

Арктика и Север. 2024. № 57. С. 115–135.

Научная статья

УДК [304.42:331](985)(045)

DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.57.115>

Медиаобраз Арктики: решение задачи кадрового обеспечения региона

Зашихина Инга Михайловна^{1✉}, кандидат философских наук, доцент

¹Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, набережная Северной Двины, 17, Архангельск, Россия

¹zashikhinainm@mail.ru[✉], ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8217-2302>

Аннотация. Статья посвящена актуальному вопросу кадрового обеспечения российской Арктики. К потенциальным трудовым кадрам Арктики сегодня относят представителей поколения Z, выпускников российских вузов. Задача привлечения трудовых ресурсов в Арктику имеет своей адресной аудиторией молодёжь. Проводником государственной политики являются средства массовой информации. СМИ обеспечивают публичные нарративы социальных конструктов. С помощью СМИ происходит репрезентация такого важного для государства социального конструкта, как российская Арктика. Устоявшийся медийный образ Арктики включает в себя характеристики, связанные с суровыми погодными условиями местности, ресурсностью региона, его военным потенциалом, экологическими проблемами. Традиционные компоненты медиаобраза Арктики имеют слабое значение с точки зрения освещения кадрового потенциала региона. Существующий медиаобраз Арктики является неинформативным для потенциальных трудовых кадров Арктики в связи с особенностями потребления и обработки информации публичного характера молодёжью. Для контента медиаобраза важна прямая прагматическая составляющая, имеющая непосредственное отношение к вопросу трудовой вакансии, условий проживания, работы и образа жизни в локации вакантного места. Методологической базой исследования являются современные публикации на обозначенную тематику и данные социологического опроса студентов арктического вуза. Цель исследования — определить, каким должен быть медиаобраз Арктики, чтобы соответствовать государственной стратегии российского правительства по развитию АЗРФ. В результате выработаны рекомендации по корректировке медиаобраза Арктики для решения задачи кадрового обеспечения Арктики. Новизна исследования заключается в данных, полученных в ходе опросов студентов арктического вуза, которые позволяют оценить степень осознания молодыми людьми возможностей применения профессиональных компетенций в освоении Арктики. Исследования, посвящённые изучению особенностей современной молодёжи, в том числе в вопросе потребления СМИ, также составляют научную новизну в исследовании инструментов по формированию кадров Арктики. Практическую значимость представляют возможности, которые обеспечат новый медиаобраз Арктики для создания кадрового потенциала АЗРФ.

Ключевые слова: трудовые кадры Арктики, молодёжь, медиаобраз Арктики, цифровые СМИ, блогеры

Media Image of the Arctic: Towards Qualified Human Resources

Inga M. Zashikhina^{1✉}, Cand. Sci. (Phil.), Associate Professor

¹Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Naberezhnaya Severnoy Dviny, 17, Arkhangelsk, Russia

¹zashikhinainm@mail.ru[✉], ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8217-2302>

* © Зашихина И.М., 2024

Для цитирования: Зашихина И.М. Медиаобраз Арктики: решение задачи кадрового обеспечения региона // Арктика и Север. 2024. № 57. С. 115–135. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.57.115>

For citation: Zashikhina I.M. Media Image of the Arctic: Towards Qualified Human Resources. *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2024, no. 57, pp. 115–135. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.57.115>



Статья опубликована в открытом доступе и распространяется на условиях лицензии [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abstract. The article is devoted to the relevant topic — the Russian Arctic labor resources. The potential labor force of the Arctic today includes representatives of generation Z, graduates of Russian universities. The strategic issue of attracting labor resources to the Arctic has a target audience of young people. The governmental policy agent is mass media. The media provide public narratives of social constructs. The media are used to represent such an important social construct for the state as the Russian Arctic. The established media image of the Arctic includes characteristics related to the harsh weather conditions, the region's resource endowment, its military potential, and environmental problems. The traditional components of the media image of the Arctic have little significance in terms of highlighting the region's human resource potential. The existing media image of the Arctic is uninformative for potential Arctic labor force due to the features of public information consumption and processing by young people. The content of the media image has a specific pragmatic component that is directly related to the issue of labor vacancies, living conditions, work and lifestyle in the location of the vacancy. The aim of the study is to determine the media image of the Arctic corresponding to the Russian government's strategy for the development of the area. As a result, recommendations are made to adjust the media image of the Arctic to solve the problem of staffing the Arctic. The scientific novelty of the study is in the data obtained through surveys of Arctic university students. This data allows us to assess the degree of young people's awareness of the possibilities for applying professional competencies in the development of the Arctic. The study of the modern youth features, including the character of media consumption, also constitutes scientific novelty in the study of tools for the formation of Arctic workforce. Practical significance is represented by the possibilities that will provide a new media image of the Arctic for the creation of human resources potential of the AZRF.

Keywords: *Arctic labor resources, youth, media image of the Arctic, digital media, bloggers*

Введение

В России действует политика управления социально-экономическим развитием Арктической зоны РФ¹. Инновационная модернизация в управлении территориями подразумевает взвешенный и продуманный подход в распределении любых ресурсов, направленных на развитие страны. Времена экстенсивного социального развития канули в лету в связи с возрастающими экологическими рисками и распространением интеллектуальных форм менеджмента и программных компьютерных технологий. Грамотное освоение АЗРФ включает в себя синергетическую консолидацию усилий со стороны государственного аппарата, бизнеса, области образования, научно-исследовательских учреждений и публичной сферы [1, Zaikov K.S., Kondratov N.A., с. 126].

Развитие АЗРФ невозможно без человеческого присутствия в суровых арктических условиях, несмотря на широкое использование ИКТ и робототехники в инженерных и технологических процессах. Провозглашается задача формирования капитала российской Арктики, «восприимчивого к инновациям, готового к включению в научные и производственные процессы в условиях стремительно обновляющихся технологий» [2, Липкин А.В., с. 13]. В то же время специалисты отмечают дисбаланс спроса и предложения на рынке труда АЗРФ. Выпускники трудоустраиваются не по профессии. Такая ситуация имеет последствия как в виде снижения профессионального уровня выпускников, так и в

¹ Распоряжение Правительства РФ от 15 апреля 2021 г. № 996-р «Об утверждении единого плана мероприятий по реализации Основ государственной политики РФ в Арктике на период до 2035 года и Стратегии развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400560856/?ysclid=lr0ba7xbzf849734262> (дата обращения: 05.02.2024).

виде сокращения интеллектуального потенциала АЗРФ [3, Корчак Е.А., с. 1626]. На фоне всё чаще звучащих заявлений о том, что необходимо наращивать квалифицированные трудовые кадры в Арктике, исследователи говорят о низких темпах развития человеческого капитала в этой зоне [4, Каргинова-Губинова В.В., с. 8]. Регистрируются высокие темпы миграции молодёжи с Севера.

Фиксируемые экспертами проблемы говорят о том, что социальная политика создания кадрового потенциала в Арктике нуждается в доработке. Необходимо подумать о механизме создания условий для удержания и привлечения молодёжи в АЗРФ. Одним из средств социальной политики традиционно является создание одобряемого обществом нарратива [5, Boughton M.]. Нарратив, или репрезентация того или иного объекта, создаётся средствами массовой культуры: кино, литературы, изобразительного искусства. Огромный вклад в создание публичного нарратива вносят СМИ, порождая медиаобраз социального конструкта. За счёт объёмов информации и постоянной трансляции той или иной точки зрения СМИ под силу сформировать отношение широких масс людей к обсуждаемому вопросу [6, Терских М.В., с. 200].

