

Харанутова Екатерина Иннокентьевна

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ (НА МАТЕРИАЛАХ ГАЗЕТЫ "НОМЕР ОДИН")

Статья посвящена выявлению особенностей формирования региональной идентичности посредством печатных СМИ Республики Бурятия. В качестве методологической основы была определена конструктивистская теория идентичности. Сопоставление и соотнесение субъектом себя с другими субъектами и объектами является сущностным содержанием самоопределения. Данный аспект обусловил выбор горизонтального измерения идентичности. Для учета этого измерения идентичности с помощью контент-анализа выборки текстов изучались упоминания связей и сопоставлений Республики Бурятия, г. Улан-Удэ с другими странами и с другими регионами.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/10-1/7.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(64): в 3-х ч. Ч. 1. С. 29-33. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/10-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список литературы

1. **Абаев В. И.** О Сека Гадиеве. Орджоникидзе: Северо-Осетинское кн. изд-во, 1958. 250 с.
2. **Гадиев С.** Азау. Рассказы. Цхинвал: Иристон, 1984. 120 с.
3. **Джусойты Н. Г.** Сека Гадиев. Орджоникидзе: Северо-Осетинское кн. изд-во, 1959. 320 с.
4. **Салагаева З. М.** От Нузальской надписи к роману. Орджоникидзе: Ир, 1984. 480
5. **Салагаева З. М.** Четыре этюда об осетинской литературе. Орджоникидзе: Ир, 1970. 242 с.
6. **Христианская жизнь:** журнал. 1915. № 1. 32 с.

GENRE OF STORY IN SEKA GADIEV'S CREATIVE WORK

Fidarova Rima Yaponovna, Doctor in Philology, Professor
*V. I. Abaev North-Ossetian Institute of Humanities and Social Studies
(Branch) of Vladikavkaz Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*
irinakaytova@mail.ru

Kaitova Irina Anatol'evna, Ph. D. in Philology
North-Ossetian State University named after K. L. Khetagurov
irinakaytova@mail.ru

The article analyses one of the most topical problems of contemporary Ossetian literature criticism – examination of genre peculiarities in stories by Seka Gadiev at one of the most important stages of Ossetian literature formation at the end of the XIX – the beginning of the XX century. The purpose of the study is the writer's role in the development of the conception of national character in forming Ossetian literature and, of course, in the origination and progress of the story genre in it. The theoretical and practical significance of the article is evident: the results of the research will contribute to further studying the problems of the genre peculiarity of the Ossetian story at the beginning of the XX century and can be used in university and school practice.

Key words and phrases: genre; story; hero; conflict; plot; character; composition.

УДК 366.63:571.8

Статья посвящена выявлению особенностей формирования региональной идентичности посредством печатных СМИ Республики Бурятия. В качестве методологической основы была определена конструктивистская теория идентичности. Сопоставление и соотнесение субъектом себя с другими субъектами и объектами является сущностным содержанием самоопределения. Данный аспект обусловил выбор горизонтального измерения идентичности. Для учета этого измерения идентичности с помощью контент-анализа выборки текстов изучались упоминания связей и сопоставлений Республики Бурятия, г. Улан-Удэ с другими странами и с другими регионами.

Ключевые слова и фразы: региональная идентичность; средства массовой информации; пресса; контент-анализ; тональность сообщений СМИ.

Харанутова Екатерина Иннокентьевна, к. филос. н.
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления
kharanutova@inbox.ru

**ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ
(НА МАТЕРИАЛАХ ГАЗЕТЫ «НОМЕР ОДИН»)**

Региональное самосознание и региональная идентичность могут рассматриваться в качестве важных факторов выделения регионов как единых территориальных, социально-экономических, социокультурных систем. Таким образом, различия в разных сферах жизни регионов определяют особенности формирования региональной идентичности.

