

ВЕСТНИК
ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

ИСТОРИЯ

TOMSK STATE UNIVERSITY JOURNAL OF HISTORY

Научный журнал

2012

№ 2 (18)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации:
ПИ № ФС77-29498 от 27 сентября 2007 г.

Международный стандартный номер сериального издания (ISSN 1998-8613).

Подписной индекс 44014 в объединённом каталоге «Пресса России».

Журнал входит в «Перечень российских рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии. Полный "Перечень..." (редакция: 26 марта 2010 г.)



**НАУЧНАЯ РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА
«ВЕСТНИК ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА.
ИСТОРИЯ»**

Зиновьев Василий Павлович – председатель научной редакции, профессор, д.и.н., зав. кафедрой отечественной истории, декан исторического факультета, тел. **529-796, 529-836** e-mail: vpz@tsu.ru; **Грибовский Михаил Викторович** – ответственный секретарь, доцент, к.и.н.; **Кулемзин Владислав Михайлович**, д.и.н., профессор; **Ларьков Николай Семёнович**, профессор, д.и.н., зав. кафедрой истории и документоведения; **Могильницкий Борис Георгиевич**, профессор, д.и.н.; **Румянцев Владимир Петрович**, доцент, д.и.н., зав. кафедрой новой, новейшей истории и международных отношений; **Тимошенко Алексей Георгиевич**, доцент, к.и.н., зав. кафедрой мировой политики; **Фоминых Сергей Фёдорович**, профессор, д.и.н., зав. кафедрой современной отечественной истории; **Харусь Ольга Анатольевна**, профессор, д.и.н.; **Черняк Эдуард Исаакович**, профессор, д.и.н., зав. кафедрой музеологии; **Чиндина Людмила Александровна**, профессор, д.и.н.; **Шерстова Людмила Ивановна**, профессор, д.и.н., зав. кафедрой востоковедения, **Шиловский Михаил Викторович**, профессор, д.и.н., зав. кафедрой истории России Новосибирского университета.

УДК 930.2

А.В Бочаров

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИБИРСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

Представлены модель исследования сибирской региональной идентичности в контексте региональных международных связей и результаты применения этой модели для изучения томских СМИ. С помощью контент- и интент-анализа автор показал, как в региональных СМИ через разные эмоциональные тональности проявляется региональная идентичность. Доказано, что образ региона и процесс его конструирования и трансформации являются многогранным и неоднозначным феноменом, совмещающим в себе противоположности и черпающим из других регионов и стран различные компоненты для самоопределения региона.

Ключевые слова: история Сибири, региональная идентичность, интент-анализ СМИ.

Средства массовой информации (СМИ) являются важным историческим источником, содержащим фактологический материал по многим сферам жизни. Исследования региональной прессы пересекаются с изучением нескольких междисциплинарных концептов, а именно: «городская субкультура», «региональная (локальная) субкультура», «коммуникативное сообщество» (комьюнити), «региональная идентичность». В последние годы эти концепты используются не только в социологических [1] и культурологических [2] исследованиях, но и в исторических [3]. Сибирская пресса XIX–XX вв. содержит в себе богатейший материал для изучения региональной истории в контексте изменений в сфере общественного сознания и массовых представлений. Такие исследования можно историографически интерпретировать как поиск истоков современной региональной ментальности с учётом влияния исторических событий на эволюцию региональной общественной мысли. В этом контексте на историческом факультете ТГУ был проведён ряд исследований [4, 5, 6]. Важное исследование общественных интересов и общественной жизни по материалам томской прессы провела А.Н. Жеравина в своей монографии «Томск второй половины XIX – начала XX в. (по материалам дореволюционной печати)» [7].

Из этой монографии, в частности, видно, что в XIX–XX вв. сибирская городская субкультура, по сравнению с началом XXI в., была очень слабо включена или вообще не включена в международные связи. В начале XXI в. ситуация обратная – без тематики международных связей города фактически не обходится ни один новостной выпуск в любых видах СМИ. Современный контекст делает актуальным активное изучение международных связей и междивизиационного диалога на региональном уровне. Из этого следует, что междуна-

родная тематика – важная отличительная черта современного этапа развития сибирской региональной идентичности. Эта тематика служит индикатором включения городских субкультур России в процессы глобализации.

По сравнению с периодическими изданиями XIX в. электронные архивы современных СМИ дают повод расширить проблематику и методику изучения региональной прессы. Электронные архивы региональных СМИ за прошедшие годы XXI в. нуждаются в изучении с точки зрения исторического источниковедения с применением последних достижений гуманитарных наук. Однако огромный объём информации в современных СМИ порождает проблему источниковедчески и методологически обоснованного ограничения выборки изучаемых медиа-сообщений. При решении этой проблемы автор исходил из того, что накануне крупных, всеми ожидаемых событий СМИ наиболее насыщены конструктами массового сознания и дискурсивными практиками информационного поля. Последним таким событием в истории г. Томска стал Российско-германский саммит и встреча в Томске российского президента и канцлера Германии весной 2006 г. Накануне саммита (в марте 2006 г.) активизировалась и обострилась рефлексия жителей региона по поводу его достоинств и недостатков. Эта рефлексия в связи с подготовкой к встрече высоких гостей проявлялась во всех сферах (от коммунальной до научной). Тематика и проблематика, связанные с региональной самоидентификацией, освещались широко как никогда прежде и после этого. Таким образом, полный массив всех сообщений томских СМИ за март 2006 г. из электронного архива региональной администрации может послужить репрезентативной выборкой для заявленного предмета исследования. Посредством разработанной автором данной ста-

тью компьютерной контент-аналитической системы авторубрикации [8, 9] было обработано 4278 инвариантных сообщений томских СМИ (22 газеты, 11 телеканалов и 8 радиоканалов с местным вещанием).