Медийный образ советской Арктики был связан с жизнью полярников и включал в себя существенную долю романтики, героизма, отваги, которую проявляли немногие чудаки, осмелившиеся поехать в суровые края. Образ Арктики, создаваемый современными СМИ, несколько расширил понимание северных территорий, добавив таких прагматических составляющих, как потенциал, ресурсность региона. Несмотря на изменения в медиаобразе, исследования показывают, что сегодня Арктика предстаёт как далёкий и трудный для жизни регион [7, Жигунов А.Ю.]. Следует констатировать, что существующий медийный образ не сделал Арктику более понятной и привлекательной для жизни. При рассмотрении медийного образа Арктики как части публичной политики возникает понимание его ущербности в рамках государственной стратегии по развитию АЗРФ.

В связи с тем, что молодёжь является основой для формирования кадрового потенциала, осваивающего Арктику, возникают вопросы:

- Какой информацией об Арктике владеет современный потребитель СМИ-контента?
- Как знания об Арктике, получаемые читателем / зрителем СМИ, определяют публичное отношение к вопросу современного освоения АЗРФ?
- Насколько продуктивен формируемый в СМИ образ Арктики для её развития?
- Каким должен быть медиаобраз Арктики, чтобы соответствовать государственной стратегии российского правительства по развитию АЗРФ?

Ответ на последний вопрос стал целью настоящего исследования. В результате работы предполагаются рекомендации по корректировке медиаобраза Арктики в целях решения задачи развития человеческого капитала Арктики и её кадрового обеспечения. Предложения по изменению медиаобраза Арктики основаны на исследованиях, посвящённых изучению взглядов современной молодёжи, в том числе на данных об

особенностях потребления СМИ молодым поколением, что составляет научную новизну в изучении инструментов по привлечению трудовых кадров в Арктику. Помимо этого, новизну исследования представляют данные опросов студентов арктического вуза, которые позволяют оценить степень осознания молодыми людьми возможностей применения собственных компетенций в деле освоения Арктики. Практическая значимость работы заключается в перспективах, которые обеспечат новый медиаобраз Арктики для создания кадрового потенциала для работы в АЗРФ.

Методология

Основанием для исследования стал следующий факт: было выявлено, что *студенты арктического вуза, целью которого является, в том числе, подготовка кадров для работы в Арктике, слабо представляют себе, как они могут применить свои усилия на пользу освоения Арктики*. Так, в 2022–2023 г. мы провели опрос среди 117 студентов уровней бакалавриата и магистратуры социально-гуманитарного кластера Северного (Арктического) федерального университета. Были заданы следующие вопросы:

- Как студенты арктического вуза могут применить полученные профессиональные компетенции для освоения Арктики?
- Что вы знаете об Арктике?
- Откуда вы получили информацию об Арктике?

Ответы на первый вопрос показали, что:

- 67% респондентов полагают, что *никак* не могут быть полезными для освоения Арктики,
- 28% ответили, что, *возможно*, получив образование, смогут быть так или иначе полезными,
- 3% воздержались от ответа (рис. 1).

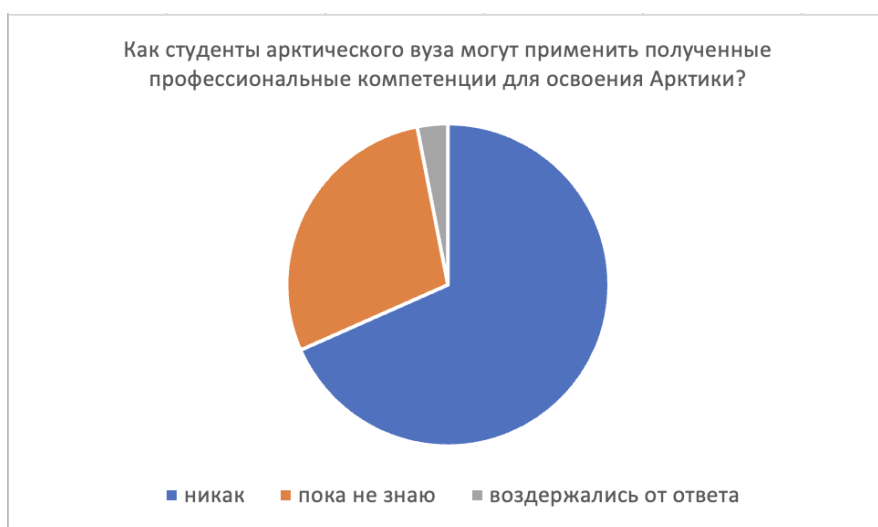


Рис. 1. Как студенты арктического вуза могут применить полученные профессиональные компетенции для освоения Арктики.

Ответы на вопрос: «Что вы знаете об Арктике?» можно сформировать в три основные группы:

- Арктика обладает большими природными ресурсами (77%).
- Арктика — территория критических температур (63%).
- Ничего не знаю (11%).
- Иное (26%) (рис. 2).

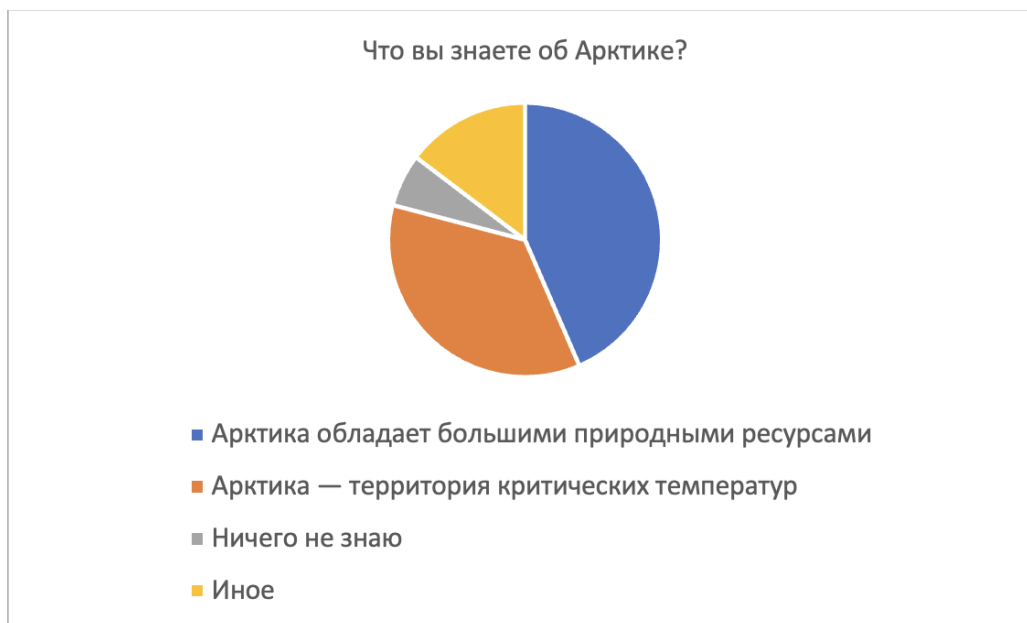


Рис. 2. Что студенты знают об Арктике?

Ответы на вопрос «Откуда вы получили информацию об Арктике?» попадают в следующие группы:

- Из СМИ (69%).
- Из разговоров с окружающими (28%).
- Иное (3%) (рис. 3).



Рис. 3. Откуда студенты получают информацию об Арктике?