Значимость территориальной идентификации в региональном аспекте определяется и тем, что в силу несравненно расширившихся возможностей среда жизнедеятельности социально-территориальных общностей становится не просто неким данным условием их коллективной жизни, а предметом социального проектирования, использования всего совокупного потенциала территории для повышения уровня и качества жизни.

В формировании региональной идентичности огромную роль играют средства массовой информации, поскольку работают на создание так называемого «воображаемого сообщества». Региональные идентичности, подобно национальным, основаны, по выражению Б. Андерсона [1, с. 27], на идее «воображаемых сообществ». Посредством печатного слова люди, не знакомые друг с другом, могут иметь однородное время и узнаваемое пространство, приобщаясь к воображаемому сообществу и будущим поколениям [7, с. 17].

Для того чтобы описать ценность СМИ для общества, Д. МакКуэйл приводит перечень функций прессы:

1. Интеграция и сплоченность. СМИ могут стать средством социальной интеграции, поскольку доносят общий набор информации и взглядов до каждого индивида. Таким образом, СМИ могут породить новые формы личной причастности, в том числе разные виды идентичности [6, с. 59].

2. Поддержание социального порядка.
3. Отслеживание, мониторинг событий и обстоятельств.
4. Формирование общественного мнения.
5. Стимулирование изменений и инноваций.
6. Распространение чувства причастности на глобальном и национальном уровне через косвенное участие в символически важных общественных событиях [Там же, с. 60].
7. Медиа играют ключевую роль в ряде социальных процессов, таких как социализация (передача норм и ценностей), продвижение социальных движений и выработка идентичности в политических, экономических, этнических терминах и в терминах местной культуры.

Д. МакКуэйл, рассматривая различные факторы, влияющие на СМИ, особое внимание уделил социокультурным воздействиям. Культурные измерения социальной структуры все еще оказывают воздействие на формирование медийного контента. Другими словами, предложение новостей должно отвечать национальным условиям, различным возрастным интересам, культурным вкусам, стилю жизни, нормам и ценностям, запросам этнических и других сообществ. Говоря о культурных факторах, Д. МакКуэйл особенно выделяет язык, этничность и религию.

Подводя итоги вышеизложенному, необходимо отметить, что СМИ играют ключевую роль в процессе формирования идентичности. В последнее время наиболее заметно то, что указанную функцию выполняют региональные СМИ, поскольку они нацелены на создание общего менталитета на определенной территории, а также прослеживается тенденция усиления позиций регионов. Кроме того, необходимо отметить неослабевающую роль печатных СМИ в процессе формирования региональной идентичности.

Под региональной идентичностью мы понимаем процесс интерпретации регионального своеобразия, через который регион становится институционализирован в определенном виде сообщества. Этот процесс обусловлен и поддерживается дискурсивными практиками и ритуалами и состоит из производства территориальных границ, системы символов и институтов. При таком подходе идентичность рассматривается как конструкт, и основной акцент делается на рассмотрение дискурсивных и социальных практик, которые ее определяют и конструируют территориальные различия.

Являясь разновидностью коллективных (или групповых) идентичностей, территориальные идентичности создаются через противопоставление одного коллектива другому. Норвежский ученый Ивэр Нойманн отмечает, что «коллективные идентичности имеют внешние составляющие: эти идентичности определяются целыми напластованиями “Других”. Коллективные идентичности существуют благодаря тому, что отделяют одних людей от других при помощи определенных маркеров – (показателей)». Отсюда в идентичности центральная роль принадлежит дихотомии «мы – они» («свой – чужой») и проведению границ между ними: потребность в осознании «себя» невозможна без сопоставления с «другими», без осознания собственной «самости» и чужой «инаковости» «своей земли», указанная потребность объединяла живущих в ее рамках в одно сообщество [12, р. 349].

