

УДК 070 : 004 : 659.4

ББК 76.0 : 60.842

X 15

Хажгериева А.А.

Ассистент кафедры литературы и журналистики Адыгейского государственного университета, e-mail: axazhgerieva@mail.ru

Сетевые СМИ как инструмент формирования положительного имиджа Республики Адыгея
(Рецензирована)

Аннотация:

Рассматриваются информационные ресурсы интернет-пространства как инструмент формирования и продвижения положительного имиджа региона. Особое внимание уделяется интернет-СМИ как самому доступному источнику получения информации, имеющему неограниченную аудиторию. Целью исследования является установление источников информирования аудитории, рассмотрение их роли в процессе продвижения бренда Адыгеи, формирование ее позитивного имиджа. Предпринимается попытка внести определенный вклад в исследование способов формирования имиджа региона в информационном пространстве, повышения популярности и узнаваемости Республики Адыгея по сетевым СМИ. Основанием исследования является освещение имиджа Республики Адыгея, ее образа в сетевых СМИ в общероссийском медийном пространстве. Данные, полученные в рамках поставленной проблемы научного исследования, основанной на изучении многочисленных источников, способствуют определению достоверности источников информации в сети Интернет. Делается вывод о том, что ведущей тенденцией массмедиа в российском информационном пространстве становится внедрение интерактива, что приводит к стремительному распространению информации о регионе, продвижению бренда «Республика Адыгея», ее позитивного имиджа. Полученные данные могут найти применение в процессе оптимизации формирования образа Республики Адыгея, ее положительного имиджа, что расширит возможности по привлечению в регион инвестиций, делая ее более привлекательной для жителей и туристов.

Ключевые слова:

Имидж Республики Адыгея, позитивный имидж региона, СМИ, интернет-ресурс, региональное информационное агентство, территориальный бренд, событийный туризм, сетевые СМИ.

Khazhgerieva A.A.

Assistant Lecturer of the Department of Literature and Journalism, Adyghe State University, e-mail: axazhgerieva@mail.ru

Electronic media as tool to form positive image of the Adyghea Republic

Abstract:

Information resources of the Internet space are explored as a tool to form and advance the positive image of the region. Special attention is paid to Internet mass-media as to the

available source of obtaining information having unlimited audience. A research objective is to reveal the audience informing sources, their role in advancing a brand of Adyghea, and to form its positive image. An attempt is undertaken to make a certain contribution to a research of ways of formation of the region image in information space, to increase its popularity and to recognize the Adyghea Republic by electronic media. The basis of this research is elucidation of image of the Adyghea Republic in network media in the Russian media space. The data obtained within this scientific research are based on studying numerous electronic media sources and promote definition of information source reliability on the Internet. The conclusion is drawn that introduction of an interactive becomes the leading tendency of mass media in the Russian information space. This circumstance leads to rapid distribution of information on the region, on the advance of the Adyghea Republic brand, and on its positive image. The obtained data can find application in the course of optimization of the Adyghea Republic positive image formation. This will expand opportunities for attracting investments to the region, doing it more attractive to inhabitants and tourists.

Keywords:

Image of the Adyghea Republic, positive image of the region, media, Internet resource, regional news agency, territorial brand, event tourism, electronic media.

Одним из важнейших направлений коммуникативной деятельности государства является формирование имиджа региона, поскольку он становится реальным и чрезвычайно важным ресурсом ее политики, экономики, финансов, инвестиционной составляющей и торговли. Позитивный имидж Адыгеи, ее репутация в деловых и общественно-политических кругах становятся ведущими факторами продвижения интересов региона, важнейшим конкурентным преимуществом и инструментом для создания инвестиционно-привлекательной, конкурентоспособной среды.

Политикой продвижения бренда Республики Адыгея его позиционирования, формированием ее позитивного имиджа занимается Комитет Республики Адыгея по делам национальностей, связям с соотечественниками и средствам массовой информации (Официальный сайт - <http://www.adygkomnasc.ru>) [1]. Комитетом проводятся мероприятия по укреплению и продвижению позитивного имиджа республики. Одним из подобных мероприятий по привлечению внимания к проблеме СМИ стал пресс-тур для журналистов с целью формирования положительного имиджа Республики Адыгея, в целях продвижения брендов Республики Адыгея -

«Черкеска», «Адыгейский сыр», «Адыгея - жемчужина туризма», который состоялся 26-27 июня 2015 года на территории Республики Адыгея. Мероприятие было организовано в рамках государственной программы «Укрепление межнациональных отношений и патриотическое воспитание на 2014 - 2018 годы» с целью формирования положительного имиджа республики, повышения профессионального мастерства журналистов, обмена опытом. Пресс-тур собрал около 50 журналистов федеральных, региональных и муниципальных СМИ.

Инвестиционная стратегия Республики Адыгея до 2025 года предусматривает систему целей, задач и приоритетов инвестиционной политики Республики Адыгея, способствующих достижению долгосрочных стратегических целей и формированию благоприятного инвестиционного климата.