Полученная информация даёт основания считать, что:

- молодёжь, которая потенциально может составить кадры для освоения Арктики, мало что знает о проблемах, возникающих в процессе освоения Арктических территорий;
- средствами получения информации об Арктике для молодого поколения в основном являются СМИ и публичное мнение.

Учитывая, что публичное мнение во многом формируется средствами массовой информации, мы задались вопросом: «Почему образ Арктики в СМИ не даёт понимания о проблемах, которые нужно решать в ходе освоения Арктики?». Другим естественно возникающим в данном контексте вопросом стал вопрос «Каким должен быть образ Арктики, чтобы молодёжь рассматривала этот регион как место для работы и жизни?». Для ответа на заданные вопросы мы интервьюировали 50 студентов бакалавриата и 20 студентов магистратуры различных направлений обучения в САФУ. Были заданы вопросы по поводу их критериев для определения места работы и жизни. Ответы на эти вопросы позволяют определить, насколько существующий публичный образ Арктики может рассматриваться современной молодёжью в качестве места работы и жизни. Кроме этого, был проведён анализ существующих научных публикаций по указанным темам. Рассмотренные публикации касаются следующих вопросов:

- Каковы характеристики современной молодёжи, начинающей свой трудовой путь?
- Как молодые люди получают и обрабатывают информацию публичного характера?
- Какую публичную информацию даёт современный медийный образ Арктики?

В результате анализа данных интервью и контента современных научных публикаций даны предложения по дополнению публичного образа Арктики с тем, чтобы эта территория стала местом выбора современной молодёжи для трудоустройства.

Трудовые кадры для Арктики

Арктика нуждается в трудовых кадрах². Направления работы в Арктике связаны с добычей углеводородного сырья, обеспечением логистической инфраструктуры, инженерно-технологическим развитием территорий. Работа на Севере обладает особенностями, которые можно отнести к негативным: природно-климатические условия низких температур, транспортная труднодоступность, социально-психологическая изоляция работающего персонала, ограниченные возможности комфорта, скудность окружающего ландшафта. Перечисленные особенности влекут за собой соответствующие последствия для человека: риски для здоровья, в том числе для психического, появление хронических заболеваний, высокая стоимость жизни, частая смена работающего персонала на предприятиях. Большая часть труда организуется в вахтовой форме. Превалирующая часть

² Развитие Российской Арктики потребует около 180 тысяч новых специалистов. URL: <https://pravdasevera.ru/2022/11/10/636cdd6f3c903a2d8a4e4802.html?ysclid=lqzlmxi7j147122998> (дата обращения: 05.02.2024).

трудовых кадров — мужчины, что объясняется тем, что исторически кадры Арктики составляли прежде всего сотрудники топливно-энергетического комплекса.

Большие надежды в вопросе развития Арктики возлагаются на современную молодёжь, студентов вузов и учреждений среднего профессионального образования [8, Иванова М.В., Зайцев Д.В., с. 47]. Именно они должны составить трудовые кадры для работы в таком сложном для развития макрорегионе, как Арктика. Предполагается, что молодые люди примут решение выбрать АЗРФ в качестве места своей жизни, работы, построения семьи. Однако, по мнению исследователей, современная молодёжь желает комфортной жизни, которая не потребует огромных усилий и даст возможность хорошо заработать и самореализоваться [9, Dombrovskaya A. Yu., Pyrma R.V., с. 173–174]. Соответствует ли карьера в Арктике этим требованиям? Вероятно нет, так же, как и большинство других профессиональных треков. Нет работы, которая была бы одновременно и высокооплачиваемой, и малозатратной, так что вопрос выбора той или иной вакансии молодыми людьми вряд ли определяется исключительно сложностью трудовых условий.

Какие факторы влияют на решение молодых людей в пользу той или иной рабочей позиции? Мы спросили 70 студентов, что они хотели бы знать о вакансии, чтобы сформировать своё решение по поводу будущей работы в экстремальных арктических условиях. Были даны как варианты ответов, так и возможность ответить в свободной форме. Среди вариантов ответов были такие, которые в целом характерны для информационной страницы о любой вакансии:

- зарплата,
- бытовые условия труда,
- возможность карьерного роста,
- медицинская страховка,
- возможность брать отпуск в удобное для работника время,
- возможность повышения квалификации за счёт предприятия,
- возможность льготной ипотеки,
- транспортная доступность территории рабочего места,
- условия для рекреации (учреждения культуры, кинотеатр, спортзал, место для прогулок, организации общепита).

Респонденты выбрали следующие ответы:

- зарплата — 70 человек,
- бытовые условия труда — 70 человек,
- возможность карьерного роста — 63 человека,
- медицинская страховка — 67 человек,
- возможность брать отпуск в удобное для работника время — 59 человек,
- возможность повышения квалификации за счёт предприятия — 50 человек,

- возможность льготной ипотеки — 69 человек,
- транспортная доступность территории рабочего места — 68 человек,
- условия для рекреации (учреждения культуры, кинотеатр, спортзал, место для прогулок, организации общепита) — 70 человек (рис. 4).



Рис. 4. Факторы, влияющие на решение молодых людей при выборе трудовой вакансии.

Выходит, что большая часть предложенной информации является необходимой молодым людям для того, чтобы принять решение о том, насколько вакансия является подходящей. Наиболее любопытными оказались ответы, предложенные в свободной форме. Так, были даны ответы:

- *«Зарплата может быть неплохой, но затраты на поездку к месту работы могут перекрывать все плюсы»;*
- *«Даже если будет дана ипотека, разве в Арктике много вариантов выбора жилья?»;*
- *«Бытовые условия — это в помещении или на открытом воздухе? А если в помещении, то это помещение находится в поле?»;*
- *«Я хотел бы знать, с кем я буду работать. У меня нет знакомых, работающих в экстремальных арктических условиях»;*
- *«Нужна удалённая работа. Сейчас все работают в компьютерах»;*
- *«Не знаю, смогу ли я работать при низких температурах. Скорее всего, нужно будет сначала попробовать. Есть вариант пробной работы?»;*
- *«Хотела бы знать, кто будет моим непосредственным начальником»;*
- *«Нужно давать ссылку на фотографии места работы, компании»;*
- *«А какая работа есть в экстремальных арктических условиях?»;*
- *«Не представляю, как можно описать бытовые условия в Арктике. Что бы ни было написано, нужно побывать на месте работы».*

Как видно, многие ответы даны в форме вопросов. Из утвердительных предложений наиболее показательным кажется последний ответ. Действительно, услышав о работе в Арктике, обыватель задаётся вопросами, а не ответами. Реакция закономерна: человек не может сделать выбор в пользу того, о чём не знает. Общие формулировки типа зарплаты, ипотеки и медицинской страховки, возможно, являются достаточными, если речь идёт о среднестатистическом месте работы. Вакансия в условиях Арктики — это выход за пределы ежедневного опыта. Много ли в публичном поле информации, которая повествовала бы о реальных кейсах работы в Арктике? Есть ли среди наших знакомых такие, которые могут поделиться собственной историей работы на арктических территориях? Если такие всё-таки есть, то насколько их история укладывается в рамки комфортной жизни? Где черпать информацию, достаточную для принятия решения о работе в Арктике?