Чувствуя свою сопричастность к некоторому локальному сообществу, человек переносит на себя и/или свою социальную микрогруппу прошлые, настоящие, потенциальные будущие и даже вымышленные достижения и достоинства региона, в котором проходит его жизнь. Подобный механизм конституирования и институционализации региональной идентичности актуализируется местными средствами массовой информации (СМИ) жителей регионов и при сравнении своего региона с другими на основе информации из СМИ.

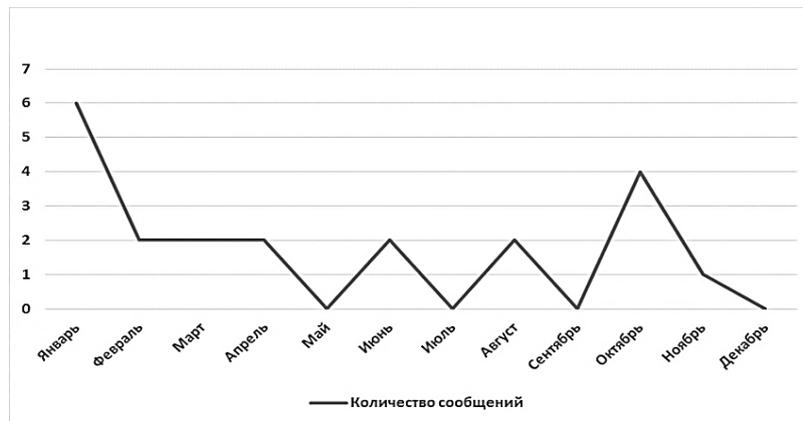
Сопоставление и соотнесение субъектом себя с другими субъектами и объектами является сущностным содержанием самоопределения и входит в большинство психосоциальных определений понятия «идентичность» в психологических концепциях 2-й половины XX в. [4, с. 82]. Данный аспект обусловил выбор горизонтального измерения идентичности. Для учета этого измерения идентичности с помощью контент-анализа публикаций изучались упоминания связей и сопоставлений Бурятии, города Улан-Удэ с другими регионами. При постановке задачи изучения на основе материалов СМИ какого-либо феномена общественного сознания всегда возникает закономерный вопрос о пространственно-временных и издательско-тематических ограничениях выборки. При выборе печатного издания мы остановились на газете «Номер один», основанием для этого послужил высокий тираж на региональном рынке.

В данном исследовании проведен анализ публикаций 2013 года. Всего было проанализировано 52 выпуска газеты «Номер один». За этот период было опубликовано 23 статьи, где другие регионы упоминаются в контексте сопоставления их с Республикой Бурятия и городом Улан-Удэ (График 1).

С точки зрения информативности и корректности интерпретации оптимальным было выявление пяти следующих тональностей сообщений СМИ: позитивно-хвалебной – констатация успехов, хвалебные или благодарственные интонации, отсутствие столкновения интересов или критики; конструктивно-критической – обещания решить проблемы, справиться с трудностями, учесть критику и улучшить ситуацию, стремление к компромиссу, предупреждение властями населения об угрозах с обещанием защитить; конфликтной, главная тема – столкновение интересов отсутствие стремления к компромиссу, взаимные упреки, отсутствие определенности в путях решения проблем; негативно-пессимистической – односторонняя критика и осуждение без надежды на решение проблем, отсутствие или смысловая вторичность темы столкновения интересов; нейтральной – отсутствие в сообщении эмоционально нагруженных слов и выражений. При этом одному сообщению может быть присуща только одна тональность как отражение целостного впечатления от текста [Там же].

График 1.

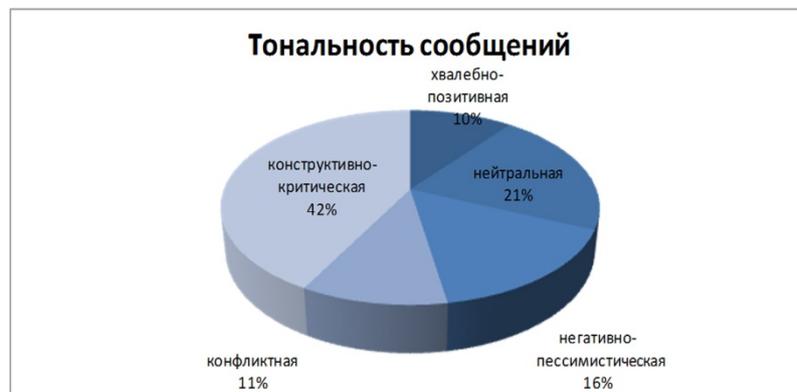
Количество анализируемых публикаций



Контент-анализ газеты «Номер один» за 2013 год позволил установить, что за этот период в газете было наибольшее количество публикаций конструктивно-критического характера. Всего их было 8 (Диаграмма 1). Эти публикации затрагивают экономику региона, немного конкуренцию Бурятии, Иркутска и Монголии в рамках воздушных пассажирских перевозок, где нужно наращивать разнообразие маршрутов и не упускать ценовую политику. Также упоминается невысокий уровень зарплат в регионе, говорится о самовольном захвате земли, который принял такой масштаб, что исполнение законов может привести к социальному взрыву.

Нейтральных статей – 4, негативно-пессимистических – 3, здесь также затрагивается область экономики, а также именно такой тональности единственная статья из культурной сферы, где говорится о состоянии местных театров. Конфликтных – 2, где рассматривается конкуренция Иркутской области и Бурятии, также проблемы муниципального транспорта, где идет противопоставление интересов так называемого «маршрутного лобби» в органах управления и рационального проведения разумной транспортной реформы. Статей в хвалебно-позитивной тональности – 2.

Диаграмма 1



Таким образом, в материалах газеты в основном присутствуют статьи конструктивно-критической тональности, в которых говорится о проблемах региона, а те регионы, с которыми сравнивают Республику Бурятия, ставятся как пример успешного решения проблемы. Например, предоставление компенсации стоимости проезда с целью получения лечения, как в Татарстане, могло бы помочь тяжелобольным в Бурятии.

Анализируемые публикации можно разделить на различные тематики (Диаграмма 2). Самую большую группу составляет тема *экономического развития региона*.

В критической тональности выполнены публикации о том, что зарплаты в городе меньше, чем в других больших городах. У нас средняя заработная плата – 27335 рублей, тогда как в Красноярске – 30000, 32000 – во Владивостоке, 39500 – в Хабаровске. В конкурентной борьбе первостепенная задача – создание условий для развития экономики, инвестиций, создания рабочих мест с достойной зарплатой [9].

В плане газификации республики рассматриваются проекты по созданию производства газа. Для реализации программы Газпром должен быть уверен, что это будет экономически оправданно. Для этого властям республики нужно создать условия, такие как развитая инфраструктура и потребительская база. В других регионах Сибири и Дальнего Востока ситуация в плане развития отличается, например Сахалин, Якутия и Иркутск рассматриваются как наиболее перспективные в газовой отрасли субъекты.

В различных рейтингах Бурятия выглядит по-разному. В рейтинге регионов Бурятия занимает 62 место. Этот материал представлен в негативно-пессимистической тональности. В статье говорится: «Унылая, безнадёжная жизнь толкает людей уезжать отсюда в западном направлении. Минимум в Иркутск (21), Красноярск (14) или Новосибирск (23-е место рейтинга). <...> в минувшем году количество людей, уехавших из Бурятии, достигло исторического максимума» [8].

Однако в рейтинге конкурентоспособности республика получила 18 место в исследовании Евразийского института конкурентоспособности. Это исследование является уникальным, оно опирается на мнение тысяч руководителей компаний, это действительное мнение бизнеса, собранное в форме масштабного опроса [5].

Диаграмма 2



Тема *спорт* достаточно часто упоминается в сравнении с другими регионами. Отдельно хотелось бы отметить тему, посвященную волейбольной команде «Хара Морин». В материалах газеты неоднократно упоминается о сложностях, с которыми приходится сталкиваться менеджменту для поддержания команды на высоком уровне ввиду географических особенностей и недостаточного содействия со стороны властей. Говорится о непросто финансовом положении волейбольной команды «Хара Морин», несмотря на то, что команда показывает хорошие результаты в турнире. Никто не знает, как оставаться в Суперлиге без сотен миллионов рублей, которых у республики нет. В СМИ постоянно мелькают заголовки, что у республики появился спортивный бренд, благодаря которому о Бурятии знает вся Россия. Однако часть спортсменов продолжать выступать за команду не сможет. Другим командам, которые расположены ближе к Москве, гораздо легче привлечь игроков высокого уровня. Им для этого нужно меньше затрат [11].

Сравниваются тренерские методики некоторых азиатских стран и Бурятии. Так, например, в Японии распространен очень жесткий стиль работы тренеров. А в Бурятии другой подход – это психологическая подготовка и дисциплина, которая всегда во главе угла.

В спортивном рейтинге регионов Бурятия занимает лишь 72 место, в критерии этого рейтинга входили развитие массового спорта, финансирование физкультуры, развитие детско-юношеского спорта.

Транспорт и строительство в Улан-Удэ. Это постоянная тема критики и надежды на решение проблем, где главные темы – это общественный транспорт, а также самовозведенные дома.

В Улан-Удэ, как и во многих других городах России, остро стоят проблемы общественного транспорта. Отмечается, что микроавтобусы для пассажирских перевозок применяются только в неразвитых странах: в России, в странах Африки, в Юго-Восточной Азии, в Латинской Америке. У нас не думают о том, какой ущерб городскому хозяйству наносят маршрутки. Для примера приводится ситуация в Воронеже и Самаре, где такая же сложная ситуация.

Муниципальный транспорт у нас считается убыточным из-за неплохого лобби маршруток в органах управления, цель которого – сохранение отмычки денег. Все это препятствует нормальной транспортной реформе России.

В Бурятии самовольный захват земли принял такой масштаб, что исполнение законов может привести к социальному взрыву. В других регионах такие случаи единичны, поэтому Бурятия в этом плане, наверное, уникальна. По России показатель нарушения земельного законодательства составляет 61 процент, когда как в Бурятии только 39 процентов. Улан-Удэ – это единственный город России, не справившийся с миграцией сельских жителей. Ключевой особенностью урбанизации Республики Бурятия является то, что к концу советского периода мы получили, по сути, один значимый город. Пригород получил немного аморфный облик, неблагоустроенный, без инфраструктуры. Вся жизнь сосредоточена в центре города, и это является одной из причин возникновения пробок [2].

Публикации, посвященные *культуре*, характеризуются негативно-пессимистической тональностью. Состояние местных театров оставляет желать лучшего. Критик Туяна Николаева говорит о недостатках бурятских театров, сопоставляя их с театрами Иркутска, Москвы и Питера. Она отмечает профессионализм

иркутского театра имени Охлопкова, а также считает, что наши театры ничего не хотят и не умеют делать, а такие необходимые в современных условиях направления деятельности, как реклама, сервис, подход к зрителям отсутствуют в сознании театров [3].

Криминальная обстановка. Затрагивая тему карманного воровства в городе, авторы отмечают, что по сравнению с Омском в Бурятии уровень краж намного выше, карманники чувствуют себя очень вольготно, потому что большинство граждан, к сожалению, запугано [10].

Следовательно, главной темой для региональной идентификации в данном издании является экономическое развитие региона, сравниваются его успехи с другими сибирскими регионами.

Обобщая, хотелось бы отметить, что главным образом региональная идентичность в соотношении региона «мы – они» фигурирует в статьях, посвященных различным проблемам региона, и носит в основном критические идентификации. Публикаций в позитивно-хвалебной тональности небольшое количество, что, вероятно, связано с недостаточным объемом информационных поводов, в рамках которых формировались бы параметры региональной идентичности жителей республики.

Таким образом, главной особенностью формирования региональной идентичности Бурятии в газете «Номер один» является критика различных сфер нашего общества, акцентируется внимание на неуспешности региона в плане реализации экономики, городского управления столицей. И сопоставление с другими регионами чаще происходит не в пользу Бурятии.

Данное печатное СМИ не формирует позитивного бренда региона, который влияет на повышение его инвестиционной привлекательности. Однако сама редакция данного СМИ не считает это своей целью, так как ее главная задача – это обнаружение проблем и привлечение внимания к их решению. В дальнейших исследованиях важно понять, насколько данное формирование идентичности отражается на имидже региона для жителей, а также на успехе региона в инвестиционном плане.

Список литературы

1. **Андерсон Б.** Воображаемые сообщества. М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2001. 288 с.
2. **Балтатарова Е.** Большая деревня [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 23 апреля. URL: http://gazeta-n1.ru/archive/detail.php?ID=22651&sphrase_id=149773 (дата обращения: 20.04.2014).
3. **Балтатарова Е.** Туяна Николаева: «Душевных сил уже нет» [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 16 января. URL: http://gazeta-n1.ru/archive/detail.php?ID=19068&sphrase_id=149778 (дата обращения: 20.04.2014).
4. **Бочаров А. В.** Методологические и эмпирические аспекты изучения региональной сибирской идентичности в информационном поле региональных СМИ // Вестник Томского государственного университета. Серия «История». 2012. № 2 (18). С. 81-91.
5. **Жители Бурятии поверили в будущее** [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 4 июля. URL: http://gazeta-n1.ru/archive/detail.php?ID=23474&sphrase_id=149779 (дата обращения: 22.04.2014).
6. **МакКуэйл Д.** Журналистика и общество. М.: МедиаМир, 2013. 368 с.
7. **Назукина М. В.** Граница в дискурсе идентичности региональных сообществ России // Вестник Пермского университета. Серия «Политология». 2007. № 1. С. 11-17.
8. **Санжиев П.** Почти на дне [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 19 июня. URL: http://gazeta-n1.ru/news/23126/?sphrase_id=149780 (дата обращения: 23.04.2014).
9. **Санжиев П.** Улан-Удэ должен удерживать людей [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 28 марта. URL: http://gazeta-n1.ru/archive/detail.php?ID=22407&sphrase_id=149782 (дата обращения: 20.04.2014).
10. **Ульянова Л.** Улан-Удэ – рай для карманников [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 16 октября. URL: http://gazeta-n1.ru/news/27532/?sphrase_id=149783 (дата обращения: 20.04.2014).
11. **Хандажапов Л.** Туманное будущее «Хара Морин» [Электронный ресурс] // Номер один. 2013. 10 апреля. URL: http://gazeta-n1.ru/news/22492/?sphrase_id=149785 (дата обращения: 20.04.2014).
12. **Neumann I. B.** Russia as Central Europe's Constituting Other // East European Politics and Societies. 1993. Vol. 7. № 2.30. P. 349-369.

FORMATION OF REGIONAL IDENTITY IN PRINT MEDIA (BY THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPER “NUMBER ONE”)

Haranutova Ekaterina Innokent'evna, Ph. D. in Philosophy
East Siberia State University of Technology and Management
kharanutova@inbox.ru

The article is devoted to identifying the peculiarities of regional identity formation by the material of the print media of the Republic of Buryatia. As a methodological basis the author uses the constructivist theory of identity. The comparison and correlation of the subject itself with other subjects and objects are essential content of self-determination. This aspect has led to the choice of the horizontal measurement of identity. To take into account this dimension of identity by means of the content analysis of the sample group of texts the author studies references of the correlations and comparisons of the Republic of Buryatia, Ulan Ude with other countries and regions.

Key words and phrases: regional identity; mass media; press; content analysis; tone of media reports.