В.К.Малькова

Пресса и межнациональные отношения в республиках Российской Федерации

Пресса является одним из гибких и оперативных каналов передачи массовой информации, способной конструировать этнические стереотипы и установки, влиять на мировоззрение и общественные настроения людей. В процессе реализации Проекта "Национальное самосознание, национализм и разрешение конфликтов в Российской Федерации", одной из целей которого было исследование динамики этнического самосознания и межэтнических отношений, а также факторов, способствующих достижению межэтнического согласия или, наоборот, стимулирующих межэтническую напряженность и конфликты, осуществлялся анализ республиканской прессы. Частично эти материалы представлены в данной статье.

Исследование республиканской прессы, проведенное в Институте этнологии и антропологии РАН, - представляется крайне актуальным, поскольку именно сейчас, в период радикальной социальной и этнополитической трансформации российского общества, в период становления новых отноше-

ний между республиками и федеральным центром, как никогда становится важным научное знание различных факторов, сопровождающих эти процессы, в том числе и причин, некоторых изменений в массовом сознании и поведении жителей республик.

Проведено одновременное сравнительное изучение по единой методике прессы четырех разных республик Российской Федерации. При этом представлены разные типы межнациональной напряженности и конфликтных ситуаций.

Эмпирические материалы, полученные в исследовании, могут содействовать расширению научно-информационной базы, необходимой для выработки и реализации экономических и политических программ, предпринимаемых властными структурами в целях сдерживания и регулирования межэтнических и этнополитических конфликтов в республиках Российской Федерации.

Главной задачей данного исследования мы считали выявление в изданиях всей информации, способной влиять на формирование у населения республик представлений в области межэтнических отношений. Рассматривая эту информацию, содержащую, в частности, этнические идеи, важно было попытаться выбрать основные составляющие идеологии национального достоинства, межэтнической консолидации и взаимодействия, их пропагандистские акценты и приоритеты в разных российских регионах, рассмотреть интенсивность их распространения, политическую и психологическую направленность, определить формы "национальной идеи"- толерантные или интолерантные и, в целом, - выяснить сходство и различия по республикам в формах и способах формирования этнических и этнополитических ориентаций в массовом сознании.

Кроме того, мы считали важным определить -кто и с какой аргументацией создает и распространяет в республиках потенциально позитивную, миролюбивую или, наоборот, взрывоопасную, агрессивную этническую информацию, то есть выявить идеологов, способствующих формированию у населения республик массовых представлений и ориентаций в межнациональных отношениях.

При отборе изданий для анализа учитывались следующие моменты: 1. Издание должно отражать официальную точку зрения руководства республики. 2. Оно должно быть авторитетным и достаточно популярным у социально активной части населения. К таким изданиям, по мнению экспертов из республик, относятся следующие ежедневные газеты: "Известия Татарстана" и "Республика Татарстан"- в Татарстане, "Республика Саха"- в республике Саха (Якутия), "Тувинская правда"- в Туве и "Северная Осетия"- в республике Северная Осетия- Алания. Все эти газеты издаются под опекой правительственных учредителей и выходят на русском языке.

Эти издания, ежедневно информирующие население республик о местных событиях, об изменениях в политической, социальной, духовной, экономической и других сферах жизни, содержат и передают также информацию об этническом своеобразии и культуре разных народов, проживающих вместе в той или иной республике, об их истории и современных проблемах, об их взаимоотношениях и о строительстве в республике "нового общего дома".

"Этническая" или "этнореспубликанская информация" - термины, используемые нами в тексте, конечно, достаточно условные. К "этнореспубликанской информации" мы относим: а) публикации, содержащие название республики исследования (или любой другой) и ее производные; название своей (или другой) столицы, само слово "республика" и его производные; б) публикации, содержащие упоминания об этносах и производные от термина "этнос"; в) публикации, содержащие термины "нация", "национальность" и их производные.

Кроме того, мы фиксировали публикации и о Российской Федерации в целом, в том числе, содержащие слова "Русь", "Россия", а также "Российская Федерация", "страна", "Российское государство" и их производные - как государственно-консолидирующие термины.