Характеристика молодёжи как трудового ресурса

Хотя к категории молодёжь исследователи относят население от 12 до 30 лет, в данном исследовании мы остановимся на характеристиках того сегмента молодёжи, который является студентами университета. Такой выбор оправдан потому, что целый ряд университетов сегодня выстраивает свою образовательную стратегию в расчёте на рынок труда Арктики: вузы Дальнего Востока, Сибири, Якутии, Мурманской, Архангельской областей. Представители университетов ищут инструменты по удержанию талантов, привлечению профессиональных кадров в Арктику. Общество, университеты ожидают, что студенты, окончив университет, будут работать на экономику арктического региона, будут заняты на региональных предприятиях, но и отправятся работать в удалённые районы АЗРФ. Производится подготовка кадров по запросу предприятий горнодобывающей промышленности, судостроительных компаний, обрабатывающих, топливно-энергетических предприятий. Поскольку для северных регионов характерны высокие темпы миграции, идёт речь о мерах по удержанию молодёжи в северных регионах и привлечению на Север выпускников университетов соседствующих регионов [10, Оглезнева Т.Н., с. 15]. Нельзя сказать, что заявленные меры являются эффективными, так как отток молодёжи с северных территорий является высоким и трудноудерживаемым.

Причины миграции молодёжи являются комплексными. Однако важным фактором являются особенности возрастной группы. Социально-психологические особенности молодёжи позволяют отнести эту группу населения к наиболее уязвимой и неподготовленной к существующему рынку труда. Представителей поколения Z описывают как обучаемых, креативных и коммуникабельных [11, Никулина Ю.Н., с. 756]. При этом отмечается высокий уровень амбициозности, низкий уровень терпения, завышенные ожидания в отношении заработной платы и должностного статуса, отсутствие долгосрочных планов в профессиональной жизни. Кроме этого, молодые люди стремятся к самостоятельности в принятии решений, к обособленной от своих родителей жизни и к

экономической независимости [12, Захарова В.А., с. 49–50]. Одновременно отмечается, что молодёжь стремится получить желаемое быстро и без затруднений, быстро меняет цели и предпочтения, не признает авторитетов, высоко ценит честность, реализм и открытость. Молодёжи важно всегда быть на связи с друзьями и родственниками, они часто выбирают дистанционную форму работы, будучи цифровыми аборигенами [13, Badham M., Luoma-aho V., с. 420].

Если применить перечисленные характеристики к ситуации работы в арктической зоне, можно определить как плюсы, так и минусы в отношении соответствия характеристик потенциальных трудовых кадров и условий труда. Так, развитые мягкие навыки — коммуникативность, креативность — позволят легче вступать в процесс переговоров с потенциальными работодателями, а также стать частью рабочего коллектива. Стремление к независимости даст возможность принять решение о рабочем месте даже в том случае, если родственники выразят отрицательное отношение к оригинальному выбору. Самостоятельность позволит принимать решения в сложных рабочих ситуациях, вполне реальных для экстремальных арктических условий. Умение работать с цифровыми технологиями обеспечит возможность легко справиться с высокотехнологичным оборудованием. В целом высокий уровень обучаемости, приписываемый молодой аудитории, делает их ценными сотрудниками на любом инновационном производстве.

Несмотря на перечисленные достоинства поколения Z, существует ряд критических характеристик, которые вынуждают отнести работу в Арктике к менее вероятной для молодёжи. Амбициозность и низкая терпеливость — плохие помощники на любой ответственной должности. Ожидания высокой зарплаты также не всегда являются оправданными. Отсутствие перспективы и долгосрочных профессиональных планов становятся серьёзным препятствием в случае с регионом, который можно отнести к развивающейся территории. Стремление к быстрому успеху и отсутствие авторитетов в профессии нежелательно там, где нет явных и устоявшихся способов решений. Именно умение прислушиваться к советам опытных сотрудников и опыту коренного населения часто отмечается в качестве условия успеха в критических условиях Арктики. Наименее реальной кажется возможность постоянной связи с друзьями и родственниками на труднодоступных территориях Севера. Необходимость открытости, отмечаемая в качестве требования молодого поколения, также может быть препятствием по причине низкого уровня информационного освещения событий, происходящих на труднодоступных территориях.

Восприятие информации в публичной коммуникации

В современном обществе публичное мнение о многих социальных конструктах формируется посредством СМИ. Средства массовой информации являются каналом коммуникации государственной власти и общества. Публичный образ Арктики создаётся благодаря информации, содержащейся в газетных и журнальных статьях, сюжетах теле- и

радиопередач, научно-популярных блогах [14, Болсуновская Л.М., с. 148–149].

Молодёжная аудитория обладает спецификой в вопросе получения и обработки информации. В качестве главного источника получения информации молодёжь предпочитает цифровые медиа. Чем моложе контингент, тем чаще они просматривают блоги, YouTube [15, Полуэхтова И.А., с. 100]. Традиционное телевидение и печатные СМИ остаются практически вне поля зрения молодых людей [16, Вартанов С.А., с. 170–172]. Что касается каналов получения информации, то здесь важна мобильность. Средством номер один для получения информации является смартфон, подключённый к Интернету. Единицы знакомы с произведениями классической и советской литературы. Именно в советской культуре появились первые повествования об освоении Арктики. Однако ни художественная литература, ни кино ранней стилистики не является объектом выбора поколения Z в целом.

Обработка информации также существенно отличается от способов, характерных для взрослой аудитории. Стандартные средства привлечения внимания — баннеры, контекстная реклама — перестают быть воспринимаемыми. Предпочтение отдаётся визуальным средствам: мемам, картинкам, фотографиям. Молодёжь практикует «диагональное» чтение, часто концентрируется исключительно на заголовках, читает преимущественно короткие тексты и называет более объёмные тексты — пренебрежительно либо с усмешкой — лонгридами (от англ. long, read). Любая новость остаётся таковой на короткий срок, быстро покидая поле зрения молодых людей. Поколение Z запоминает не информацию, а то место, где её можно отыскать. Политическая повестка, традиционные представления о патриотизме не являются интересными. Отмечается формирование гражданской активности нового типа [17, Дунас Д.В., с. 120].

Существует проблема доверия молодых людей к информации в публичном поле. Согласно исследованиям, половина молодых пользователей российских СМИ доверяют предлагаемой информации, половина — не доверяют [18, Лапшинова К.В., с. 139]. Среди наиболее авторитетных источников информации выделяются блогеры. Именно они играют роль лидеров мнения в молодёжной среде. Исследователи отмечают, что лидерство блогеров связано с их умением добиться известности, публикационной активностью, качеством публикуемых постов и устойчивой гражданской позицией [19, Османова А.И.]. Доверие к блогерам простирается от вопроса выбора бренда одежды до политического выбора. Зачастую блогеры настолько авторитетны, что представители молодого поколения буквально начинают говорить предложениями из речи блогеров. Бизнес уже широко пользуется такими предпочтениями молодёжи. Мало какой бренд не прибегает к помощи известных тренд-сеттеров для выстраивания коммуникации с молодой аудиторией. Эти тенденции следует учитывать и при выстраивании коммуникации с молодёжной аудиторией по вопросам выбора профессионального пути и трудоустройства. Ассоциативное облако представляет современные тренды коммуникации в молодёжной среде (рис. 6).



Рис. 5. Ассоциативное облако современных трендов коммуникации в молодёжной среде.

Современный медиаобраз Арктики

Публичный образ Арктики, формируемый СМИ, — медиаобраз Арктики — привлекает внимание исследователей. В исследованиях Н.С. Авдониной и С.О. Долгобородовой говорится о широком внимании СМИ к арктической тематике начиная с 2001 г. С самого начала его формирования в медиадискурсе Арктики прослеживалась агональность, состязательность, продиктованная борьбой разных стран за арктический шельф [20, с. 739]. Геополитические, экономические вопросы, ресурсность региона — наиболее характерные темы, освещаемые в СМИ в период 2001–2007 гг. Далее медийный дискурс Арктики становится ещё более состязательным, милитаристским. В складывающийся публичный образ Арктики входят также проблемы экологии, климатических изменений, вопросы истории.