В политической и экономической сфере в течение последних лет происходят события, которые оказывают большое влияние на развитие всех регионов страны и Республики Адыгея в том числе. Так 2014 год оказался переломным для российского туризма – в первую очередь, по политическим причинам. За успешно ор-

ганизованной Олимпиадой в Сочи последовало возвращение Крыма в состав Российской Федерации: эти события в конечном итоге повлекли за собой переоценку рекреационного богатства России. Проблема неосвоенности внутренних туристических направлений стала актуальной темой в политических и экономических дискуссиях и обозначила необходимость в реализации туристического потенциала страны и регионов. В то же время политика импортозамещения помогла многим россиянам по-новому взглянуть на невероятный потенциал отдыха в пределах российской границы.

Сетевое издание «Газета.ру» разместило аналитический прогноз российского рынка туристических услуг на 2016 год: «События уходящего года оказались для российского внутреннего туризма в целом положительными. Ослабление курса рубля, ухудшение отношений с популярными туристическими странами, в том числе и политическое, — все это вынуждает россиян откладывать зарубежные поездки и искать варианты внутри страны. Ростуризм прогнозирует рост внутреннего туризма на 30%» [2].

Проанализируем некоторые интернет-ресурсы за 2016 год на предмет повышения популярности и узнаваемости Республики Адыгея, укрепления и формирования ее позитивного имиджа по средствам массовой информации. Рассмотрим публикации на сайтах и информационных порталах, зарегистрированных как СМИ, так как они являются самыми доступными и удобными источниками для получения информации из сети Интернет. Однако юридически информация из Интернета не всегда считается достоверной, за исключением тех случаев, когда у ресурса есть свидетельство о регистрации в качестве СМИ. В этом случае он несет юридическую ответственность за любую опубликованную информацию. Также можно доверять официальным информационным агентствам, например ИТАР-

ТАСС, Интерфакс, РИА «Новости», которые имеют в Интернете свои серверы.

В ст. 8 Закона РФ от 27.12.1991, № 2124-1 говорится: «Сайт в информационно-телекоммуникационной сети Интернет может быть зарегистрирован как сетевое издание в соответствии с настоящим Законом. Сайт, в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, не зарегистрированный в качестве средства массовой информации, средством массовой информации не является» [3].

При обращении к интернет-ресурсу следует обращать внимание на наличие реквизитов свидетельства о регистрации СМИ Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

На сайте сетевого издания «Интерфакс-Туризм», в ленте новостей от 25.01.2016 года сообщили: «Турпоток в Адыгею в 2015 году вырос на 10%» [4].

Так по итогам 2015 года пресс-служба комитета по курортам и туризму республики Адыгея сообщила, что Республике Адыгея в 2015 году посетили 359 тыс. туристов, что на 10% превышает показатель 2014 года. Республика Адыгея ожидает дальнейшего роста турпотока, в связи с чем здесь увеличивается количество мест для размещения, строятся новые туркомплексы, разрабатываются антикризисные предложения и комплексные программы для туристов.

На популярном информационном портале «Strana.ru» 4 апреля 2016 года в новостях размещено сообщение председателя комитета по туризму и курортам республики Адыгея Инвера Калашаова: «Количество туристов, экскурсантов и гостей, посетивших республику, по итогам 2015 года составило около 359 тыс. человек».

Объем услуг предприятий и организаций санаторно-курортной сферы за тот же период вырос на 11%, превысив 430,5 млн рублей. Количество мест в пансионатах, гостиницах и гостевых домах достигло шести тысяч.

Рост интереса к Адыгее, считает И. Калашаов, связан и с развитием событийного туризма, проведением этнографических, культурных мероприятий и фестивалей, таких, например, как «День адыгской груши», «Праздник адыгской тыквы» [5].

10 мая 2016 года «Интерфакс-Туризм» размещена новость: «За первую неделю мая Адыгея приняла около 45 тыс. туристов из разных регионов России, ближнего и дальнего зарубежья», сообщили агентству «Интерфакс-Юг» в республиканском комитете по туризму и курортам.

С развитием внутреннего туризма в России, власти региона ежегодно отмечают рост туристического потока. Гости привлекают национальная кухня, экологически чистые продукты и традиции гостеприимства. Кроме россиян, интерес к туристическим продуктам Адыгеи проявили финский туроператор *Futurist*, марокканский оператор *Royal Holidays*. Компанией «Интурист-Адыгея» достигнута предварительная договоренность и заключено 8 соглашений о сотрудничестве по приему групп из Китая, Ливана, Ирана, Голландии, Иордании, Австрии и Германии [6].

На официальном сайте Комитета Республики Адыгея по туризму и курортам 25 января 2016 года была размещена информация о итогах 2015 года. В ней говорится, что, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, в туристической отрасли Адыгеи по итогам 2015 года наблюдается рост основных показателей: «Это результат активной работы республиканской власти по продвижению туристического продукта Республики Адыгея, созданию инфраструктуры и условий для развития туристического комплекса. За последнее время на эти цели направлено около 3 миллиардов рублей. Только в прошлом году в рамках проекта «Ворота Лаго-Наки» было израсходовано 437,5 млн. рублей из федерального и регионального бюджетов на строительство объектов

газо- и водоснабжения. В 2016 году реализация проекта и дальнейшее развитие инфраструктуры продолжится. Эта работа находится в центре внимания Главы РА Аслана Тхакушинова» [7].