Таким образом, анализ текстов был направлен на то, чтобы выяснить: 1) какова в том или ином официальном издании в данный период доля информации, содержащей республиканскую, общероссийскую, а также этническую окраску; 2) насколько существенна она для того,чтобы считать ее зна-

чимым каналом влияния политической элиты на массовое сознание; 3) зависит ли интенсивность появления в прессе этой информации от важных внутриреспубликанских и общероссийских событий; 4) в публикациях какого жанра наиболее часто появляется информация с этнической, республиканской и общероссийской "окраской"; 5) какая категория авторов - политическая элита, интеллектуалы из художественно-творческой среды, журналисты и т.д. особенно активно "этнизируют" газетную информацию, окрашивают ее в республиканские или общероссийские тона; 6) и, наконец, что общего и специфического в деятельности официальных органов печати разных республик в интересующем нас плане.

Для реализации задач исследования был использован метод контент-анализа или качественно-количественного анализа информации. Формуляр, подготовленный для сбора первичной информации, содержал более 200 позиций для фиксации отдельных элементов текстов, направленных на формирование этнической идентичности, ценностей национализма как "политической крыши" межэтнических отношений.

В номере газеты, выступавшей в качестве самостоятельной единицы наблюдения, просматривались все публикации, фиксировалось на шифровальном листе их общее количество, затем выбирались для контент-анализа лишь те, которые содержали вышеназванные этнические или республиканские признаки. Каждая публикация, содержащая важную для исследования информацию, с помощью соответствующих шифров фиксировалась на отдельной строке шифровального листа. Одновременно на других листах шифровальщик-исследователь записывал наиболее важные цитаты со всеми выходными данными публикации. Этот иллюстративный материал является источником, существенно дополняющим количественный анализ.

Одной из главных задач процедуры контент-анализа было выявление частотности или интенсивности появления в официальной республиканской прессе определенных этнических и этнополитических идей, фактов, их сочетаний и приоритетов.

Проект охватывал на первом этапе период 1993-94гг., поэтому важным моментом для выборки единиц наблюдения было определение мини-периодов для подробного анализа газет. За единицу измерения бралась информация в конкретном номере газеты. Но номера газет можно было выбрать разными способами: отобрав каждый 10-й или 15-й номер в течение всего года или, увеличив интервал по месяцам, сократить его между номерами газет. Мы предпочли способ, позволивший анализировать информацию как бы в спрессованном виде. В 1993 и 1994гг. мы выбрали те три месяца, когда в стране и республиках происходили события, требовавшие наиболее активной этнической и республиканской мобилизации.

В 1993г. было взято время повышенной политической активности в России, связанное с противостоянием республик и федерального центра, с борьбой между ветвями федеральной власти в Москве. В выборку попали октябрь - пик противостояния, ноябрь - подготовка к принятию Российской Конституции и к выборам в Госдуму и декабрь -месяц, когда состоялись два эти события, важные и, в определенном смысле, поворотные для политической жизни всей страны. Они и для республик были временем максимального политического напряжения во взаимоотношениях с центром.

В 1994г. избранные для анализа месяцы не были одинаковыми в разных республиках, так как события, влияющие на этническую мобилизацию, происходили в них не одновременно. Но один месяц в 1994г., для сравнения с 1993-им, по республикам был выбран общим- ноябрь. Это было время развертывания активных политических акций в связи с событиями в Чеченской республике.

При контент-анализе учитывались разные единицы счета: публикации, упоминания в них отдельных фактов (например, контакт республики с соседями), наличие в публикации определенных терминов (например, этнонимов), идей или суждений (например: "представители всех этносов должны жить в республике вместе") и др.

Контент-анализ показал, что, несмотря на многие ситуационные и региональные отличия, республиканские газеты в

1993г. содержали примерно одинаковую и относительно устойчивую долю публикаций с "этнической и республиканской окраской". Иными словами, открывая официальную ежедневную русскоязычную газету в Татарстане, Туве, Северной Осетии и Саха (Якутии), читатель в 4-5-й части всех публикаций встречал этнические, национальные или республиканские признаки. Вариации по регионам - от 18% до 28%. Но в каждой из четырех республик различия по месяцам оказались незначительными.

В 1994 г. различия по республикам были более заметными, хотя и объяснимыми - от 10% до 27% (за исключением августовской "Тувинской правды" - 47%, когда в республике отмечались юбилеи и обсуждался визит в Туву Б.Н.Ельцина). Некоторое увеличение информации, имеющей место и в "Известиях Татарстана"(45%), объясняется обсуждением в этот период в республике Договора между государственными органами Российской Федерации и государственными органами республики Татарстан. В каждом отдельном номере информация с "этнической окраской" проходит в среднем в 5-11 публикациях. В Татарстане еще чаще (см.Табл.1).

Анализ публикаций, содержащих "этническую" и "республиканскую" информацию показал, что они встречаются в основном в официальных документах, интервью руководителей республик, в статьях, очерках, репортажах, реже - в письмах в газеты.

Основные авторы газетных материалов по этническим проблемам - журналисты, подписывающие или не подписывающие свои публикации. Именно через их материалы в статьях, репортажах, очерках преимущественно передается информация, содержащая этническую или республиканскую терминологию, а вместе с ней и идеи. Довольно интенсивно аналогичная информация передается также и в публикациях выступлений высших республиканских руководителей, депутатов республиканских парламентов и высших правительственных чиновников. Именно эти две группы интеллектуалов и были основными авторами "этнореспубликанской информации" в исследуемых газетах.

Вопреки нашим ожиданиям, художественная интеллигенция республик, выступающая иногда в прессе, не составляла ни в одной из республик весьма заметной группы авторов, затрагивающих этнические моменты. Но, в данном случае для убеждения читателей важен авторитет каждого видного лидера республиканской науки или культуры. В то же время отметим, что вместе с представителями массовой интеллигенции (врачами, инженерами, учителями), эта группа становится довольно заметной и в количественном отношении (табл.3).

И, наоборот, совершенно незаметными в количественном отношении оказались такие категории авторов как рабочие и крестьяне (или фермеры), студенты и военнослужащие, пенсионеры и домохозяйки.

Таким образом, республиканские официальные газеты - это плод коллективных усилий интеллектуалов: властной элиты,журналистов, ученых, республиканской художественной интеллигенции, реже- учителей, врачей. "Новых людей" - коммерсантов, предпринимателей, банкиров среди этнических "мобилизаторов" пока практически нет, или они выступают в прессе в других ипостасях.

Одной из важных задач исследования было выявление в прессе материалов, способных формировать у людей республиканское, региональное, общероссийское, этническое самосознание, их представления об окружающем мире - обо всей России и ее населении, о своей республике и ее жителях, о своем этносе и его проблемах, материалы, способные затронуть национальные чувства людей, а, возможно, и разбудить их национальные обиды. Иными словами, необходимо было найти и рассмотреть информацию, способную создать и закрепить в сознании людей образы: "Мы-этнос" ("наши этнические ценности"исторические корни, интересы и т.д.), "Мы- народ республики" ("наши республиканские ценности, интересы, достижения"), "Мы- россияне" ("наше российское достояние, общность интересов и т.д.). Одновременно надо было рассмотреть- в каком контексте и взаимосвязях подаются эти образы.

Контент-анализ показывает, как менялась идеологическая направленность информации в республиках в зависимости от событий, связанных с взаимоотношениями Центра и республик и ориентацией их руководства (табл.4).

Материалы публикаций в октябре-ноябре 1993г. свидетельствуют о недовольстве республик событиями, связанными с тем, что новая Конституция всенародно не обсуждается, из Проекта исключены положения о суверенности республик и самоопределении вплоть до права на отделение, то есть то, что было в Федеративном Договоре, подписанном большинством республик и Президентом РФ. Все республики в это время увеличили информацию, направленную на этническую и внутриреспубликанскую консолидацию. Декабрь 1993г. - месяц голосования за новую Конституцию и выборов в представительные органы Федерации. Из Таблицы 4 видно, как ,в зависимости от позиций политической элиты в республиках, отличается идеологическая информация, ориентированная на внутриреспубликанскую, этническую или общероссийскую консолидацию.

Например, в Туве не был поддержан Указ Президента РФ от 21 сентября 1993г. о роспуске Верховного Совета РФ, и одновременно с голосованием за новую Конституцию РФ проходило голосование по Конституции республики, фиксировавшей право на ее выход из РФ, и закреплялся приоритет собственных республиканских законов. Информация, направленная на общероссийское самосознание, здесь в ноябре-декабре минимальна. В Татарстане голосование по новой Конституции не состоялось, общероссийская ориентация в республиканской пропаганде упала в это время в пять раз в сравнении с маем 1993г., а этническая и республиканская достигла высших показателей. В то же время, после заключения Договора в феврале 1994г., газетная информация стала больше ориентироваться на общероссийское самосознание, чем на этническое и республиканское, например, в ноябре 1994г. она представлена в 7 раз больше, чем в ноябре 1993г. В Саха (Якутии), когда ее Президент поддержал Указ от 21 сентября и голосование за новую Конституцию РФ. и возможность отстаивания положений Федеративного Догово-

ра сократилась, доля информации с ориентацией на общероссийское самосознание в декабре, выросла в три раза.