Прослеживая историю развития медиаобраза Арктики, авторы отмечают, что позднее СМИ больше начинают интересоваться вопросы нефтебурения, глобального потепления. К 2009 г. состязательность арктического медиадискурса становится менее очевидной. Шире начинают освещаться события международного сотрудничества. В целом медиаобраз Арктики остаётся устойчивым, и его содержание почти не меняется. Подтверждение этому факту можем найти в исследовании 2020 г. А.Ю. Жигунова, где автор выделяет три главных темы материалов об Арктике в СМИ: военизация и геополитическая обстановка в регионе, экономическая деятельность крупных компаний и экологические проблемы. Среди новых компонентов в медиаобразе выделяются туризм и научная экспедиционная деятельность. Кроме этого, добавляется тематика региональной промышленности и инфраструктуры. Этот вопрос связан с необходимостью развития обслуживающей отрасли. Кроме того, СМИ уделяют внимание вопросу инвестиций в промышленные объекты, в развитие транспортной инфраструктуры и проблеме добычи и переработки полезных ископаемых. Отметим, что материалы, относящиеся к тематике социального освоения Арктики, появляются в статусе

«иное» и «прочее» [7, с. 105].

Наиболее свежий анализ медиаобраза Арктики представлен в исследовании А.В. Симаковой и И.С. Степуть [21]. Этот материал в некоторой мере обращается к практической стороне вопроса медиаобраза Арктики, так как ставит на повестку вопрос о том, каков вес романтического и прагматического в медийном арктическом дискурсе. На самом деле, романтизм, свойственный арктической теме, традиционно широко описан в кино, музыкальных и художественных произведениях, живописи. Авторы пишут, что, несмотря на явную романтизацию арктического образа, современная Арктика — территория не только романтиков, но и стратегически важный объект. Отмечается, что официальные СМИ 2019–2021 гг. представляют Арктику в позитивном ключе как национальный приоритет и зону притяжения инвестиций. Более уверенно проявляется социальный компонент в медийном образе Арктики. Иницируется тема о создании инфраструктуры, комфортных условий проживания, привлечения кадрового потенциала.

Исследуя сложившийся в сознании людей образ Арктики, А.В. Симакова и И.С. Степуть фиксируют все вышеперечисленные тематические компоненты. Однако немаловажен тот факт, что представления населения об Арктике скорее романтичны и связаны с красотой природы и темой родины. Публичное мнение хоть и разделилось, но большая часть людей находится далеко от практичного осознания значимости арктических территорий. Речи о том, что население связывает Арктику, богатую ресурсами и являющуюся перспективным для освоения регионом, просто не идёт. Вопрос развития кадров транслируется всё чаще в публикациях последнего времени. При этом тематика касается трудностей, связанных с проблемой привлечения рабочих кадров и поиском решения данной проблемы [22, Saburov A.A., Nikiforov A.S.]. В целом такого рода публикации можно отнести к политическим вопросам освоения Арктики. Для обычного человека такие материалы имеют мало значения в силу своей отстранённости от жизненных проблем рядового гражданина: жизнеобеспечения, дохода, бытовой обустроенности, содержания семьи, воспитания детей, здравоохранения, рекреации.

Жизненный опыт трудовых кадров Арктики как часть медиаобраза

Как коррелирует созданный медиаобраз Арктики с задачей развития кадрового потенциала и привлечения трудовых ресурсов на Север? Важна ли информация, содержащаяся в медиаобразе, для принятия решения о месте работы в Арктике? Современная молодёжь достаточно прагматична и относится к построению своей жизни без иллюзий. Для разумного юноши романтический образ Арктики может быть привлекательным как часть эстетики, искусства и культуры, но не как основа для определения своего профессионального будущего. Знание о том, что Арктика — территория диалога, белых медведей и экстремальных температур, не может оказать положительного влияния при выборе АЗРФ в качестве места жизни и работы. Информационный, медийный

образ Арктики, нацеленный на привлечение кадров, должен не только давать основания для объективной гордости, но и понимание реальной картины будущего опыта, важной для планирования собственной жизни и построения семьи.

Авторы публикаций последнего времени по вопросу трудовых кадров в Арктике единодушны во мнении: кадры будущего должны обладать целым рядом компетенций, которые являются не только дисциплинарными, но и надпрофессиональными. В условиях Арктики важны профессиональные навыки, включающие не только экспертные знания, но и так называемые «мягкие» компетенции. Так, в ходе дискуссии на Петербургском международном экономическом форуме — 2023 ректоры российских ведущих университетов, в которых готовят кадры для Арктики, вывели портрет потенциального специалиста, работающего в Арктике. Такой специалист должен «любить природу, свою страну» и быть «добрым» и «хлебосольным»³. Важны способность к командной работе, навыки межкультурной коммуникации, возможность быстро адаптироваться к новым условиям и реагировать на чрезвычайные ситуации. Кроме этого, необходимы высокая дисциплина и желание развиваться профессионально [22, Saburov A.A., Nikiforov A.S.]. *Перспектива развития эмоционального интеллекта, навыков межличностного взаимодействия, самоменеджмента должна быть понятной студенту, планирующему свою будущую деятельность в Арктике.*

Исследователи также отмечают необходимость специальной подготовки сотрудников для работы вахтовым методом [23, Корнеева Я.А., с. 384]. Несмотря на вызывающую беспокойность специалистов проблему слабого заселения арктических территорий, вахтовый метод работы в Арктике останется одним из основных. Распространённый в обществе подход к сезонной и вахтовой занятости не учитывает физических, психоэмоциональных перегрузок, характерных для такого рода работы. Сотрудники работают в замкнутом пространстве, изолированы от внешнего мира, вынуждены надолго расставаться с семьёй. В то же время вахтовая работа имеет свои преимущества: высокую заработную плату и выгодный для работника расчёт трудового стажа. Как правило, работодатели предоставляют вахтовикам бесплатное медицинское обслуживание, одежду и питание. *Публичность научных данных об особенностях вахтовой работы в Арктике повысит число историй успеха у молодых специалистов, начинающих свой трудовой путь.*

С другой стороны, связь инфраструктуры арктического региона и наличие профессиональных кадров для дальнейшего освоения местности важна для понимания общества, в медиапространстве должна быть информация о значимости создания комфортной среды в Арктике для проживания рабочих кадров. Чтобы территория была удобна для жилья, необходима инфраструктура. В арктических условиях создание инфраструктуры осложняется её высокой стоимостью и экстремальными климатическими

³ Образование и работа в Арктике: какие нужны компетенции и навыки, обсудили на ПМЭФ. URL: <https://rsv.ru/news/2/5500/> (дата обращения: 05.02.2024).

условиями. Важны инновационные решения, которые позволят справиться с задачей создания жилищной инфраструктуры. Состояние жилищного хозяйства, уровень коммунальных услуг, наличие системы общественного транспорта, здравоохранения и образования оказывают серьёзное влияние на уровень жизни человека и, соответственно, на выбор территории АЗРФ как места проживания. *Для молодых кадров важной является информация о регионах Арктики с наиболее развитой инфраструктурой.* Кроме того, необходимо освещать проекты и планы инфраструктурного развития. Даже если в настоящий момент та или иная местность не может похвастаться состоянием инфраструктуры, ожидание запланированных изменений может иметь значение при выборе места будущей работы.