Сопоставление и соотнесение субъектом себя с другими субъектами и объектами является существенным содержанием самоопределения и входит в большинство психосоциальных определений понятия «идентичность» в психологических концепциях 2-й половины XX в. Данный аспект обусловил выбор *горизонтального измерения идентичности* [10] как центрального для нашего исследования. Для учёта этого измерения идентичности с помощью контент-анализа выборки текстов изучались упоминания связей и сопоставлений Томска, Томской области и Сибири с другими странами и с другими регионами. Такие упоминания выявляются однозначно, по простому и относительно небольшому списку всех стран, всех крупных городов и регионов, а также небольшому числу ключевых слов «зарубежный», «иностранный» и т.п.

Было установлено, что связанными именно с психосоциальной идентичностью, а не просто случайно упомянутыми географическими названиями оказываются в подавляющем большинстве случаев только сообщения с тематикой международных связей. Количество таких сообщений в томских СМИ для марта 2006 г. равно 745. Эти 745 текстов и стали выборкой для изучения сопряжённости эмоциональных тональностей с типами региональной идентичности. Упоминания принадлежности жителей региона и самого региона к разным экономическим, культурным или иным группам регионов или типов жителей могут указывать на выражение *групповой идентичности* [11]. Упоминание атрибутов, тенденций и фактов в регионе, указывающих на похожесть (либо непохожесть) региона на другие регионы может указывать на выражение *социальной идентичности* [12]. Упоминание атрибутов, тенденций и фактов в регионе, подчеркивающих уникальность региона, может указывать на выражение личностной составляющей региональной идентичности, поскольку *личностная идентичность* (E. Goffman) определяется как уникальная комбинация признаков индивида и фактов его жизни. Воспроизведение устоявшихся шаблонов образа региона в расчёте на одобрение из центральных органов власти извне или изнутри региона может указывать на выражение *ролевой идентичности* [13]. Раскрытие фактов и тенденций в регионе как выражения специфики России по отношению к внешним макропроцессам (Томск как типичный представитель

России), а также игнорирование уникальности и подчёркивание отсутствия самодостаточности региона могут указывать на выражение *групповой самокатегоризации, деперсонализации и самостереотипизации* [14]. Формирование, развитие и выражение психосоциальной идентичности всегда прямо или косвенно связано с эмоциями. Поэтому изучение региональной идентичности на основе анализа сообщений региональных СМИ не было бы полноценным без учёта эмоциональной тональности текстов сообщений СМИ.

Предварительное изучение дискурса российских СМИ позволило сделать вывод, что с точки зрения информативности и корректности интерпретации оптимальным будет выявление пяти следующих тональностей сообщений СМИ: позитивно-хвалебная – констатация успехов, хвалебные или благодарственные интонации, отсутствие столкновения интересов или критики; конструктивно-критическая – обещания решить проблемы, справиться с трудностями, учесть критику и улучшить ситуацию, стремление к компромиссу, предупреждение властями населения об угрозах с обещанием защитить; конфликтная, главная тема – столкновение интересов отсутствие стремления к компромиссу, взаимные упреки, отсутствие определённости в путях решения проблем; негативно-пессимистическая – односторонняя критика и осуждение без надежды на решение проблем, отсутствие или смысловая вторичность темы столкновения интересов; нейтральная – отсутствие в сообщении эмоционально нагруженных слов и выражений. При этом одному сообщению может быть присуща только одна тональность как отражение целостного впечатления от текста (гештальта).

Посредством экспертной компьютерной системы для каждой тональности разработан и корректируется в процессе обработки текстов словарь, содержащий словоформы и словосочетания, которые с наибольшей вероятностью могут быть истолкованы как выражение одной из четырёх тональностей. Общий объём всех словарей – несколько тысяч слов и выражений. Если в тексте сообщения нет слов и выражений не из одного из этих словарей, то тексту присваивается нейтральная тональность. Если такие слова есть, то тональность устанавливается по многоступенчатому алгоритму, раскрытие и обоснование которого не входит в задачи данной статьи. Нейтральные тексты все очень короткие, как правило, неаналитические новостные сообщения. Их изучение показало, что в них не содержится смыслов и тематик, позволяющих изучать региональную идентич-

ность. В сообщениях с позитивно-хвалебной тематикой ситуация обратная – тематическая наполненность в них настолько велика, что в сочетании с большим объёмом каждого из этих текстов, а также с их преобладающим количеством они требуют отдельного подробного изучения. В данной статье рассмотрены результаты только по конструктивно-критической, негативно-пессимистической и конфликтной тональностям. Именно в сообщениях с этими тональностями наиболее ярко проявляется региональная идентичность.

Опираясь на результаты автоматизированного разделения сообщений СМИ по пяти тональностям, был проведён интент-анализ связи типов тональности с типами психосоциальной идентичности. Под интенцией понимается обусловленная мотивациями бессознательного направленность сознания на восприятие чего-либо определённым образом. Ниже приводится разработанная автором в ходе данного исследования модель поиска дискурсивных индикаторов связи тональности и региональной идентичности в текстах СМИ с опорой на разработанные в современной психологической науке типы психосоциальной идентичности.

Образ и стратегия региона, сформулированные после осмысленных ошибок и трудностей в развитии региона, выстраданные в ходе борьбы за достижение региональных целей, указывают на декларирование *достигнутой идентичности* [15]. На идентичность в типологической *стадии моратория* (J.E. Marcia) может указывать перечисление и сравнение разных приоритетов и альтернатив в развитии региона в определённой сфере жизни, без однозначного утверждения доминант, без уверенности в обязательном успехе, хотя и с надеждой на него. Мнения об окончательно избранных доминантах развития как о чём-то само собой разумеющемся могут присутствовать только в сообщениях с нейтральной тональностью. Указание на смену приоритетов в развитии региона и коррекции его образа с критическим отрицанием любых иных приоритетов служит индикатором формирования *закрытой идентичности* [16].

