ID: 58524445900, ResearcherID: GWZ-3088-2022.

Marina M. Yanglyayeva — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, marinapavlikova@mail.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-5689-3854>, SPIN-Code: 9190-7653, Scopus Author ID: 58499952100.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.