Понимание того, какие выгоды несёт регион не только государству, но и простым людям важно потому, что обеспечение личных и близлежащих потребностей входит в базовые потребности человека. Студенты рассчитывают найти работу, которая прокормит их и их будущие семьи. Проживание в арктическом регионе должно быть не только по силам, но и приносить преимущества. Сложные условия жизни должны компенсироваться плюсами, которые даёт природа Арктики и одновременно соответствовать принципам устойчивого развития. В рамках программ устойчивого развития территорий АЗРФ реализуются проекты по восстановлению арктических станций, строительству портов, ледоколов, контейнеровозов для круглогодичной навигации по Северному морскому пути, созданию заповедников и национальных парков, предлагающих туристические программы. *Экономически выгодные характеристики работы в Арктике должны стать частью медиаобраза арктических территорий.*

Природно-климатические и экологические проблемы остаются определяющими при принятии решения о работе в АЗРФ. Факт экстремальных температур воздуха, низкого комфорта погодных условий является общеизвестным. Однако важно иметь чёткую картину того, что будущий работник может ожидать, оказавшись на территории места трудоустройства в отношении климатической ситуации. Ещё важнее знание о том, *как человек может справляться с трудными природными данными арктических территорий.* Так, например, в Заполярье из-за низкого содержания водяных паров кислород усваивается из атмосферы хуже, чем в соседних широтах. Недостаток солнечной радиации и специфический световой режим также являются неблагоприятными факторами для здоровья человека [24, Чашин В. П., Гудков А. Б., с. 90]. Человек способен справляться с данными трудностями. Однако это возможно только в том случае, если человек владеет информацией о способах решения проблемы. Понимание реальной ситуации и наличие работающих решений по преодолению трудностей позволит потенциальным работникам сделать свой выбор. Кроме того, будущим работникам в Арктике важно знать, как ведётся работа по решению экологических проблем и какие риски в этом отношении существуют.

Возможности современного искусственного интеллекта являются прорывными для

освоения арктических территорий в связи с рядом характерных для этой местности факторов: суровыми природными условиями, экологическими проблемами, дефицитом квалифицированной рабочей силы, удалённостью от высокоразвитой инфраструктуры. Там, где человек сталкивается с затруднениями в применении своего физического ресурса, ИИ с его «большими данными», «умным транспортом» оказывается значимой силой развития. Современные инновационные схемы освоения ресурсов Арктики выглядят как обособленные автономные производственные платформы, на которых разворачиваются процессы добычи и переработки природных ресурсов с использованием безлюдных технологий и дистанционного управления всеми производственными процессами. Такое освоение арктических месторождений в формате хозяйственных платформ с эффектом предельной локализации требует применения искусственного интеллекта [25, Pilyasov A.N., Putilova E.S., с. 28].

Работодатели также признают высокий вес цифровых технологий в профессиональном освоении арктических территорий. Автоматизация процесса труда в Арктике связана с использованием геоинформационных систем, беспилотных летательных аппаратов, систем сбора и обработки данных. Владение цифровыми компетенциями становится типичным для современных кадров Арктики. Примечательно, что часть субъектов АЗРФ обладает высоким уровнем потенциала цифровизации даже в сравнении с другими регионами Российской Федерации [26, Бабкин А.В., Егоров Н.Е., с. 51]. Поскольку ИИ предлагает многообещающие перспективы решения по целому ряду вопросов, публикации по этому поводу дадут понимание вариантов развития арктических территорий с использованием цифровых технологий. Современная молодёжь с удовольствием использует цифровые технологии и ИИ. *Информация о применении в развитии Арктики модных цифровых компетенций сфокусирует молодёжь на необходимости целенаправленно развивать цифровые навыки для будущего использования в трудовой деятельности на арктических территориях.*

Можно кратко перечислить основные направления, по которым необходимо повышать информированность потенциальных трудовых кадров Арктики:

- способность к психоадаптации;
- отсутствие проблем со здоровьем;
- развитые цифровые компетенции;
- информация о развитии инфраструктуры АЗРФ;
- информация о преимуществах работы и жизни в АЗРФ.

Однако важно то, что перечисленные направления нельзя просто упомянуть в качестве требований к рабочим кадрам или в качестве характеристики рабочего места. Нужна подробная информация с наглядными примерами и анализом рабочих ситуаций, в которых будет проявлена сущность указанных выше проблем. Реальные кейсы рабочих, отзывы работодателей, зарисовки из жизни трудовых коллективов, сюжеты о решении

возникающих трудностей — всё это важно для создания общей картины жизненного опыта человека, работающего на Севере. Рефлексируя чужой опыт, человек способен вынести решение о том, насколько такой опыт возможен для него самого. Отсутствие понимания о том, что испытывает человек в условиях жизни в Арктике, делает возможность такого опыта опасной и нежелательной.

Необходима корректировка медиаобраза Арктики с включением в него элемента жизненного опыта человека, проживающего на арктической территории. Образ стратегически важного региона, места, богатого природными ресурсами, красивого края и нового транспортного узла не даёт информации, необходимой для принятия решения о жизни и работе в Арктике. Человек может принять такое решение тогда, когда осознает, что условия жизни на Севере приемлемы для него. Меры адаптации к климатическим трудностям, возможность использовать свои профессиональные и личностные компетенции, представление об особенностях жизни в арктическом городе или селе в полном календарном цикле — такие знания нужны будущим трудовым кадрам Арктики.

Заключение

Мотивацией к проведению данного исследования послужила информация о том, что студенты арктического вуза в большинстве своём не имеют представления о том, как могут использовать свои профессиональные компетенции в работе по развитию арктических территорий. Несмотря на то, что государство возлагает большие надежды на выпускников вузов в качестве трудовых ресурсов для Арктики, молодые люди не связывают знания, полученные ими в вузе, с перспективой применения этих знаний для работы в условиях Арктики. Более того, молодёжная аудитория воспринимает Арктику не как место для работы и жизни, а как некую отдалённую территорию критических температур, обладающую природными ресурсами. Такой образ Арктики сформировался у молодых людей под влиянием общественного мнения и материалов СМИ.

Опрос студентов показал, что при поиске работы они интересуются обычными для ситуации данными: зарплатой, бытовыми условиями труда, возможностью карьерного роста, медицинской страховки, льготной ипотеки и пр. Однако эта информация, предоставляемая в отношении работы в Арктике, является недостаточной. Сформировавшееся в обществе отношение к Арктике подсказывает, что сухие факты об особенностях труда на арктической территории недостаточны для принятия решения о работе там. Сложность заключается в том, что условия арктического климата, отдалённость территории препятствуют получению личного опыта пребывания на заполярных территориях. Одновременно существует понимание, что реальные условия жизни в Арктике — это больше, чем факты из объявления о вакансии. Молодёжи не хватает личного опыта жизни в Арктике.

Своё представление об Арктике молодёжь черпает из материалов СМИ. Именно СМИ являются создателями публичного опыта Арктики, доступного рядовому гражданину России.

Медиаобраз арктических территорий, доступный россиянину, создавался под влиянием событий, происходящих с начала 2000-х гг. Он даёт понимание об Арктике как о геополитически нестабильном, военизированном, но ресурсном регионе. Стратегическое значение данного региона связано преимущественно с нефтебурением. Регион также известен климатическими и экологическими проблемами. В более поздний медиаобраз Арктики добавляется информация о туристическом потенциале территорий и экспедиционной деятельности, связанной с научным освоением Арктики. Образ дополняется информацией о проблемах развития инфраструктуры и сложностях, связанных с привлечением кадров для работы в Арктике. Констатируем, что сложившийся медиаобраз Арктики не является стимулирующим для молодёжи. Поступающая в публичное пространство информация о событиях в Арктике не вызывает желания выбрать данный регион для работы и жизни.