Вообще, если в сообщении СМИ присутствует сравнительный анализ средств отбора целей и убеждений, ценных для региона, рассматривается типология мероприятий и аргументов для формирования региональной идентичности, то можно считать, что мы имеем дело с *процессуальной идентичностью* [17]. Конструктивно-критическая тональность в описании проблем региона с преобладанием оптимизма относительно решаемости проблем служит индикатором *реальной идентичности* [18]. Негативно-пессимистическая и кон-

фликтная тональности сообщений региональных СМИ связаны с иными типами психосоциальной идентичности. Индикатором проявления *негативной идентичности* в классическом определении (E.H. Erikson) могут служить опасения за нежелательное, но возможное будущее региона, а также текущие проблемы, наличие которых вызывает стыд и гнев. Индикатором проявления *диффузной (спутанной) идентичности*, (J.E. Marcia, I D. Raprae, H.G. Xelowski) могут служить недоверие властям и согражданам, образ худшего будущего, отрицание альтернатив развития, критика существующего образа региона без предложения другого варианта. В любой тональности может выражаться *виртуальная идентичность* (E. Goffman), проявления которой можно встретить в сообщениях, содержащих гипотетические допущения и сослагательное наклонение относительно перспектив и характеристик региона. Непривязанность к определённой тональности наблюдается и для *приобретённой идентичности* (J. De Levita David), связанной с упоминанием новых тенденций, связей, атрибутов и фактов в текущем развитии региона, отсутствовавших в прошлом.

Интент-анализ томских СМИ за март 2006 г. с тематикой международных связей позволил установить, что около половины сообщений имеют позитивно-хвалебную тональность – 354 сообщения, количество сообщений с конструктивно-критической тональностью – 182, сообщений с негативно-пессимистической тональностью – 166, всего с конфликтной тональностью – 70, с нейтральной – 60. Суммарное число сообщений в СМИ по всем тональностям (832 сообщения) больше, чем сумма инвариантных текстов с международной тематикой (745 текстов). Это связано с тем, что текст с идентичным содержанием мог присутствовать одновременно в разных СМИ (например, на радио и на телевидении).

В изучении горизонтального (пространственно-территориального) измерения региональной идентичности будет использоваться систематизация по страноведческим критериям. Делать выводы о каких-то тенденциях в региональной идентичности имеет смысл только для стран, которые упоминаются не единично и случайно, а входят в группу стран, упоминаемых с наибольшей частотой. К этим странам относятся Германия (225 сообщений) (её отрыв по частоте упоминаний связан с подготовкой к Российско-германскому саммиту), США (127), Англия (78), Китай (71), Франция (55), Казахстан (49), Украина (41), Белоруссия (38), Япония (36), Италия (28), Польша (27), Сингапур (27), Израиль (11), Ирландия (8). Именно об

этих странах пойдет речь как об объектах региональных сопоставительных идентификаций.

Отдельно стоит рассмотреть такой объект региональных идентификаций, который можно собирательно назвать «Зарубежный, иностранный, международный, западный». Этот объект сопоставлений традиционно совмещает в себе признаки идеологемы и мифологемы. Актуализация образа «Запада» возникает в большинстве случаев, когда речь заходит о любой развитой стране. Каждое упоминание в текстах сообщений понятий «зарубежный», «иностраный», «западный», «мировой» и т.п. будет относиться именно к вышеупомянутому обобщенному образу. Далее в квазиреферативном виде будут изложены результаты интенционального анализа дискурсивных практик региональной идентичности по тональностям и по объектам сопоставлений с зарубежными странами.

Объект конструктивных идентификаций: «зарубежный, иностранный, международный, западный». В сообщениях с конструктивно-критической тональностью региональные власти в СМИ демонстрируют взгляд на всё «иностранное» как с точки зрения плюсов, так и минусов. При этом традиционная тематика «отставания от Запада» подаётся в контексте того, что «наш регион уже готов догнать Западные страны». Либо, по крайней мере, регион «осознаёт свои недостатки и имеет конкретные планы по их преодолению». Такие интенции присутствуют в сообщениях с самой разной тематикой и касаются всех сфер жизни.

В целом, главная забота сибирских регионов в международных связях – привлечение иностранных инвестиций. Благополучие региона и инвестиции становятся почти тождественными понятиями. При этом мы с каждым иностранным миллионом долларов инвестиций «носимся как с писаной торбой». В региональной самокритике нередко поднимается идея о том, что «иностранцы просто так денег не дают». Нужно соответствовать мировым стандартам и подходам, чтобы получать деньги фондов.

Осознаётся, что наши предприятия становятся менее инвестиционно привлекательными из-за того, что на внешнем рынке их товары и услуги неконкурентоспособны, а внутри страны спрос сокращается. При этом, если на Западе бедняки – это по большей части безработные, то у нас к ним относятся и вполне успешно работающие. К тому же основную часть доходов у нас получают не те, кто производит товары и оказывает услуги, а «смотрящие»: сидящие на «трубе», на финансовых потоках, на теплых местах в администрациях разных уровней. Бремя же долгов и расплаты за не-

удачные инвестиционные проекты всегда взваливается на кошельки обычных российских покупателей. Здесь стоит отметить, что понятие «сибирский покупатель» не сформировалось как общепринятое, поскольку в потребительской сфере, видимо, преобладает национальная общероссийская идентичность. Желаемый образ региона – превращение из поставщика сырья в поставщика технологий. Упования в этом, опять же, исключительно на другие страны, а не на российские власти. Регион презентуется в этом смысле как «производственная площадка» для «зарубежных варягов». При этом часто используется выражение «колоссальные перспективы», как устойчивый образ будущего сибирского региона, то есть его виртуальная идентичность.

Часты ссылки на «зарубежную практику». Так, зарубежная практика показывает, что «намного эффективнее поддерживать систему обеспечения качества в процессе создания продукции, чем ликвидировать последствия продажи потребителю брака». Также в идентификациях учитывают «вкусы зарубежных гостей». Например, музыкальное сопровождение в ресторанах города не соответствует вкусам зарубежных гостей. Дабы не упасть в глазах высоких гостей, для каждого объекта общепита будет подготовлена и утверждена специальная программа, «...чтобы, не ровен час, “Топ-стоп” гостям не исполнили». В целом в региональной идентичности прагматическая составляющая преобладает над символической. Сибирь – «бедный регион» для приёма высоких гостей из-за рубежа. Все торжества (в связи с саммитом) обойдутся казне области в «лихую сумму». Всё дорогое приходится заказывать из Москвы. Областные чиновники ради встречи с высокими зарубежными гостями обзавелись новыми дополнительными титулами в названии, которых мелькает слово «международный». «Впрочем, чем бы дети ни тешились, лишь бы отдача для нас, простых смертных, была», – такова понимающе-снисходительная позиция жителей по отношению к приготовлениям к саммиту.

