**Александр Юрьевич Евсеев**

Северо-Западный институт Российской Академии народного хозяйства

и государственной службы при Президенте Российской Федерации

evseevau@mail.ru

**Медиа Чеченской республики в продвижении имиджа Северного Кавказа**

В статье характеризуется система чеченских СМИ, предлагается имиджевая проекция Северного Кавказа в интерпретации республиканских медиа. Делается вывод о необходимости принципиальной корректировки имиджа, а также изменении акцентов в подаче информационных материалов о регионе.

Ключевые слова: Северный Кавказ, Чеченская республика, Российская Федерация, СМИ, общественное мнение, имидж.

В условиях бурного развития национальной журналистики республик Северного Кавказа и появления новых информационно-коммуникативных технологий медиаландшафт региона трансформируется, что объективно приводит к формированию единой взаимосвязанной медиасистемы. При этом ни одно из новейших СМИ не заменяет имеющиеся, а дополняет их, становясь важнейшим аккумулятором дальнейшего развития. Интенсивная смена форм региональной национальной журналистики стала возможной при организационном удешевлении процесса создания СМИ [4: 119], что подразумевает изменение качества информационного продукта и трансформации государственной медиаполитики с учетом социально-культурных и национальных особенностей региона.

На первый план выходят региональные информационные агентства («Грозный-Информ», «Чечня Сегодня», «ЧеченИнфо»), деятельность которых осуществляется преимущественно на русском языке – для расширения целевой аудитории и обеспечения коммуникации с федеральными СМИ. Новостные двуязычные телерадиокомпании (ЧГТРК «Грозный», филиал ВГТРК ГТРК «Вайнах», духовно-просветительский, исламскийТРК «Путь») распределяют эфирное время между программами на русском и чеченском языках в пропорции 50% на 50% [2: 11].

Важное место в структуре печатных СМИ ЧР занимают периодические издания, имеющие республиканский и городской статус. К ним относятся газеты «Вести Республики», «Даймохк» («Отечество»), «Молодёжная смена», «Столица +» и журналы «Орга» («Аргун»), «Вайнах», «СтелаIад» («Радуга»), которые выпускаются за счёт «бюджетных средств и финансируются Министерством ЧР по национальной политике, печати и информации [3].

Журналы религиозной тематики («Свет», «Зори Ислама»), некоторые общественно-политические и литературно-художественные издания («Вайнах» и «Орга») выпускаются только на чеченском языке, что способствует сохранению и развитию языковой и этнической культуры чеченского народа. Государственное участие в развитии этнических СМИ является определяющим, а республиканское Министерство по национальной политике, внешним связям, печати и информации является, как правило, единственным учредителем республиканских СМИ.

СМИ Чеченской Республики формируют имидж Северного Кавказа в качестве уникальной территории с неповторимым ландшафтом, объединяющей и пространственно, и духовно самобытные горские народы с «богатым культурным разнообразием и мудростью вековых традиций» [1: 198].

Чечня – это демографически стабильный регион с избыточным по российским меркам населением, экономически-перспективный, обладающий мощным природно-сырьевым потенциалом, развитым сельским хозяйством, современной инфраструктурой. Однако в массовом сознании россиян бытует представление, что власть в центре предлагает необоснованно завышенные дотации бесперспективному с экономической точки зрения региону. Это требует изменений в представлении аудитории о регионе, репрезентации таких принципов, как укрепление российской гражданской идентичности, утверждение идей и ценностей, объединяющих представителей различных национальных общин на полях духовной и культурно-социальной реализации.

Литература

1. Ежова Е.Н. Стратегия формирования имиджа Северного Кавказа // Материалы международной научной конференции «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике» / Ред.-сост. Д.П. Гавра. СПб., 2016. № 2. С. 134–137.
2. Мальсагова А.Б. Становление и развитие системы Чеченской Республики в постсоветский период (1992–2017 гг.). Дисс. ….канд. филол. н. М., 2019.
3. Печатные СМИ Чеченской Республики // Сайт информационного агентства «ЧеченИнфо». <http://checheninfo.ru/pechsmi.html>.
4. Шилина М.Г. Инновационные стратегии брендинга России в условиях вызовов цифровой экономики // Сб. тез. VI междунар. науч.-практ. конф. «Брендинг как коммуникативная технология ХХI века» / Под ред. И.А. Аренкова. СПб.: СПбГЭУ, 2018. С. 117–121.