В результате исследования даются рекомендации по дополнению медиаобраза Арктики, с тем чтобы он соответствовал государственной стратегии по привлечению трудовых кадров в Арктику. Прежде всего, изменения связаны с включением в медиаобраз реального опыта человека, работающего в Арктике. Несмотря на то, что труд в Арктике связан с рядом сложностей, которые обусловлены критическими погодными условиями и труднодоступностью региона, не это является главным камнем преткновения в понимании молодёжи. Выпускникам вузов не хватает информации о том, как человек справляется с трудностями работы и жизни в Арктике. В медиаобраз Арктики необходимо включить кейсы из жизни работников на арктических территориях, истории успеха людей, выбравших данный регион для своей профессиональной реализации. Трудовая студенческая практика была бы весьма затратным способом знакомства молодёжи с северными территориями. Однако даже если молодёжь в большинстве своём не имеет возможности получить пробный опыт работы в Арктике прежде, чем принять решение о своём трудоустройстве в Заполярье, виртуальные туры и нарративы, повествующие в реальных людях, работающих в погодных условиях Арктики, стали бы тем необходимым звеном, дающим возможность самоопределения.

Перспективы исследования связаны с отслеживанием меняющихся социально-экономических условий и их влиянием на жизнь и работу в АЗРФ. Медиаобраз Арктики следует корректировать в зависимости от нужд государства и планов развития общества. Важно помнить, что пользователь СМИ применяет поступающую информацию к своей собственной жизни. Населению нужна не отвлечённая риторика, а презентация ситуаций жизненного опыта. Важно далее изучать жизненный опыт трудовых кадров Арктики и делиться результатами этой деятельности с населением государства. Гордость за Арктику питается реальными достижениями человека.

Список источников

1. Zaikov K.S., Kondratov N.A., Kuprikov N.M., Kuprikov M.Yu. Analyzing trends in training highly

- qualified personnel in the interests of strategic development of the Arctic zone of the Russian Federation // *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. 2021. Vol. 14. No. 1. Pp. 125–140. DOI: <https://doi.org/10.15838/esc.2021.1.73.9>
2. Липкин А.В. О роли человеческого капитала при переходе на инновационный путь развития регионов Севера и Арктики // *Вопросы регулирования ТЭК: регионы и Федерация*. 2019. № 4. С. 12–15.
 3. Корчак Е.А. Человеческий капитал и дисбаланс на рынках труда Арктической зоны России // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2018. Т. 14. № 9. С. 1619–1631. DOI: <https://doi.org/10.24891/ni.14.9.1619>
 4. Каргинова-Губинова В.В. Человеческий капитал и окружающая среда как факторы устойчивого развития: приоритеты предприятий Карельской Арктики // *Векторы благополучия: экономика и социум*. 2022. № 2 (45). С. 1–20. DOI: <https://doi.org/10.18799/26584956/2022/2/1157>
 5. Boughton M. A new nation brand strategy? Global Ireland 2025 and the UN Security Council campaign // *Administration*. 2022. No. 70. Iss. 3. Pp. 85–105. DOI: <https://doi.org/10.2478/admin-2022-0020>
 6. Терских М.В., Малёнова Е.Д. Имидж региона: теоретический аспект (Российский и зарубежный опыт) // *Политическая лингвистика*. 2015. № 2. С. 199–205.
 7. Жигунов А.Ю. Арктика в российских медиа: проблематика и тематические доминанты // *Общество. Коммуникация. Образование*. 2020. Т. 11. № 3. С. 97–107. DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.11308>
 8. Иванова М.В., Зайцев Д.В. Арктические трудовые ресурсы: текущее состояние и будущие вызовы // *Региональная экономика: теория и практика*. 2016. № 10 (433). С. 46–62.
 9. Dombrovskaya A.Yu., Pyrma R.V., Batanina I.A. Russian youth professional strategies in the digital age and their representation in social media: the results of a comprehensive applied analysis // *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2019. No. 5. Pp. 162–182. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.09>
 10. Оглезнева Т.Н. О перспективах подготовки квалифицированных трудовых ресурсов в арктических субъектах России // *Арктика XXI век. Гуманитарные науки*. 2022. № 1 (27). С. 14–23.
 11. Никулина Ю.Н. Молодежь на рынке труда региона: актуальные вопросы трудоустройства и занятости // *Экономика труда*. 2019. Т. 6. № 2. С. 747–762. DOI: <https://doi.org/10.18334/et.6.2.40780>
 12. Захарова В.А. Студенты поколения Z: реальность и будущее // *Научные труды Московского гуманитарного университета*. 2019. № 4. DOI: <https://doi.org/10.17805/trudy.2019.4.5>
 13. Badham M., Luoma-aho V., Valentini C., Lumimaa L. Digital strategic communication through digital media-arenas / J. Falkheimer, M. Heide (Eds.). *Research Handbook on Strategic Communication*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2022. Pp. 416–430. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781800379893.00035>
 14. Болсуновская Л.М., Диброва Ю.А. Арктика в отражении российской медиакультуры / Развитие Северо-арктического региона в гуманитарной сфере: локальное и глобальное. *Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием*. Архангельск. 2020. С. 148–152.
 15. Полуэхтова И.А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // *Знание. Понимание. Умение*. 2022. № 3. С. 90–107. DOI: <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.8>
 16. Вартанов С.А. Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / Под ред. Д.В. Дунаса. Москва: Издательство Московского университета, 2021. С. 170–175.
 17. Дунас Д.В., Вартанов С.А. Молодежный сегмент аудитории СМИ: теоретические подходы отечественных медиаисследователей // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2020. Т. 9. № 1. С. 106–122. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).106-122](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).106-122)
 18. Лапшинова К.В., Подольская А.А. Доверие молодежи к информации российских СМИ / *Русский космизм: история и современность. Место и роль науки и технологий в решении глобальных проблем современности. Сборник трудов по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции*. Королев, 22 декабря 2022 г. / Под ред. Т.Ю. Кирилиной. Москва, Русайнс. 2023. С. 137–145.

19. Османова А.И. Специфика коммуникации с молодежной аудиторией в виртуальной среде // Медиаскоп. 2018. Вып. 4. DOI: <https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2018.10>
20. Авдони́на Н.С., Долгобородова С.О. Проблема освоения Арктики в государственном медиадискурсе России: на примере «Российской газеты», официального издания Правительства РФ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. С. 735–746. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).735-746](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).735-746).
21. Simakova A.V., Stepus I.S. The Russian Arctic Image at the Present Stage of Development: Romance or Pragmatism? // *Arktika i Sever [Arctic and North]*. 2022. No. 49. Pp. 234–251. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2022.49.234>
22. Saburov A.A., Nikiforov A.S., Minchuk O.V. Employers' Assessment of Competences of the Employees of the Shipbuilding, Forestry and Fishing Industries of the Arkhangelsk Oblast in the Context of the Development of Digitalization and Automation of Production // *Arktika i Sever [Arctic and North]*. 2023. No. 53. Pp. 239–259. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2023.53.239>
23. Корнеева Я.А., Симонова Н.Н. Оценка экстремальных факторов вахтового труда в условиях Арктики работниками с различными регуляторными процессами // Гигиена и санитария. 2016. № 95 (4). С. 381–386. DOI: <https://doi.org/10.18821/0016-9900-2016-95-4-381-386>
24. Чащин В.П., Гудков А.Б., Попова О.Н., Одланд Ю.О., Ковшов А.А. Характеристика основных факторов риска нарушений здоровья населения, проживающего на территориях активного природопользования в Арктике // Экология человека. 2014. № 1. С. 3–12.
25. Pilyasov A.N., Putilova E.S. New projects for the development of Russian Arctic: space matters! // *Arktika i Sever [Arctic and North]*. 2020. No. 38. Pp. 20–42. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2020.38.21>
26. Бабкин А.В., Егоров Н.Е., Ковров Г.С. Цифровизация экономики регионов и крупных нефтегазовых компаний в российской Арктике // Вестник Академии знаний. 2022. № 3 (50). С. 49–56.