За рубежом обеспечением конкурентоспособности региональных экономик занимается не столько государственный аппарат, а, главным образом, крупные национальные и транснациональные компании, банки, биржи, научно-технические комплексы, различные региональные и муниципальные структуры. У нас эти структуры не способны решить самостоятельно проблемы модернизации производства и «утечки мозгов». На фоне зарубежных регионов мы беспомощны и несамостоятельны. Виртуальная идентичность поддер-

живается тезисом о том, что «наш интеллектуальный и ресурсный потенциал даёт шанс преодолеть такую ситуацию». При этом уровень сибирских научных институтов измеряется исключительно в количестве публикаций и патентов в зарубежных изданиях. Местные издания всерьёз никто не воспринимает.

Мы не готовы пока к широкой академической и студенческой мобильности, когда студент может учиться в одном вузе и набрать там необходимые ему курсы, затем перейти в другой университет, поехать в другую страну. На мировом образовательном рынке Сибирь «абсолютно не котируется». Вся Россия держит всего 0,5 %. 30 % приходится на долю США, еще 30 – на Европейский союз, 10 % имеет Австралия. В последнее время стремительными темпами на этот рынок входят Китай и Япония. Мы упускаем инициативу. Если мы в ближайшее время не перестроим свою систему высшего образования, то останемся неконкурентоспособными. Мы уже видим «последний вагон уходящего поезда» и тем не менее упорно продолжаем считать свою систему образования лучшей в мире. При этом помощь Запада в сфере образования не расценивается как «благородный порыв». Считается, что наши интересы совпали. В Европе начинает возникать дефицит научных идей, кадров, а Сибирь, так же как и Россия в целом, не против, чтобы «интеллектуальный сервис» Запада распространялся и на ее территории.

Традиционные внешние атрибуты идентичности, связанные, в частности, с пищей, также задействованы в формировании идентичности. Как, например, в сообщениях о том, что наших сибирских спортсменов в зарубежных олимпийских деревнях, все устраивало. Всегда вспоминали о родине за едой – кормили хорошо, но к концу соревнований очень хотелось сибирских пельменей и борща. В горизонтальном измерении идентичности нередко задействуется концепт «зависти». В сообщениях с медицинской тематикой утверждается, что когда-то иностранцы очень завидовали нашей системе родовспоможения и системе педиатрической помощи. Нашему региону пока удается сохранить эти структуры до тех пор, пока институт врачей общей практики не окрепнет. Однако завидовать уже нечему. Чувство «ревностной обиды» также влияет на идентичность. В сибирских магазинах «наводят лоск» только для встречи высоких зарубежных гостей, так как «члены делегации могут изъять желание прогуляться по городским магазинам». Затем о поддержании идеального порядка надолго забывают. То же самое отмечается и в отношении фасадов зданий, а также в отноше-

нии противоклещевой обработки в центральных парках и скверах города. Здесь стоит заметить, что «клещи» – это традиционный экстремально-экзотический «бренд» Сибири.

Нефтяная тематика – ещё одно направление конструктивной критики. В СМИ отмечалось, что в Томской области, как и во всей Западной Сибири, местная «партсовноменклатура», поддержанная верхами, пренебрегла не только зарубежным, но и передовым отечественным опытом разработки месторождений (сначала обустроиться – потом добывать). Посчитали главным добычу нефти, все остальное – прикладное: попутно обустраиваться, попутно пытаться создать нормальные условия для людей. В современности от этой практики пытаются отходить и «ориентируются на зарубежные образцы». В качестве предварительного вывода можно выявить следующий неявный контекст всех сообщений с конструктивно-критической тональностью: большое количество иностранцев в Томск, как и в другие сибирские города, могут привлечь только крупные памятные даты и международные встречи «верхов», случающиеся пару раз в столетие. И сибирякам остаётся только тешиться тем, что «маленький Томск войдет в большую историю», или тем, что отдельные фирмы «выходят на зарубежный уровень» путём «закупки зарубежного оборудования».

Объект конструктивных идентификаций: «европейский уровень, Европа, европейцы». В целом для Томска, как, видимо, и для многих сибирских городов, характерно стремление представлять себя как некий «кусочек Европы», «уголок Европы», «европейское местечко», создатель и хранитель «европейского колорита», «европейского тона и стиля» и т.п. Именно исходя из этого стремления определяется, что является, а что не является нормой в региональной жизни. После ремонта и переоборудования наши роддома, больницы и школы должны обязательно «не уступать европейским». В случае обсуждения библиотечных проблем обязательно упоминается, что старинные книги из частных коллекций Томска – это «кусочек Европы», давно утерянной даже самой Европой. Высшее достижение при решении экономических и социальных проблем – это «стать равноправным партнером Евросоюза» и быть при этом «единственным представителем России», как, например, Сибирский государственный медицинский университет вошел равноправным и единственным от России партнером в консорциум GABRIEL.

Лютеранские церкви в Барнауле и Томске «стали базовыми элементами визуальной органи-

зации городской застройки, привнесли историчность в городскую среду». Это было особенно ценно для Томска, в архитектуре которого ничего не сохранилось от XVII века. Привнося в сибирские города «западноевропейский колорит», простые и грациозные лютеранские церкви стали в то же время заметной частью российского зодчества и всей сибирской русской культуры. С их утратой Томск и Барнаул потеряли важные приметы своего исторического архитектурного облика, а с восстановлением – вновь приобрели. Однако не во всем мы «близки к Европе», например, региональные СМИ сожалеют о том, что сибирские авиакомпании включены Евросоюзом в список неблагонадежных. Региональные телеканалы выбиваются из общеевропейских правил по времени, отведенному на рекламу (в Европе 12% времени идет на рекламу, у нас – 25% и более). Наши помойки и мусорные свалки – это наш позор и воплощение отсталости, а в Европе мусором отапливают города.