Таким образом, можно сделать вывод, что закрытие ряда зарубежных направлений дает развитие внутреннему туризму. В регионах ожидается еще больший приток туристов. Поэтому в Адыгее увеличивают число мест для размещения, строятся новые туркомплексы. А с учетом меняющейся ситуации на туристическом рынке туроператоры республики разрабатывают антикризисные предложения, комплексные программы.

Акцент также сделан на развитие событийного туризма. В прошлом году множество туристов привлекли фестиваль бэккантри и фрирайда «Лагонаки-2015», этнофестиваль «Лаго-Наки. Сокровища народов Адыгеи», соревнования по внедорожному автотуризму «Февральские окна – 2015», финала Кубка России по классическому ралли, весенние туристско-спортивные игры «Интерралли Белая», праздничное мероприятие «День Халюжа», этнофестиваль «Лаго-Наки. Кунацкая», праздничный день «Черкесской груши», фестиваль «Лаго-Наки: праздник зимних гор».

Стремительное распространение информации о регионе, продвижение бренда Республики Адыгея, ее позитивного имиджа происходит благодаря ряду преобразований (политических, технических, экономических и социальных), внедрению высоких информационных технологий. Неотъемлемой частью массмедиа в российском информационном пространстве становится внедрение интерактива, где важнейшее место занимает обратная реакция получателя. Новые информационно-коммуникативные технологии позволили получателю не только выбирать нужную информацию, но и самому определять повестку дня [8: 255]. Важную роль в этом процессе играет появление и распространение Интернета

в общероссийском медийном пространстве, принципы, лежащие в основе функционирования Интернета, стали преобразовывать структуру СМИ.

Горный ландшафт Адыгеи дает уникальную возможность развития практически всех видов туризма. Работа по расширению спектра предоставляемых услуг, наращиванию возможностей по приему туристов, в полной мере удовлетворяющих растущий спрос на отдых, становится неотъемлемой частью регио-

нальной политики Республики Адыгея. Отражение событий и мероприятий, которые проводятся в рамках региональной политики в СМИ, формируют имидж Республики Адыгея, влияют на ее популярность и узнаваемость. Поэтому сегодня для привлечения внимания к региону как к уникальному туристическому объекту необходим комплекс мероприятий в рамках региональной политики по продвижению бренда Республики Адыгея и его позиционированию.

Примечания:

1. Комитет Республики Адыгея по делам национальностей, связям с соотечественниками и средствам массовой информации. Официальный сайт. URL: <http://www.adygkomnasc.ru>
2. Электронное издание «Газета.Ру». URL: <http://www.gazeta.ru/business/2015/12/28/7987079.shtml> Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-63699 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 16.11.2015 г
3. АИФ Адыгея. URL: http://www.adigea.aif.ru/society/archive/v_adygee_proshyol_press-tur_dlya_predstaviteley_smi
4. Сетевое издание «Интерфакс». URL: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/31563> Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-49298 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 06 апреля 2012 года.
5. Информационный портал «Страна.Ру». URL: <http://strana.ru/journal/news/24383686> Свидетельство о регистрации СМИ Эл № 77-8592 от 10 февраля 2004 года.
6. Сетевое издание «Интерфакс». URL: [http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/33362/...](http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/33362/)
7. Официальный сайт Комитета республики Адыгея по туризму и курортам. URL: <http://www.adygcomtur.ru/news.php?id=905&print=yе>
8. Кравченко Н.П., Шувалов С.С. Конвергенция как элемент становления, укрепления и развития перспективной коммерческой модели современных российских региональных СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2014. Вып. 2. С. 252 - 256.

References:

1. The Committee of the Republic of Adygheya for affairs of nationalities, relations with compatriots and mass media. The official site. URL: <http://www.adygkomnasc.ru>
2. The electronic edition of «Gazeta.ru». URL: <http://www.gazeta.ru/business/2015/12/28/7987079.shtml> Certificate of registration of mass media El No. FS77-63699 issued by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor) 16.11.2015.
3. AIF Adygheya. URL: http://www.adigea.aif.ru/society/archive/v_adygee_proshyol_

press-tur_dlya_predstaviteley_smi

4. Network edition of «The Interfax». URL: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/31563> Certificate of registration of mass media EI No. FS77-49298 is issued by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor) April 6, 2012.
5. Information portal «Strana.Ru». URL: <http://strana.ru/journal/news/24383686> Registration certificate of mass media EI No. 77-8592 of February 10, 2004.
6. Network edition of «The Interfax». URL <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/33362/>
7. The official website of the Committee of the Republic of Adygheya for tourism and resorts. URL: <http://www.adygcomtur.ru/news.php?id=905&print=ye>
8. Kravchenko N.P., Shuvalov S.S. Convergence as an element of formation, strengthening and development of promising commercial model of modern Russian regional mass media // Bulletin of Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. Maikop, 2014. Iss. 2, P. 252-256.