

УДК 316.2
Д-43

Дзякович Елена Владимировна

кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных коммуникаций Поволжской академии государственной
службы имени П.А. Столыпина, г. Саратов
тел.: (927) 227-47-01
dzelena@mail.ru

**Коммуникативные пространства российских регионов:
состояние и тенденции развития**

Аннотация:

Статья посвящена анализу коммуникативных пространств современных российских регионов, их специфике на современном этапе. Особое внимание уделено постсоветским изменениям на уровне политической и культурной жизни регионов, причинам и характеру данных изменений, нынешнему состоянию и тенденциям их возможного развития.

Ключевые слова: регион, коммуникативное пространство, тенденции, развитие, глобализация, система, средства массовой коммуникации, социокультурная специфика.

Современный глобализирующийся мир демонстрирует разнонаправленные тенденции развития коммуникативных пространств этнических групп, народов, регионов и государств. Коммуникативное пространство представляет собой виртуальное образование, в котором находят свое выражение концепты, дискурсы и идеи, имеющие разные источники возникновения, выражающие разные по направленности интересы и задающие разные программы выстраивания будущего. Коммуникативное пространство состоит из совокупности индивидуальных пространств, отражающих общее пространство и формирующихся под его непосредственным воздействием. Виртуальная природа коммуникативного пространства вовсе не означает его чуждость и противопоставленность константной реальности. Напротив, коммуникативное пространство ее отражает и интерпретирует. Однако такое отражение и интерпретация, программируя поведение индивидов, могут быть, а в настоящее время часто являются управляемыми.

В данном случае под регионом понимается субъект Российской Федерации как «целостная социальная система, обладающая всеми характеристиками социума. Эта система имеет единую структуру, включающую физико-географическую, экономическую, политико-административную, этническую, социокультурную, правовую, политическую подструктуры, соответствующие им социальные институты, при определяющей роли институтов управления в организации жизни региона» [1, с. 99]. Практика показывает, что именно федеральный центр, удерживая в своих руках тем или иным образом СМИ и СМК, транслирует на регионы нужные ему новостные блоки, задает параметры обсуждения имеющихся в государстве (в том числе и на местном уровне) проблем, поставляет развлекательную информацию. С усилением «вертикали власти» тенденции централизации (в том числе и коммуникативного пространства) в российских регионах усиливаются. В связи с этим не представляет сложности заметить проблемы, возникающие вследствие этого на региональном уровне.

Несмотря на изменившуюся за несколько последних лет экономическую ситуацию в государстве, положение дел на региональном уровне осталось прежним. В условиях роста индивидуализации и разобщенности, вызванной многими причинами, в том числе и переходом на капиталистический путь развития, коммуникативное пространство в регионах переживает период переконфигурации. Она по-разному

проявляет себя на уровне регионов. Так, в национальных субъектах Федерации можно говорить об увеличении плотности этнически маркированных коммуникативных потоков, с одной стороны. С другой же – кроме федерального центра появились новые коммуникационные и коммуникативные центры, базирующиеся уже за пределами России. Это касается, прежде всего, приграничных и национальных субъектов Российской Федерации.

Общую ситуацию в коммуникативном пространстве регионов России можно охарактеризовать как коммуникативную недостаточность. Множество людей (как молодежи, так и взрослых) не включены в региональные коммуникативные пространства. Они не знают истории, культуры региона, в котором живут и не чувствуют в этом необходимости. Во многих случаях отсутствует чувство укорененности в окружающем пространстве. А ведь коммуникативное пространство подразумевает и связь с пространством физическим. Кардинальные изменения в государственном устройстве, приватизация и другие подобные изменения раскололи общество (в том числе и на региональном уровне) на страты, далеко отстоящие друг от друга по уровню получаемых доходов, наличию или отсутствию привилегий, возможностей «обойти» закон, возможностей проведения досуга и получения образования и многом другом. Выше названный раскол пока не демонстрирует тенденций к уменьшению расхождения между богатыми и бедными.

Для подавляющего большинства регионов можно констатировать ослабления семейных и других социальных связей. Социализация подрастающего поколения все чаще производится не семьей и школой, а улицей и современными СМК. Последние задают массовые стандарты поведения, потребления и проведения досуга. С их помощью образуются суррогатные коммуникативные пространства и внедряются в сознание новые идентичности [2, с. 92–100]. Как правило, это симулятивные идентичности, разрушающие сформировавшееся ранее традиционное коммуникативное пространство.

В ситуации России с ее значительной территорией и многообразием населяющих ее народов существует настоятельная необходимость в формировании региональной идентичности. В этом же должна быть заинтересована региональная и муниципальная власть. Однако стимулировать продвижение региональной идентичности на уровне местного самоуправления в современных условиях представляется проблематичным. Одной из причин этого, как и в большинстве случаев, является пресловутый экономический фактор.

Для поддержания единого коммуникативного пространства на региональном уровне наряду с другими условиями необходимы значительные финансовые средства, которых в большинстве случаев в местных бюджетах нет. Финансирование по остаточному принципу провинциальных музеев и других учреждений культуры ставит последние просто на грань выживания. В результате мы видим ухудшение человеческого капитала, под которым понимается «сформированный в результате инвестиций государства, предприятий, частных лиц запас знаний, навыков и опыта, здоровья, интеллектуальных и физических способностей к труду, которые могут использоваться или используются в экономических целях для получения или увеличения дохода общества, предприятия и работника» [3, с. 24]. Хроническое недофинансирование государством направлений, связанных с воспроизводством человеческого капитала, на региональном уровне ведет к деградации регионального социума.

В таких условиях региональное коммуникативное пространство вынужденно переконфигурируется через фрагментацию. Социальные страты, возрастные когорты, географически обособленные и этнические группы, через которые проходит имущественное размежевание, образуют сложный мир российского провинциального социума. В условиях недостаточных вложений воспроизводство человеческого капитала неадаптировавшаяся к современному российскому капитализму часть населения занята выживанием и охвачена апатией. По мнению В.Г. Федотовой, «апатия поразила и само государство, прежде пережившее, как это ни парадоксально,

анархическое состояние. Слои, которые меньше всего подверглись апатии, – воодушевленные национальным строительством или протестом национальные меньшинства, люди из малого и среднего бизнеса (за исключением времени дефолта), которые еще не имеют причин для счастливой апатии перепотребления. Не заражены апатией политические карьеристы и экстремисты» [4, с. 59].

В таких условиях региональный социум вынужденно коммерциализируется. «По существу, этнографы уже сейчас фиксируют существенные изменения устного и прикладного традиционного творчества под влиянием коммерческой культуры. Здесь навязывание народной культуре несвойственных ей прежде функций и вынуждение ее выступать в качестве товара приводит к модификации ее морфологии. В частности, прикладное творчество стало выступать, по преимуществу, в виде сувенирной продукции, многие региональные стили становятся универсальными, а повсеместно распространенным – общерусский – точнее, коммерческий стиль» [5, с. 170]. Коммерциализация региональной культуры вымывает народную культуру, освобождая пространство для проникновения массовых образцов общества потребления. Вероятно, совсем немного осталось времени, когда подобно тому, как это происходит во многих других странах, в России получат широкое распространение предметы русских и других народных промыслов, изготовленные в Китае.

В ситуации коммерциализации исчезает аутентичность предметов традиционного быта, забывается подлинное содержание традиционных практик, содержание повсеместно вытесняется формой, яркой, бросающейся в глаза, но наполненной штампами, часто пустыми и не имеющими коннотаций с окружающей реальностью. В условиях культурной (в том числе и коммуникативной) колонизации регионов у жителей формируется отчуждение от его истории и культуры. Даже в тех случаях, когда в регионе наблюдаются признаки национального ренессанса после господства унифицированной советской культуры, ситуация, как правило, остается неоднозначной. Многие люди в регионах теряют традиционную идентичность: этническую и региональную. С другой стороны, этническая идентичность актуализируется для вновь прибывших в процессе миграции в регион этнических групп.

При анализе ситуации в коммуникативных пространствах регионов Российской Федерации следует помнить, что, с одной стороны, выше названные пространства упрощаются, снимаются или ослабляются стилевые барьеры. С другой стороны, это ослабление и снятие не снимает социальных и классовых перегородок, а, скорее, маскирует их. Однако черты провинциальности никуда не уходят. В существующих условиях развитие экономических внутри- и внерегиональных связей неизбежно способствует укреплению коммуникационных и информационных связей. Одно подразумевает и развивает другое.

Однако независимо от культурной специфики конкретного российского региона на повестке дня одновременно стоят вопросы и интеграции в общероссийское коммуникативное пространство, и развитие внутрирегиональных коммуникативных связей, то есть развитие как горизонтальных, так и вертикальных коммуникаций. Такие коммуникации не должны ни изолировать регион, ни унифицировать его под тот или иной стандарт. Проблемой в данном отношении является слабость имеющихся региональных элит и отсутствие у них модернизационного потенциала. «Постсоветская элита лишена черт института или определенной социальной группы с ясными признаками принадлежности и механизмами группообразования. Принадлежность к элите в данном контексте не имеет отношения к *продуктивности, оригинальности либо образцовости достижений* данного индивида или слоя» [6, с. 77].

В такой ситуации не менее серьезной проблемой является восстановление доверия между различными социальными слоями регионального сообщества, что невозможно без восстановления конкуренции в экономике, местной политике и в сфере культуры. Клановость и групповщина являются серьезной помехой на этом пути.

В качестве одной из тенденций развития современных российских региональных коммуникативных пространств следует отметить стремление к

восстановлению или формированию заново региональной идентичности через поиск ее оснований в прошлом или настоящем, поиск организационно-коммуникативных инноваций, крайне необходимых для улучшения регионального менеджмента.

Медиа сфера федерального центра господствует над периферией, оставаясь, как правило, более содержательной, профессионально состоятельной, транслируя дискурс центральной власти. Тем не менее коммуникативные и информационные структуры регионов образуют сети, с помощью которых разнохарактерные элитные группы пытаются транслировать ценности, связанные с местными идентичностями. Такие сети связывают музеи, библиотеки, средние и высшие учебные заведения, формируют региональную интеллигенцию.

В целом можно отметить усиление клерикализации в регионах России и тенденцию постепенного проникновения традиционных конфессий в еще совсем недавно чуждые им коммуникативные сети, что вызывает неоднозначную реакцию интеллигенции, но, как правило, приветствуется властью на региональном уровне. Эти изменения легко фиксируются любым непредвзятым наблюдателем, например, региональных СМИ, в том числе и телевидения. Относительно недавние указы российского правительства о передаче музейного имущества (в том числе зданий, ряда экспонатов, связанных с отправлением культов) православной церкви вызвали появление конфликтных ситуаций между священнослужителями и работниками музеев.

Федеральный центр уделяет недостаточное внимание сфере культуры в регионах, что препятствует созданию единого культурного пространства в России. Согласно административной реформе и разграничению функций между федеральными, региональными и местными органами власти, забота о культуре на местах возлагается на ответственность местного самоуправления, а бюджетное обеспечение и налоги, которые собирают органы местной власти, таковы, что хорошо бы сохранить школу и больницу, а для культуры ничего не останется. В целом ряде регионов происходит массовое закрытие учреждений культуры. В данном случае необходимо напомнить, что большинство регионов России – дотационные, и, соответственно, не располагают ресурсами, достаточными для адекватного финансирования рассматриваемой нами сферы.

Обстоятельства таковы, что нужно признать как факт усиление центробежных тенденций на уровне регионов России, общее ослабление дискурса федеральной власти и ее реальных возможностей и появление новых и активных игроков (этноэлит) в региональном коммуникативном и информационном пространстве. Дальнейшее сохранение выше перечисленных тенденций существенно повышает риски дезинтеграции России. Таким образом, настоятельной необходимостью на ближайший период следует считать гармонизацию ресурсного обеспечения учреждений культуры в регионах, создание рабочих мест и оказание государственной поддержки социально ориентированным инновациям. Важно наряду с сохранением общего российского коммуникативного пространства развивать региональные коммуникативные пространства, призванные питать и обогащать его.

Ссылки:

1. Барбаков О.М. *Регион как объект управления* // Социс. 2002. № 7 .
2. Рязанов А.В. *Манипуляция идентичностями в конструировании коммуникативного пространства* // Социокультурные проблемы языка и коммуникации. Саратов, 2006. С. 92–100.
3. Быченко Ю.Г. *Управление развитием человеческого капитала*. Саратов, 2005.
4. Федотова В.Г. *Хорошее общество*. М., 2005.
5. Костина А.В., Гудима Т.М. *Культурная политика современной России: соотношение этнического и национального*. М., 2007.
6. Гудков Л., Дубин Б. *Иллюзия модернизации: российская бюрократия в роли «элиты»* // Pro et contra. 2007. № 3 (37).