Сибирь, как и Россия в целом, продолжает оставаться главным поставщиком круглого леса: в Сибири катастрофически мало крупных лесоперерабатывающих производств. Если в развитых странах львиная доля – более 60 процентов – приходится на целлюлозно-бумажную продукцию, а вывозка круглого леса составляет всего 5,5 процента, то в России наоборот. Однако в Томской области «намечился перелом» в лесном деле, благодаря инвестиционным проектам. Традиционный в прошлые века символ Сибири – меховые шубы, теперь ассоциируется также с европейским уровнем. Мы гордимся не тем, что продаем свои шубы в Европу (этого давно уже не происходит), а тем, что у нас легко можно купить меховые товары известных брендов из Германии, Италии, Литвы.

Сибирь – это территория огромных запасов дефицитного для Европы торфа. Однако мы «невнимательно относимся к своему уникальному богатству». Если европейские ученые проводят опыты по воссозданию болот, рассчитанные на тысячелетия вперед, то у нас наука о болотах находится в забвении, по сравнению с прошлыми десятилетиями. Но в целом «открытых окон в Европу» больше, чем «закрытых». Так, метафора «окна в Европу» применялась, в частности, к ортопедической клинике в Томске, получивший европейское признание в сфере бионанотехнологий.

Для конструктивно-критической интенции идентификаций с Европой характерно использование понятия «европейская модель». Переход на европейские модели декларируется во всех сферах региональной жизни, претендующих на модернизацию. Европейские модели применяются для ор-

ганизации свиноводческих ферм, транспортных потоков, дорожного строительства, высшего образования, розничных торговых центров, семейных кафе, прогулок по улицам VIP-персон и т.д. Причиной и гарантией такой тенденции считается, тот факт, что слой сибирских предпринимателей формировался из бывших вузовских преподавателей. С этим связаны в том числе суждения типа: «томич-бизнесмен обладает высоким интеллектом, аналитическим складом ума, организаторским талантом... слову томского предпринимателя можно доверять в большей степени, чем его коллегам из других регионов».

Для сопоставительных идентификации с такими западноевропейскими странами, как Германия, Франция, Англия, ничего принципиально отличного от «общеевропейского уровня» в региональных томских СМИ не проявляется. Заметно желание региона быть «увиденным» и «замеченным» в этих странах. В связи с этим желанием часто упоминается, что «на нас будут смотреть по телевидению во всей Германии» (в связи с Российско-германским саммитом). Или «фильм о нас транслировали на всю Францию» (в связи с французским путешественником по Сибири Н. Ванье).

Объект конструктивно-критических идентификаций: «Американцы, США». В целом интенции восприятия «Америки» схожи с восприятием всего «западного», но всё-таки американцы и европейцы никогда не отождествляются и всегда упоминаются в СМИ отдельно. Сибирский регион в образе Томска, выступает при сопоставлениях с Америкой как позитивно нетипичный для общероссийской ситуации. Например, считается, что американское медицинское обслуживание лучшее во всем мире, а российское – на грани нищеты. Это не столько показатель богатства Америки и нищеты России, сколько показатель приоритетов: во сколько раз ниже оценивается человеческая жизнь и здоровье в России, чем в США. Неопределенность границы между платным и бесплатным привела к тому, что созрела необходимость в модернизации системы здравоохранения. И «стартовой площадкой» стал Томск. Идентификационная метафора «стартовой площадки» очень характерна для конструктивно-критической тональности региональных СМИ.

Интересно, что если в Европе в подавляющем большинстве видится только позитив и образец для подражания, то в Америке обязательно будет найдена «ложка дегтя». Например, несмотря на похвалы американскому здравоохранению, сравнивая с нашим, обязательно упомянется, что система безусловной оплаты медуслуг негативно ска-

зывается на людях, поэтому американцы с простудой не дома лежат, а принимают сильные препараты, снимающие симптомы заболевания, и идут на работу. Американское медобслуживание отстает от других стран по многим социальным параметрам, а в России – господствует принцип гуманизма «Как бы ни ругали российскую систему здравоохранения, не стоит забывать о том, что она наиболее гуманная по отношению к человеку. У нас главную роль в отношениях между пациентом и врачом играют не деньги, а милосердие». Менталитет российского человека таков, что ему трудно понять: медицинская услуга – это товар, который имеет рыночную цену. Поэтому наши врачи и существуют на уровне прожиточного минимума. Годы холодной войны сказались в том, что отношение к главному противнику и конкуренту, каковым были США долгие годы, всегда будет двойственным как на общероссийском, так и на региональном сибирском уровне, который в восприятии Америки ничем не отличается от общенациональной идентичности. Отношения Америки и сибирского региона очень часто озвучиваются как отношения «грантодателя» и «грантополучателя». Любое американское оборудование или организация менеджмента оценивается как «гарант качества», а мнение американца как «гарантия демократичности». Так, например, исключительная демократичность «Устава Томской области» оценивалась в СМИ со слов приезжавшего в Томск советника законодательного собрания из США.

Объект конструктивно-критических идентификаций: «Китай, китайцы». Сибирь вообще и томский регион в частности самоопределяется по отношению к Китаю как регион, «которым Китаю пора всерьез заинтересоваться как партнёром по размещению производств, а не только как местом для транзита мелких торговцев». Инвесторы реализовывают разработки томских ученых даже не у себя, а в Китае, где ниже себестоимость любого производства. Критика местных СМИ посвящена тому, что сегодня в нашем регионе доля совместных российско-китайских проектов ничтожно мала, хотя мы могли бы быть интересны друг другу в разных сферах.

Объект конструктивно-критических идентификаций: «Сингапур» и «Ирландия». В сообщениях с конструктивно-критической тональностью появляется такой объект идентификация, как Сингапур и Ирландия, в качестве «законодателей моды» на мировом рынке технопарков. Ссылки на «сингапурский опыт» и «сингапурский феномен» используются в обосновании модели Технично-внедренческой зоны и в разработке пяти-

летнего (2006–2011 гг.) плана развития области. Идентификации с Ирландией используются в контексте того, что Ирландия, выбрав когда-то инновационный путь развития, вышла сегодня на первое место в Европе по уровню ВВП на душу населения. Сделав всю страну большой зоной инновационной экономики, Ирландия за 20 лет не только снизила волну эмиграции своих специалистов, но и привлекла резидентов из всех крупнейших стран мира. По этим же критериям вспоминают иногда про израильские «технологические инкубаторы», однако тема Израиля гораздо чаще звучит в связи с религиозными межнациональными конфликтами.

Объект конструктивно-критических идентификаций: «Арабские Эмираты». Сибирь и Арабские Эмираты делает похожими богатство нефтью, а разными – способы распоряжения своим ресурсным богатством. Объединенные Арабские Эмираты за счет нефти формируют сейчас лишь 8% своего бюджета. А 12% дает туризм. Кроме того, здесь располагаются сборочные производства автоконцернов и электронщиков. Томские СМИ расценивают это в таких выражениях, как, например: «Сидели бы они на своих нефтеденьгах, подобно нам, вряд ли смогли бы добиться таких результатов».

Объект конструктивно-критических идентификаций: «Казахстан». Региональная идентичность может меняться также под влиянием открытия и разработки новых месторождений полезных ископаемых. Например, Бакчарское месторождение на многие годы и десятилетия осталось предметом бесконечных дискуссий и прогнозов. Этому способствовало также открытие в Казахстане Соколовско-Сорбайского железорудного района, который обеспечивал поставку руды на протяжении многих лет на меткомбинаты Сибири и Урала. В последние годы Сибирь планирует стать самодостаточной в отношении железной руды и из потребителя превратиться в поставщика. Кроме того, Казахстан ставится в пример сибирским регионам в борьбе с коррупционно-инвестиционными сделками, в ситуации, когда сибирские предприятия продаются по многократно заниженным ценам (например, в Томске продали ликероводочный завод, построенный за 460 млн за 5 млн рублей). Предлагалось, чтобы наша общественная палата действовала по принципу казахстанского консультационного совета, чей экспертный отдел не допускает таких невыгодных региону сделок.

Объект негативных идентификаций: «Зарубежный, иностранный, международный, европейский, западный». В текстах с негативно-

пессимистической тональностью сопоставительные идентификации с объектом-идеологемой «Зарубежный, иностранный, международный, европейский, западный» связаны главным образом с социальной и экономической сферами.

Согласно этим идентификациям Сибирь – это место, где никак не могут избавиться от сильной зависимости от зарубежных товаров. Многие наши музеи, архивы, старые улицы настолько запущены, что их стыдно показывать иностранцам. Иностранцев учёных и туристов интересует наша таёжная природа больше, чем нас самих. Мы не способны обеспечить достойную жизнь нашим детям-сиротам и мы не хотим усыновлять больных детей. Поэтому их усыновляют иностранцы. Сибирь – это место, куда иностранцы везут вредные радиоактивные отходы и ущемляют наши интересы. Мы хотим, но пока не получается, стать привлекательными для иностранных инвесторов. В Сибири, как и во всей России, на фоне западных стран особенно отчётливо видна крайне неудовлетворительная организация работы во всех отраслях и незащищённость работников от угроз жизни и здоровью, а также плохая организация защиты прав потребителей. Цены за жильё у нас не ниже, а даже выше западных, а зарплаты социалистические. Сибиряки, так же как и остальные россияне, могут ожидать справедливого судебного решения только от Европейского суда. Сибирь – место, где западные страны, за исключением Германии, не торопятся открывать свои официальные представительства. Наши сибирские экологи следуют «зарубежной моде» от имени народа защищать природу даже там, где она в защите не нуждается, но зато есть повод обратить на себя внимание. В любой стране мира, если железная дорога проходит через город, она обязана устранить все препятствия для транспорта, пешеходов. А у нас «РЖД ведут себя так, как будет их это не касаться, как будто они в стороне». Иностранцы партнёры по бизнесу в Сибири складывают портрет россиянина из проверенных образов-клише: «Иван-дурак, в обнимку с бурым медведем, лаптем щи хлебает... это обидно, но это не далеко от истины». С приездом западного человека сибиряк ощущает себя в залустье. Мы постоянно и обоснованно опасаемся чем-то «опозориться перед западными гостями».

Объект негативных идентификаций: «Американцы, США». Негативные идентификации здесь связаны с тем, что сибиряки и томичи, согласно устоявшимся в СМИ интенциям, должны, но пока не способны всему учиться у американцев: создавать «малую» атомную энергетику, организовывать взаимодействие малой и крупной

розничной торговли, компьютеризировать водоснабжение, оцифровать музейные экспонаты, создать «Силиконовую долину», помещать детей в замещающие семьи, готовить специалистов для работы с неблагополучными семьями, лечить генетические заболевания, вести банковские кредитные истории, заниматься профилактикой наркомании, соблюдать нормы текущего ремонта автомобильных мостов, учиться поддерживать деловую репутацию и многое другое. Пока что мы только умеем использовать мнимый образ агрессивной Америки для поддержания существования убыточных закрытых городов Сибири. В то же время закрытые города не смущаются активно использовать американские деньги для поддержания своих обветшалых атомных предприятий. При этом американские деньги не всегда расходуются по назначению. Томск поставляет в Америку не столько студентов-интеллектуалов, сколько студентов-гастарбайтеров для неквалифицированного труда. Несмотря на накопленный интеллектуальный потенциал, Сибирь вообще и Томск в частности на фоне Америки буксуют на месте уже многие годы.

Объект негативных идентификаций: «Германия, немцы». Сибиряки имеют в том числе и немецкие корни. В Сибири живет много немцев, однако, согласно сообщениям СМИ, в Русско-немецком доме нет атмосферы германской культуры, высоких гостей из Германии туда стыдно приводить из-за запущенности. Лютеранская церковь – это часть не только истории, но и духовного наследия города. Томичи восстановили историческую справедливость по отношению к немцам, восстановив лютеранскую кирху. Несправедливы те, кто притеснял их раньше, и те, кто жалел срубить несколько деревьев, ради кирхи.