References

1. Zaikov K.S., Kondratov N.A., Kuprikov N.M., Kuprikov M.Yu. Analyzing Trends in Training Highly Qualified Personnel in the Interests of Strategic Development of the Arctic Zone of the Russian Federation. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2021, vol. 14, no. 1, pp. 125–140. DOI: <https://doi.org/10.15838/esc.2021.1.73.9>
2. Lipkin A.V. On the Role of Human Capital in the Transition to the Innovation Path of Development of the Regions of the North and the Arctic. *Issues of Fuel and Energy Sector Regulation: Regions and Federation*, 2019, no. 4, pp. 12–15.
3. Korchak E.A. Human Capital and Imbalance in the Labor Markets of the Russian Arctic. *National Interests: Priorities and Security*, 2018, vol. 14, no. 9, pp. 1619–1631. DOI: <https://doi.org/10.24891/ni.14.9.1619>
4. Karginova-Gubinova V.V. Human Capital and Environment as Factors of Sustainable Development: Priorities of Enterprises in the Karelian Arctic. *Journal of Wellbeing Technologies*, 2022, no. 2 (45), pp. 1–20. DOI: <https://doi.org/10.18799/26584956/2022/2/1157>
5. Boughton M. A New Nation Brand Strategy? Global Ireland 2025 and the UN Security Council Campaign. *Administration*, 2022, no. 70, iss. 3, pp. 85–105. DOI: <https://doi.org/10.2478/admin-2022-0020>
6. Terskikh M.V., Malenova E.D. Image of a Region: Theoretical Aspect (Russian and Foreign Experience). *Political Linguistics*, 2015, no. 2, pp. 199–205.
7. Zhigunov A.Yu. The Arctic in Russian Media: Perspective and Thematic Dominants. *Society. Communication. Education*, 2020, vol. 11, no. 3, pp. 97–107. DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.11308>
8. Ivanova M.V., Zaitsev D.V. Human Resources of the Arctic: The Current Condition and Future Challenges. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2016, no. 10 (433), pp. 46–62.
9. Dombrovskaya A.Yu., Pyrma R.V., Batanina I.A. Russian Youth Professional Strategies in the Digital Age and Their Representation in Social Media: The Results of a Comprehensive Applied Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2019, no. 5, pp. 162–182. DOI:

- <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.09>
10. Oglezneva T.N. On the Prospects for the Training of Skilled Labor Resources in the Arctic Regions of Russia. *Arctic XXI Century. Humanities*, 2022, no. 1 (27), pp. 14–23.
 11. Nikulina Yu.N. Young People on the Labour Market of the Region: Current Issues of Employment. *Russian Journal of Labor Economics*, 2019, vol. 6, no. 2, pp. 747–762. DOI: <https://doi.org/10.18334/et.6.2.40780>
 12. Zakharova V.A. Students of Generation Z: Reality and Future. *Scientific Works of the Moscow Humanitarian University*, 2019, no. 4. DOI: <https://doi.org/10.17805/trudy.2019.4.5>
 13. Badham M., Luoma-aho V., Valentini C., Lumimaa L. Digital Strategic Communication through Digital Media-Arenas. In: *Research Handbook on Strategic Communication*. Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing, 2022, pp. 416–430. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781800379893.00035>
 14. Bolsunovskaya L.M., Dibrova Yu.A. Arctic as Reflected in Russian Media Texts. In: *Advancing Humanities in the Northern Arctic Region: Local and Global Prospects: Paper Collection of the International Scientific Conference*. Arkhangelsk, 2020, pp. 148–152. (In Russ.)
 15. Poluekhtova I.A. Practices of Media Consumption of Russian Youth in the Digital Society (According to the Results of an Empirical Study). *Knowledge. Understanding. Skill*, 2022, no. 3, pp. 90–107. DOI: <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.8>
 16. Vartanov S.A. *Media Consumption of "Digital Youth" in Russia*. Moscow, Lomonosov Moscow University Publ., 2021, pp. 170–175. (In Russ.)
 17. Dunas D.V., Vartanov S.A. Youth as Media Audience: Theoretical Approaches in Russian Media Studies. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 1, pp. 106–122. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).106-122](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).106-122).
 18. Lapshinova K.V., Podolskaya A.A. Youth Trust in Russian Media Information. In: *Russian Cosmism: History and Modernity. Place and Role of Science and Technology in Solving Global Problems of Our Time. Proceedings of the VII All-Russian Scientific and Practical Conference*. Moscow, Rusayns Publ., 2023, pp. 137–145. (In Russ.)
 19. Osmanova A.I. Specifics of Communication with the Youth Audience in Virtual Environment. *Mediascope*, 2018, iss. 4. DOI: <https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2018.10>
 20. Avdonina N.S., Dolgoborodova S.O. Coverage of the Arctic Development in Russian Mass Media Discourse (By the Example of "Rossiyskaya Gazeta"). *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 4, pp. 735–746. DOI: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).735-746](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).735-746).
 21. Simakova A.V., Stepus I.S. The Russian Arctic Image at the Present Stage of Development: Romance or Pragmatism? *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 2022, no. 49, pp. 234–251. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2022.49.234>
 22. Saburov A.A., Nikiforov A.S., Minchuk O.V. Employers' Assessment of Competences of the Employees of the Shipbuilding, Forestry and Fishing Industries of the Arkhangelsk Oblast in the Context of the Development of Digitalization and Automation of Production. *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 2023, no. 53, pp. 239–259. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2023.53.239>
 23. Korneeva Ya.A., Simonova N.N. Assessment of Extreme Factors of Shift Work in Arctic Conditions by Workers with Different Regulatory Processes. *Hygiene and Sanitation, Russian Journal*, 2016, no. 95 (4), pp. 381–386. DOI: <https://doi.org/10.18821/0016-9900-2016-95-4-381-386>
 24. Chashchin V.P., Gudkov A.B., Popova O.N., Odland Yu.O., Kovshov A.A. Description of Main Health Deterioration Risk Factors for Population Living on Territories of Active Natural Management in the Arctic. *Human Ecology*, 2014, no. 1, pp. 3–12.
 25. Pilyasov A.N., Putilova E.S. New Projects for the Development of Russian Arctic: Space Matters! *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 2020, no. 38, pp. 20–42. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2020.38.21>
 26. Babkin A.V., Egorov N.E., Kovrov G.S. Digitalization of the Economy of Regions and Large Oil and Gas Companies in the Russian Arctic. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2022, no. 3 (50), pp. 49–56.

Статья поступила в редакцию 05.02.2024; одобрена после рецензирования 15.02.2024;

принята к публикации 20.02.2024

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов