

Е.Белокурова, М.Ноженко, Н.Яргомская

Тезисы к выступлению на семинаре
проекта «Официальные и обыденные идентификации»
при поддержке American Council of Learned Societies и Ford Foundation

Создание единого информационного пространства как средство формирования региональной идентичности Северо-Запада

Данное выступление представляет первые результаты исследования, проводимого в рамках сети Collaborative Research Network (CRN) «Формирование Северо-западной идентичности и политико-экономическая интеграция субъектов Российской Федерации».

Идея этого проекта родилась в связи с тем, что федеративная реформа, проводимая в России на протяжении последних двух лет, повлекла за собой не только политические изменения, но и трансформацию такой важной составляющей политического процесса, как региональная идентичность.

Летом 2000 года для преодоления слабых сторон сложившихся федеративных отношений и с целью повышения эффективности управления страной была введена система разделения России на семь федеральных округов, возглавляемых Полномочными представителями Президента. Одним из первых значимых достижений Полномочных представителей Президента в федеральных округах стало приведение большинства региональных законодательств в соответствие с федеральным. Хотя эта формально основная задача реформирования института полпредства уже практически полностью выполнена, процессы, которые были вызваны к жизни этой реформой, набирают ход. Одним из «продуктов» федеративной реформы, на наш взгляд, может являться трансформация региональной идентичности. *Теперь создаются предпосылки для того, чтобы эта идентичность выходила за рамки конкретного субъекта Федерации, связывая в единое сообщество жителей того или иного федерального округа.* Этот новый для России процесс, хотя он и не является настолько явным как политико-юридические изменения, нельзя игнорировать, так как в нем отражается один из существенных аспектов консолидации современного российского общества.

Поскольку целью нашего исследования является изучение того, *формируется ли, и каким образом, новая идентичность Северо-Запада*, мы обращаемся к существующим теориям идентичности, в первую очередь к разработанному в рамках изучения наций и национализма конструктивистскому подходу. Хотя он подразумевает рассмотрение «наций» как созданного элитами в эпоху модернизации политического и культурного конструкта, он может быть использован и при исследовании других политических идентичностей, в том числе, и региональных.

В целом, национальная, а следовательно, и любая политико-культурная идентичность формируется посредством (1) установления границ «свой – чужой», (2) успешной коммуникации и доступа к общей информации, (3) «взаимозаменяемости людей и документов», (4) создания и поддержания позитивных предпосылок для формирования идентичности посредством культивирования чувства престижа.

Нам представляется, что потенциальное северо-западное политическое сообщество можно рассматривать как «воображаемое», так как его члены «никогда не будут знать большинства своих собратьев, встречаться с ними или даже слышать о них, в то время как в умах каждого из них живет образ их общности»¹. Это сообщество воображается ограниченным, так как имеет свои границы (хотя и подвижные), за пределами которых находятся другие сообщества.

В данном докладе мы хотели бы представить наработки, связанные с рассмотрением одного из четырех выделенных аспектов формирования идентичности, а именно – успешной коммуникации и доступа к общей информации.

Коммуникация как одно из свойств национальной идентичности было рассмотрено К. Дойчем, считавшим, что способность в полной мере понимать собеседника зависит, в первую очередь, не от знания языка, а от общего жизненного контекста.² В данном исследовании мы используем его идею о связи идентичности и успешной коммуникации по двум причинам. *Во-первых*, это позволяет выявить роль жизненного контекста в процессе формирования жителями Северо-Запада представления о себе как о представителях единой общности. *Во-вторых*, это способствует раскрытию механизмов взаимовлияния идентичности и коммуникации. Каждый, кто причастен к СМИ, «прекрасно знает», что, получая из них информацию, он проделывает то же, что и тысячи, миллионы других людей, «в чьем существовании он уверен, хотя не имеет ни малейшего представления об их идентичности».³ Поэтому необходимо выяснить, *существуют ли общие точки культурного, политического и экономического соприкосновения для всех субъектов, входящих в Северо-Западный федеральный округ?*

Основная гипотеза в данном случае может быть сформулирована следующим образом:

- Существование общих средств массовой информации для всех субъектов, входящих в округ, так же как и наличие общих для них тем, отражаемых в этих СМИ, ведет к формированию общего информационного и жизненного пространства, к формированию нового «воображаемого» сообщества.

На данном этапе исследования мы не можем делать выводов об общих для всех регионов Северо-Запада темах, поскольку это требует подробного дискурсивного анализа СМИ. Тем не менее, мы установили наличие новых структур, которые способствуют созданию единого информационного пространства Северо-Запада, которое должно сделать коммуникацию между представителями разных регионов более успешной.

К таким структурам относятся, в первую очередь, само Полномочное представительство президента в СЗФО, а также Центр стратегических разработок Северо-Запада (ЦСР СЗ), Ассоциация СМИ Северо-Запада (АСМИ СЗ), общие информационные агентства «Росбалт» и «Северинформ».

Первичный анализ деятельности этих структур позволяет сделать вывод о том, что появление большинства из них является следствием федеративной реформы, о чем свидетельствует время их создания (вторая половина 2000 года), а также тот факт, что их создание было инициировано федеральным Центром.

Второй вывод сводится к тому, что эти структуры пытаются «сверху» конструировать новую северо-западную региональную идентичность. Так, все они декларируют общие цели: (1) «**создание** пространства для взаимодействия и свободной коммуникации организаций и частных лиц, работающих на перспективу развития Северо-Запада России»⁴ (ЦСР СЗ) и (2) «**формирование** единого информационного пространства» (например, АСМИ СЗ⁵).

² Duetsch K. Nationalism and Social Communication, in: Hutchinson & Smith (eds.), Nationalism. Oxford, 1994, pp. 27-29.

³ Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., 2001, с. 57.

⁴ См. сайт ЦСР СЗ: www.csr-nw.ru

Первая цель достигается при помощи реализации многочисленных проектов и программ. Так, Полномочное представительство президента активно реализует проект «Диалог», нацеленный на организацию форума общения между различными слоями общества и власти Северо-западного региона. Особое внимание уделяется программам «Диалог юных» и «Диалог художников». ЦСР СЗ постоянно проводит семинары, конференции, выставки-ярмарки, круглые столы, тем самым создавая и укрепляя сети общения между представителями разных регионов. Одной из задач Ассоциации СМИ Северо-Запада также является поддержка постоянных контактов между журналистами различных регионов, организация их обучения посредством проведения совместных семинаров и мероприятий.

Над реализацией второй цели – формирования единого информационного пространства Северо-Запада – особенно активно работают Ассоциация СМИ Северо-Запада, а также информационные агентства и региональные СМИ. Для этого используются следующие формы работы:

Во-первых, освещение региональных событий не только в региональной и местной прессе, но и в общих для Северо-Запада СМИ. Таким образом, эти события становятся «общим местом» для всех жителей округа, формируя у них чувство общности. Например, АСМИ реализует проект "Деловой выбор прессы", целью которого является информационная поддержка лидеров в различных отраслях экономики Северо-Запада (например, ОАО "Северсталь" в Череповце, ОАО "Кондопога" в Карелии, лесопромышленные и целлюлозно-бумажные предприятия в Архангельске). Помимо АСМИ, региональные события освещаются и информационными агентствами. Крупнейшим из них является созданное в 2000 году общее северо-западное ИА „Росбалт“. Хотя оно также выпускает новости из Москвы, из Приволжского округа и стран Балтии, приоритетными являются новости Северо-Запада: их в среднем около 33 в день, в отличие от новостей Москвы (9) и Санкт-Петербурга (10). Другим окружным информационным агентством является вологодское агентство «Северинформ», созданное в марте 1999 года и считающее своей целью «создавать единое информационное пространство региона». Хотя оно начало свою работу еще до федеративной реформы, оно быстро включилось в работу представительства президента: в марте 2001 года оно вошло в АСМИ Северо-Запада и подписало договор о сотрудничестве с Полномочным представителем Президента в СЗФО.

Во-вторых, освещение общих для всего Северо-Запада тем, в которых прослеживается единство округа. С помощью этого создаются общие точки культурного, политического и экономического соприкосновения для всех субъектов, входящих в СЗФО. Примером этому может служить проект АСМИ "Северное кольцо", целью которого является информационная поддержка культурных и исторических памятников региона. Также АСМИ совместно с полномочным представителем президента по СЗФО провело журналистский конкурс «СеЗаМ» (Северо-Запад-Медиа), в котором была предусмотрена специальная номинация "За лучшее освещение социально-политической, экономической, культурной жизни Северо-Западного региона".

В-третьих, создается пространство для общественного обсуждения общих для всего Северо-Запада проблем. Свидетельством этому могут служить форумы в интернете на страницах большинства названных структур, а также наличие раздела «Дискуссия» на сайте ЦСР СЗ, который представляет собой «открытую площадку общественной коммуникации по вопросам стратегического развития Северо-Запада России»⁶.

Таким образом, первичный анализ показал, что наличие и деятельность структур, конструирующих «сверху» новую региональную идентичность, ведет к

формированию общего информационного и жизненного пространства, то есть нового «воображаемого» сообщества.

Между тем, пока остается открытым вопрос об «общих для всего Северо-Запада тем», потому что он требует подробного дискурсивного анализа не только материалов информационных агентств, но и региональных СМИ. Также необходимо более детальное изучение создаваемыми названными структурами сетей при помощи включенного наблюдения на мероприятиях, где эти сети формируются и воспроизводятся, а также посредством проведения интервью с представителями этих сетей в регионах.