Объект негативных идентификаций: «Китай, китайцы». Образ Сибири преподносится как место экспансии китайской экономической силы на наши рынки, где местная власть несправедливо придирается к торговым точкам беззащитных китайцев, игнорируя нарушения собственных торговцев. Мы не можем выдерживать конкуренцию с китайцами, потому что китайцы ввозят в регион что хотят и сколько хотят по демпинговым ценам, а наших челноков притесняет таможня. Китайцы четко знают, что им нужно: современная экономика, жилищная индустрия XXI в. Мы тоже знаем, только погрязли в бюрократическом болоте. Один из томских предпринимателей, побывав на китайском стекольном заводе, построенном за четыре месяца, только руками развел – «нам бы такую скорость». В Китае, в отличие от Сибири, «продукция идет наи-

современнейшая, условия работы европейские». Журналистами задействуется также историческая память. Так, в сообщениях об отстреле птиц в борьбе с птичьим гриппом Сибирь уподобляется Китаю, который во время культурной революции уничтожил всех воробьёв в борьбе за урожай.

Объект негативных идентификаций: «Франция, французы». Мы не умеем, подобно французам, хранить свою архитектурную самобытность, первоосновой которой является историческая застройка, оригинальные планировки и ландшафты. По тематике атомной энергетики и «радиофобии» негативные идентификации уже не так однозначны по своей направленности. На территории Франции расположено 50 атомных электростанций, а насколько это безопасно для людей, гарантию дать не может никто – стоит ли нам следовать их примеру в этом. Мы не хотим стать вторым «Чернобылем», а Франция рискует им стать.

Объект негативных идентификаций: «Англия, англичане». Многие томичи хорошо знают английский и бывали в Англии, но мы англичанам совершенно неизвестны, о нашей жизни они ничего не знают. Многие думают, что до сих пор у нас очереди, люди живут, как при советских временах. Сибирским деятелям культуры быть замеченными британцами – «всё равно как Золушке оказаться на балу с принцем». В то же время присутствует и образ врага. Например, в суждениях о том, что сибирские регионы не могут слезть с нефтяной иглы в том числе из-за британских нефтяных корпораций, которые контролировали наши нефтяные фирмы и месторождения.

Объект негативных идентификаций: «Япония, японцы». Наши библиотеки, которыми мы так гордимся, убоги по сравнению с японскими и южнокорейскими, томские библиотекари непрофессиональны по сравнению с японскими. В нашем законе об образовании не даже понятия «школьная библиотека». В Японии действуют закон о школьных библиотеках и закон о поощрении детского чтения. У нас ничего такого нет, и мы ничего не делаем для исправления ситуации.

Объект негативных идентификаций: «Турция». Сибирь – это место, куда из Турции пребывают перелетные птицы и одежда, а в Турцию ездят небогатые туристы.

Объект негативных идентификаций: «Кавказ и Средняя Азия». Сибирь – это место, где граждане ближнего зарубежья пытаются вырваться из нищеты на «отхожих промыслах», на которых мы направляем «национальное высокомерие великороссов».

Объект негативных идентификаций: «Казахстан». Сибирь – это место, куда из Казахстана едут студенты-платники и наркоторговцы.

Объект негативных идентификаций: «Австралия». Сибирь – это место, где «никогда не появятся австралийцы». Мы географический антипод Австралии. Австралия так далека, что само её упоминание в Сибири или рядом с Сибирью имеет иронический оттенок.

Объект конфликтных идентификаций: «Зарубежный, иностранный, международный, европейский, западный»: В сообщениях о конфликтных ситуациях отношение к «зарубежным странам» амбивалентное, в зависимости от источника идентификаций. Оппозиция и общественные организации видят в зарубежном общественном мнении и Европейском суде защитника и источник надежды на справедливость. Именно с такими интенциями воспринималось в 2006 г. замораживание счетов межрегиональной общественной организации «Открытая Россия» как «очередной удар Кремля по гражданскому обществу», как «очередную попытку надавить на европейски мыслящих и свободных людей России».

Лояльные властям СМИ и сами представители власти считают зарубежное общественное мнение источником «нагнетания массового психоза», «атмосферы раскола», «неконструктивной оппозиции», «информационного бума» т.п. С этой точки зрения иностранцы «только делают вид», что хотят защитить наших несправедливо обиженных, например детдомовцев, к которым применяют насилие, или оппозиционеров, которых притесняют власти, или ветеранов-работников на радиационно вредных производствах, которым не оказываются должные медуслуги. На самом деле, иностранцы сами готовы «засудить» «наших соотечественников», когда это выгодно. Именно идентичность «несправедливо засуженных» актуализируется, когда сибирские спортсмены выезжают на олимпиады, а иностранцы стремятся устроить им «провокации с неразрешёнными стимулирующими веществами». Региональные власти, создавая в СМИ имидж конструктивности, стремятся отвергнуть любое стремление к конфликтам: «...пока народ бурлил, власть и бизнес области искали пути подъема экономики, повышения конкурентоспособности области. Решали глобальные стратегические задачи». Именно в этом контексте звучат ответы во всех конфликтных ситуациях с региональными экологами: «Россия должна выполнять международные государственные обязательства по переработке топлива для атомных станций». Любые попытки привлечь внимание зарубежного

общественного мнения к региональным конфликтам расцениваются в рамках подобной интенции как неадекватные.

Отдельные европейские страны (Франция и Великобритания) упоминаются в региональных СМИ в связи со студенческими публичными выступлениями. При соотнесении с массовыми студенческими волнениями в этих странах делается однозначный вывод, что политическая активность студентов в Сибири «практически сошла на нет в начале XXI века».

Объект конфликтных идентификаций: «Америка, США». Образ американской «самой современной армии» часто используется в связи с анализом конфликтных ситуаций в армии, в том числе на региональном уровне, в связи с ежегодной проблемой ненавистного населению военного призыва. В США переход на профессиональную армию начался именно с нежелания огромного количества американцев проходить срочную службу. В ходе вьетнамской войны в Америке даже возникло движение «сопротивленцев», которые жгли повестки и уезжали за границу. Эти факты напоминаются сибиряками как способ «унять аппетиты военкоматов» под страхом такой виртуальной идентификации с Америкой.

