

■ ■ ■ Формирование позитивного имиджа Карачаево-Черкесской Республики в российском информационном пространстве (социологический подход)

Тория Ж. Н.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена анализу имиджа Северо-Кавказского Федерального округа, в частности, Карачаево-Черкесской Республики с точки зрения туристического и инвестиционного потенциала. Изучив статистические данные по региону и основные направления социально-экономического развития республики, а раскрывает содержание имиджа территории и факторы, влияющие на формирование позитивного имиджа. Автором дана оценка влияния положительной гражданской идентичности на имидж республики в целом, национальный (этнический состав) республики и уровень рождаемости. На основе результатов проводимых в КЧР социологических опросов, автор делает вывод о том, что республикам Северного Кавказа присущи специфические черты: религиозность населения, приверженность традициям, высокий уровень гражданской идентичности и положительная оценка деятельности органов государственной власти.

Ключевые слова: успешный регион, формирование привлекательности региона, успешное развитие, конкурентные преимущества, сохранение традиционных устоев, позитивный имидж, российская гражданская идентичность

Для цитирования: Тория Ж.Н. Формирование позитивного имиджа Карачаево-Черкесской Республики в российском информационном пространстве (социологический подход) // *Коммуникология*. 2018. Том № 6. №5. С. 99-106.
DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-5-99-106.

Сведения об авторе: Жанна Нодаровна Тория, аспирант кафедры общественных связей и медиаполики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: jannatoria@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 03.10.2018. *Принята к печати:* 21.10.2018.

Понятие «имидж территории» можно охарактеризовать как комплекс структурных элементов: география, климат, природные условия, политическое и общественное условие, производимые товары, местные знаменитости, традиционная составляющая, история, население, культура, инфраструктура и т.д.. Также концепцию имиджа можно рассматривать как на макро-уровне (имидж России, имидж Евросоюза), так и на микро-уровне (имидж Томска, имидж Чеченской Республики). Так, на наш взгляд достаточно интересно рассмотреть имидж республики Северного Кавказа – Карачаево-Черкессии.

Карачаево-Черкесская Республика была создана 12 января 1922 года как Карачаево-Черкесская автономная область, в 1991 году преобразованная в

Карачаево-Черкесскую Советскую социалистическую Республику в составе РСФСР, а в декабре 1992 года переименована в Карачаево-Черкесскую Республику. Республика состоит из 10 муниципальных районов - Абазинского, Адыг-Хабльского, Зеленчукского, Карачаевского, Малокарачаевского, Ногайского, Прикубанского, Урупского, Усть-Джегутинского, Хабезского и двух городов республиканского значения — Карачаевска и Черкесска, со столицей Черкесск¹.

Современная Карачаево-Черкесская Республика (далее – КЧР) является полноправным субъектом Российской Федерации с многонациональным составом населения, составляющим 477 800 тыс. человек². Для северокавказских республик характерно наличие этнических, традиционных, конфессиональных факторов, влияющих на население.

Религиозный компонент в системе ценностных ориентаций молодежи в большей степени присущ именно СКФО РФ [Савченко, Снегирева, Устинкин: 30]. КЧР свойственно обострение межнациональных отношений, этнизация, массовый отток русского населения и т.д.

В целом же национальная структура КЧР, согласно данным всероссийской переписи населения 2010 года, характеризуется тем, что в республике большинство: карачаевцев (41,0%), русских (31,6%), черкесов (11,9%), абазин (7,8%), ногайцев (3,3%), осетин (0,6%), армян (0,5%), украинцев (0,4%).

Титульное население в КЧР, как и во всех республиках Северо-Западного и Центрального Кавказа, в период с 1990 по 2000 гг. увеличилось в количественном и процентном отношении. Но при этом также имеется тенденция спада естественного прироста населения, прежде всего, за счет снижения уровня рождаемости, что с 2015 г. становится характерной для КЧР. Так, естественный прирост населения по отношению к 2014 г. снизился в 1,7 раза, данный процесс обусловлен уменьшением числа родившихся над числом умерших. На каждые 100 смертей теперь регистрировалось 124 рождения (годом ранее 139)³.

Несмотря на вышеперечисленное, уровень рождаемости на Северном Кавказе выше, чем в среднем по России. Важно подчеркнуть, что в республике дети, подростки и молодежь в возрасте до 29 лет превышают 40,0% ее населения. В этой связи хотелось бы вспомнить расхожую истину о том, что руках молодежи – будущее страны [Montville].

Карачаево-Черкесская Республика представляет собой одну из наиболее успешных регионов, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа. Агентство стратегических инициатив на Петербургском международном эко-

¹ Инвестиционный портал Карачаево-Черкесской Республики [эл. ресурс]: <http://investkchr.com/%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>.

² Динамика этноконфессиональных процессов в СКФО (2016) // Госкомстат КЧР. Черкесск [эл. ресурс]: http://stavstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/stavstat/ru/statistics/kchrStat/.

³ Статистический сборник. Карачаево-Черкесская республика (2015).

номическом форуме представило Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата, согласно данным которого Республика занимает высокие позиции и уступает только Чеченской Республике.

В целях формирования привлекательности региона власти республики стараются создать условия, при которых людям хотелось бы посещать республику и оставаться здесь не только работать, но и жить. В КЧР сформированы оптимальные условия для успешного развития горнолыжного туризма и рекреационных комплексов. Также регион богат памятниками истории, культуры и природы, построены современные жилые комплексы, дороги, отели, спортивные, торговые и развлекательные центры. Удобное географическое расположение региона и наличие автомобильных трасс федерального значения, мягкий климат, делают республику весьма привлекательной для туристов. Конкурентными преимуществами региона, помимо туризма (известные курорты Домбай, Теберда, Архыз), также являются сельское хозяйство, автомобилестроение (выпускаемая автомобильная продукция поставляется во многие регионы России, а также за ее пределы), аграрный комплекс (благоприятные природно-климатические условия и обширные горные пастбища с высокой питательностью альпийского разнотравья в общей структуре сельхозугодий занимают 49%), природные ресурсы (республика богата природными ресурсами такими как гипс, каменный уголь, гранит, мрамор, глина и т. д.), легкая промышленность (производство трикотажных и швейных изделий)¹.

За последние годы статистика отмечает заметный рост турпотока в Домбай, Теберду, Архыз, составляющие основу туристического потенциала республики. В настоящее время на Домбайской поляне работает целый комплекс, состоящий из гостиниц, объектов общественного питания и пунктов проката снаряжения. Комплекс «Архыз», также пользующийся популярностью среди туристов, является одним из курортов горнолыжного спорта. Теберда славится необыкновенно чистым воздухом, известным своими целебными свойствами, а наличие санаториев, домов отдыха и детских оздоровительных лагерей позволяют увеличить туристический поток. В Урупском муниципальном районе располагается уникальный народный курорт Пхия со своими минеральными источниками.

Часть предприятий в республике реализуют свою продукцию как на российском, так и международном рынках. Например, фабрика по переработке шерсти компании «Квест-А», минеральная и питьевая вода «Архыз», «Пилигрим», «Кубай», производство строительных материалов ОАО «Хабезский гипсовый завод», деревообрабатывающая промышленность (производство паркета), легкая промышленность (производство трикотажных изделий, кожаной обуви), машиностроение («ДЕРВЕЙС»). В КЧР также развито животноводство.

¹ Инвестиционный портал Карачаево-Черкесской Республики [эл. ресурс]: <http://investkchr.com/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B8%D0%BD%D1%8B-%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%B2-%D0%BA%D1%87%D1%80>.

Как отмечает Председатель Правительства Российской Федерации Д.А. Медведев необходимо продолжать развивать экономику Северного Кавказа, опираясь на ее конкурентные преимущества. Также он делает акцент на то, что в СКФО «прекрасные условия для сельского хозяйства и прекрасный курортный потенциал». В планах отмечается дальнейшее обустройство особых зон туристического кластера, таких как «Архыз», «Эльбрус», «Ведучи»¹. Также им были отмечены направления по государственной национальной политике региона: сохранение традиционных видов ведения хозяйства, самобытности, языков, мониторинг межнациональных и конфессиональных отношений и создание условий для работы общественных объединений и организаций в сфере национальной политики, что также влияет на формирование позитивного имиджа республики.

В КЧР действует государственная программа Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года»², которая направлена на реализацию мероприятий, связанных с созданием инновационного медицинского кластера в Ставропольском крае, развитие туристической отрасли в Карачаево-Черкесской Республике, Кабардино-Балкарской Республике, Чеченской Республике, развитие санаторно-курортного потенциала республик Северного Кавказа, повышение инвестиционной привлекательности округа, формирование сбалансированного рынка труда и развитие человеческого потенциала, а также формирование государственной информационной политики.

В целях формирования позитивного имиджа региона существует необходимость в проведении комплекса информационных мероприятий в федеральной, региональной прессе и социальных сетях. Для развития информационного ресурса необходима постоянная подготовка уникальных статей, лонгридов, интересных и актуальных новостей, ярких инфографических материалов, различных интервью и экспертных комментариев, эксклюзивных фото-репортажей и т. д.

Обратим внимание на то, что на стадии реализации государственной программы за период 2016-2017 годов доля граждан Российской Федерации, регулярно получающие положительную информацию о событиях на Кавказе, по результатам социологического исследования, проведенного в конце 2017 года, достигла 42%, что, в свою очередь, почти в два раза превышает показатели 2016 года. Согласно данным Левада-Центра доля граждан России, оценивающих обстановку на Северном Кавказе как благополучную в 2017 году выросла в 1,4 раза по отношению к 2016 году и в 2,4 раза по отношению к 2013 году (2017 г. – 47%; 2016 – 33%; 2013 г. – 20%). Данный показатель является чрезвычайно важным

¹ Дмитрий Медведев провел совещание по вопросам федерального бюджета на 2019 год и плановый 2020-2021 годов в части обеспечения программ регионов [эл. ресурс]: <http://www.minkavkaz.gov.ru/press-center/news/6642/>.

² Итоговый доклад деятельности Министерства РФ по делам Северного Кавказа в 2017 году и задачах на 2018 год [эл. ресурс]: http://www.minkavkaz.gov.ru/upload/iblock/f3c/1.-_-2017_pages_deleted.pdf.

для успешного развития округа, так как непосредственно влияет как на туристическую, а также и инвестиционную привлекательность региона.

Другими также важными факторами, влияющие на формирование позитивного имиджа республики, можно назвать: интересная традиционная культура, национальные виды спорта и формирование российской идентичности в данном пространстве. Довольно интересным проектом является ярмарка брендов «Сделано на Кавказе», на котором проходит демонстрация экономического потенциала каждой Республики СКФО.

В Москве также актуализируется целенаправленное формирование позитивного имиджа региона, например, создание граффити, посвященным курортам СКФО, на центральных улицах Москвы, бизнес-форум «Инвестируй в Кавказ!» и т. д.

Основными задачами социально-экономического развития Карачаево-Черкесской Республики являются создание комфортных условий проживания в КЧР, повышение уровня и качества жизни, достижение высоких темпов устойчивого развития КЧР на основе использования конкурентных преимуществ Республики, формирование имиджа КЧР как «стабильно развивающейся экологически чистой Республики»¹.

В целях повышения имиджа республики также необходимо создавать условия для формирования гражданской идентичности. Так, в 2015 году было проведено обширное исследованное, вызывающее научный интерес «Самоидентификация молодежи Северного Кавказа как фактор национальной безопасности», а в 2011 году «Северный Кавказ: молодое поколение между традицией и модернизацией». Согласно данным исследования, проведенного в 2015 году молодые люди положительно оценивали деятельность органов власти Российской Федерации. Так, индекс удовлетворенности Президентом Российской Федерации достиг 95,0% в КЧР².

Также, на наш взгляд, повышение статуса региона возможно оценить, рассмотрев социально-экономической ситуации в республике. Так, согласно данным исследования в КЧР молодежь рассматривает социальную защищенность – 57,0%, дисциплину и порядок – 57,0%, развитие информационных технологий – 58,0%, развитие промышленности – 46,0%, развитие искусства – 52,0%, важность карьеры – 44,0%, гражданские и политические свободы – 56,0%, вза-

¹ Стратегия социально-экономического развития Карачаево-Черкесской Республики [эл.ресурс]: <http://economykchr.ru/strategicheskoe-planirovanie-analiz-i-prognozirovanie/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5/370-strategiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-v-kchr-do-2035-goda>.

² Самоидентификация молодежи Северного Кавказа как фактор национальной безопасности (2016) // Центр стратегических исследований религии и политики современного мира [эл.ресурс]: <http://kavpolit.com/tsiripsm/>.

имопонимание и доверие между людьми – 61,0%, патриотизм и любовь к родине – 67,0%, уважение к религии – 73,0%¹.

Другим интересным и актуальным исследованием по данной тематике является «Идентичность и жизненные стратегии студенчества в России» под редакцией В.А. Тишкова. Согласно его данным в 2014 г. молодежи в СКФО была особенно характерна региональная идентичность. Более половины их них (56,0%) ассоциируют Родину со своим регионом и половина (51,0%) – со страной в целом. Для сравнения в ЮФО значимость региона ниже (43,0%) [Тишков, Бараш, Степанов: 82]. Также следует рассмотреть отношение к мигрантам, во многих регионах крайне негативное восприятие студентами мигрантов (42,0%) [Межэтнические...: 11].

Формирование позитивного имиджа КЧР представляется весьма актуальной задачей. Имидж региона, согласно Ф. Котлеру, выступает как «упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанных с данным местом» [Цветокон]. Имидж территории связан не только с ее позиционированием среди других субъектов, но и с ее восприятием на международном уровне. Вследствие этого проблема формирования имиджа становится делом как специалистов по связям с общественностью, так и заботой правительств. В современных условиях у деятельности по построению имиджа и формированию репутации региона нет конкретного адресата. Вследствие этого огромную роль приобретает частота и содержание упоминаний региона в СМИ. Эффективное формирование позитивного образа региона и его внедрение в сознание населения требует вовлечения всего диапазона коммуникативных технологий: медиарилейшнз, событийный PR и неформальные коммуникации регионального лидера [Сулейманова: 30].

По мнению Э. А. Галумова, у государства есть «несколько объективных имиджей: экономический, социальный, гуманитарный, политический, культурный, экологический и т.д.» [Галумов].

И. Важенина считает, что основой существования имиджа региона является индивидуальность территории. Территориальная индивидуальность включается в себя, во-первых, официальные характеристики территории (название, местоположение, герб, флаг и др.), а также совокупность ресурсов и особенностей территории: природные, демографические, исторические, культурные, социальные, экономические ресурсы и организационно-правовые особенности [Важенина: 92].

Концепция «мягкой силы» Дж. Ная [Nye] основана на комбинации трех ресурсов: культуры страны (привлекательные аспекты), политических ценностях (соблюдении их) и внешней политики (соответствие международной морали). Так или иначе, КЧР сегодня заслуживает взвешенной, в полной мере раскрывающей потенциал республики имиджевой политики. Разработка региональных и город-

¹ Исследование ВЦИОМ, 2015 г. [эл.ресурс]: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/ns_doklady/2016/sev_kavkaz.pdf

ских брендов и работа по созданию благоприятного имиджа становятся модным трендом. Для регионов РФ разработка стратегии по формированию имиджа являются особенно актуальными в силу большого количества территорий и их географического, исторического, культурного разнообразия. Улучшение регионального представительства в общественном сознании, проводимое территориями системно и целенаправленно, имеет также и общегосударственное значение.

Источники

Важенина И.С. (2012). Бренд территории: сущность и проблемы формирования // *Маркетинг в России и за рубежом*. №2. С. 91-101.

Галумов Э.А. (2003). *Международный имидж России: стратегия формирования*. М.: Известия.

Межэтнические и конфессиональные отношения в Южном федеральном округе. Экспертный доклад РНЦ. (2013). Под ред. В.А. Тишкова, Л.Л. Хоперской, В.В. Степанова. Ростов-на-Дону.

Савченко И.А., Снегирева Л.А., Устинкин С.В. (2017). Трансформации молодежного религиозного сознания: тенденции и противоречия // *Власть*. №5. С. 29-35.

Сулейманова Ш.С. (2018). Эффективность информационного обеспечения государственной политики // *Коммуникология*. Том. 6. №1. С. 15-33.

Тишков В.А., Бараш Р.Э., Степанов В.В. (2017). Идентичность и жизненные стратегии студенчества в России // *Социология молодежи*. №8. С. 81-88.

Цветков Н.А. (2013) *Формирование эффективного имиджа региона*. Дисс. ... канд. психол. наук. М.: РАНХиГС.

Montville J.V. (1991). *Conflict for Peacemaking in Multiethnic Societies*. Lexington, M.A.: Lexington Books.

Nye J.S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

■ ■ ■ Formation of a Positive Image of the Karachay-Cherkess Republic in the Russian Information Space (sociological approach)

Janna N. Toriya

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPА), Moscow, Russia.

Abstract. The paper is dedicated to the analysis of the image of the North Caucasus Federal District, in particular, the Karachay-Cherkess Republic from the point of view of tourism and investment potential. Based on statistical data on the region and the main directions of the socio-economic development of the republic, the author reveals the content of the image of the territory and the factors influencing the formation of a positive image. The author have assessed the impact of positive civic identity on the image of the republic as a whole, the national (ethnic composition) of the republic and the birth rate. Based on the results of sociological polls conducted in the Karachay-Cherkess Republic, the author concludes that the republics of the North Caucasus have specific features: religiousness of the population, adherence to traditions, a high level of civic identity, and a positive assessment of the activities of government bodies.

Key words: successful region, attractiveness of the region, sustainability, competitive advantages, preservation of traditional foundations, positive image, civil identity

For citation: Toriya J.N. Formation of a positive image of the Karachay-Cherkess Republic in the Russian information space (sociological approach). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.5. P. 99-106. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-5-99-106.

Inf. about the author: Janna Nodarovna Toriya, postgraduate student of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84. *E-mail:* jannatoria@mail.ru.

Received: 03.10.2018. *Accepted:* 21.10.2018.

References

- Galumov E.A. (2003). Russia's international image: strategy of formation. Moscow: Izvestia (In Rus.).
- Interethnic and confessional relations in the Southern Federal District. Expert report RNC (2013). Ed. V.A. Tishkova, L.L. Khoperskoy, V.V. Stepanova. Rostov-on-Don (In Rus.).
- Montville J.V. (1991). Conflict for Peacemaking in Multiethnic Societies. Lexington, M.A.: Lexington Books.
- Nye J.S. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs.
- Savchenko I.A., Snegireva L.A., Ustinkin S.V. (2017). Transformations of youth religious consciousness: tendencies and contradictions. *Power*. No.5. P. 29-35 (In Rus.).
- Suleymanova Sh.S. (2018). Efficiency of information support of public policy. *Communicology*. Vol. 6. No.1. P.15-33 (In Rus.).
- Tishkov V.A., Barash R.E., Stepanov V.V. (2017). Identity and life strategies of students in Russia // *Sociology of youth*. No.8. P. 81-88 (In Rus.).
- Tsvetkov N.A. (2013) Formation of an effective image of the region. Diss. ... cand. psychol. sciences. M.: RANEPА (In Rus.).
- Vazhenina I.S. (2012). Brand territory: the nature and problems of formation. *Marketing in Russia and abroad*. No.2. P. 91-101 (In Rus.).