Объект конфликтных идентификаций: «Япония». Ещё одна традиционная ежегодная конфликтная тематика для региональных СМИ – это перевод часов. Противники перевода часов говорили о негативном воздействии этой процедуры на организм человека. В пример ставится Япония, где отмечена самая высокая продолжительность жизни, а часы не переводят вообще.

Объект конфликтных идентификаций: «Израиль». Поскольку во многих сибирских регионах, в том числе в Томске, активно действуют местные еврейские общины, то тема Израиля также задействуется в формировании региональной идентичности в СМИ. В целом главная интенция такова: «У нас в Сибири нет никакого антисемитизма, а тем более «столкновения цивилизаций». Именно в рамках этой интенции рассказывается о разного рода культурных и социальных еврейских мероприятиях в Сибири на фоне непрекращающегося военного и религиозного конфликта на исторической родине евреев. Эти миролюбивые интенции, впрочем, не могут нейтрализовать реально существующий антисемитизм, хоть и очень редко, но всё же проявляющийся в экстремистских прецедентах. Так, например, в марте 2006 г. в СМИ активно обсуждался суд над томскими националистами-экстремистами «группы Лукьянчикова»,

которая использовала мины-ловушки с антисемитскими лозунгами.

Объект конфликтных идентификаций: «Китай, китайцы». Конфликтные ситуации с китайцами связаны чаще всего с таможней, на которой «застревают» китайские посылки и товары, или с выдворением китайских нелегалов из региона. При этом нередко тема китайских нелегалов формирует региональную идентичность по самым разным тематикам. Например, критика касается того, что с «безобидными китайскими нелегалами» справляются гораздо лучше, чем с заезжими нелегалами-наркоторговцами из стран СНГ.

Объект конфликтных идентификаций: «Казахстан». Пример Казахстана использовался в конфликтной ситуации вокруг повышения тарифов на ЖКХ, которая в 2006 г. вывела на улицы Томска многолюдные митинги. Если в Казахстане оплату за ремонт жилого фонда возложили на жильцов одновременно, то у нас это делается постепенно. Исходя из этого сопоставления местные власти позиционируют региональное ЖКХ как более цивилизованный и гуманный вариант.

Обобщающие выводы из анализа горизонтального измерения региональной идентичности. В одном информационном поле и для одних и тех же сфер жизни могут сосуществовать противоположные интенции региональной идентичности. Количественное преобладание позитивной тональности связано с конъюнктурой лояльности центральным властям и желанием стать привлекательным для инвесторов, и не обязательно означает качественно преобладающее доминирование позитивной региональной идентичности. Один и тот же человек, вероятно, сможет актуализировать в своём индивидуальном сознании самые разные типы и интенции восприятия своего региона, взятые им из общественного информационного поля (общественного «сознания»), носителем которого являются СМИ. Образ региона и процесс его конструирования и трансформации являются исключительно многогранным и неоднозначным феноменом, совмещающим в себе противоположности и черпающим из внешней среды (из других регионов и стран) различные компоненты для самосоздания (самоопределения региона). Сибирская региональная идентичность в целом независимо от тональности её проявлений в качестве главного сущностного признака Сибири, отличающего её от всех стран и регионов, позиционируется как колоссальный, но пока не востребованный потенциал развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусова Г.А. Городская субкультура в социокультурном пространстве Кавказских Минеральных Вод: Дис. ... канд. социолог. наук. Ставрополь, 2007.
2. Казакова Г.М. Регион как субкультурный локус (на примере Южного Урала): Дис. ... д-ра культурологии. М., 2009.
3. Родигина Н.Н. Образ Сибири в русской журнальной прессе второй половины XIX – начала XX в.: Дис. ... д-ра ист. наук. Новосибирск, 2006.
4. Харусь О.А. Либерализм в Сибири начала XX в. Идеология и политика. Томск: Изд-во Том. ун-та, 1996.
5. Шевелев Д.Н. Военно-пропагандистская деятельность антибольшевистских правительств Сибири в годы Гражданской войны (по материалам периодической печати): Дис. ... канд. ист. наук. Томск, 1999.
6. Хандорин В.Г. Идеино-политическая эволюция либерализма в Сибири в период революции и Гражданской войны. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2010.
7. Жеравина А.Н. Томск второй половины XIX – начала XX в. (по материалам дореволюционной печати). Томск: Изд-во Том. ун-та, 2010.
8. Бочаров А.В. Автоматизация обработки неструктурированной текстовой информации и перспективы гуманитарных наук в XXI веке // Человек – текст – эпоха. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. Вып. 4. С. 15–37.
9. Бочаров А.В. Модель изучения региональных электронных архивов СМИ в контексте соотношения макро- и микроистории // Вестник Томского государственного университета. История. 2009. №2(6). С. 131–135.
10. Habermas J. Identität // Zur Rekonstruktion des historischen Materialismus. Frankfurt am Main, 1976.
11. Erikson E. Childhood and Society. N.Y.: W.W. Norton, 1950.
12. Goffman E. Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity. Prentice-Hall, 1963.
13. De Levita D. J. Der Begriff der Identität. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 1971.
14. Turner J.C. Social categorization and the self-concept: a social cognitive theory of group behavior. // Advances in group process. Theory and research. Connecticut, 1985. Vol. 2.
15. Marcia J.E. «Development and validation of ego identity status» // Journal of Personality and Social Psychology. 1966. №3.
16. Raphael D., Xelowski H.G. «Identity status in high school students: critique and a revised paradigm» // J. Of Youth and Adolescence. 1980. № 9.
17. Waterman A.S. «Identity development from adolescence to adulthood: an extension of theory and a review» // Developmental psychology. 1982. Vol. 18, № 3.
18. Fogelson P.D. Person, self and identity. Some anthropological retrospect circumspect and prospects // Psychological theories of the self. N.Y., L.: Plenum press, 1982.