Обратимся к материалам, которые, как мы считаем, способны оказывать воздействие на формирование у людей их этнического самосознания и этническую консолидацию. Как показывают наши исследования - предыдущие и данное, это, во-первых, создание своего, максимально положительного этнического автостереотипа, включающего информацию о прошлых и настоящих достижениях этноса во всех областях жизни. Здесь, как правило, не присутствуют идеи, вызывающие конфликтные настроения у других этносов.

Однако, создание этнических автостереотипов в республиканской прессе иногда связано с утверждением в общественном сознании всего населения республики , особых приоритетных прав титульного этноса или особых подходов к его развитию. Например, при обсуждению вопросов о гражданстве на одной из сессий Верховного Совета Республики Тува прозвучало: "...Порядок приобретения гражданства в республике ...должен способствовать обеспечению устойчивого преобладания коренной нации, защите ее этнического, культурного и духовного наследия и достояния"[1]. Такого рода информация, нечасто, но все же появляющаяся в газетах, вполне может стать потенциально конфликтной и, умело использованная определенными группами национальных идеологов, может оказаться поводом для возбуждения межэтнической напряженности.

Создание позитивного стереотипа титульного этноса в прессе может включать в себя и мобилизующие идеи, типа: "мы должны иметь", "нам необходимо взять, установить..." и т.д. Достижение этих целей, по мнению этнических лидеров, важно для выживания и процветания этноса. Но, если такая информация ориентирована только на один этнос, в полиэтничной среде она также может явиться причиной этнического недовольства представителей нетитульного населения республики. стать поводом для роста межэтнической напряженности.

Для консолидации титульного этноса идеологи используют также идеи "ущемленности" народа в прошлом и настоящем.

Причем, нередко "обидчики" называются прямо: Федеральный центр, Москва и т.д. Например, в тексте звучит, что "экономическая политика Москвы ужесточается..." [2], что "республики и регионы вырвали у Москвы...большую независимость, почувствовав, что Центр слабеет. В постановлениях Центра местные власти видят угрозу для своего существования и в то же время не боятся власти Москвы" [3].

Если учесть, что этнический образ"мы" всегда позитивен, то такое идеологическое противопоставление его и "обидчика" в условиях депривации и конкурентности может вызвать рост этнических обид у титульного населения и повысить межэтническую напряженность в республике.

Обратим внимание читателей на то, что в республиках, особенно в Татарстане, Саха (Якутии) в пропагандистский образ "мы" в последнее время все чаще включается все многонациональное население республики, а также активно формируется и поддерживается республиканское и общерегиональное самосознание. Анализ помог зафиксировать определенное увеличение в исследуемых газетах 1994г., по сравнению с 1993-им, интенсивности информации, направленной на формирование республиканского и регионального самосознания практически в прессе всех республик, за исключением Татарстана (см. табл.4).

Создание этнического образа титульного этноса прежде всего связано с употреблением самоназвания. Анализ газет показал сравнительно нечастое употребление авторами публикаций во всех республиках любых этнических терминов (также как и в центральных газетах, мы редко встречаем упоминания народов Российской Федерации). Однако в республиканских газетах 1993г. титульный этнос, естественно,упоминался чаще, чем русский (титульный - в среднем, в 10-16% публикаций с "этнореспубликанской окраской", а в Татарстане в октябре 1993г - в 30% ; русский - в 6% - 10% публикаций). В 1994 г. особых изменений в этом отношении не произошло.

При создании позитивного образа титульного этноса интеллектуалы республик использовали различные этнические ценности. Анализ показал, что заметную часть газетной ин-

формации во всех республиках составляли в это время упоминания о таких сферах этничности как язык, культура, психология. В 1993г. эти идеологические приоритеты составляли в информации от 9% до 27% по республикам, а в Татарстане в ноябре, перед голосованием по Новой Конституции РФ - около 78%. В 1994г. картина несколько изменилась, но этнокультурные ценности оставались для интеллектуальной элиты очень значимыми (см.табл.5).

Как показали исследования, в 1993 г. территория, на которой живет народ, и ее природа не стали такой же ценностью в подаче авторов публикаций, как язык и культура. О ней упоминалось лишь в 1% - 3% всех публикаций газет с "этнической и республиканской окраской". Несколько чаще эта тема затрагивалась, например,в октябре 1993г. газетами Тувы и Саха (Якутии) (4 раза в месяц) и дважды, но довольно эмоционально обсуждалась в Северной Осетии.

В 1994г. о территории республики и ее природе газеты стали писать чаще: в Якутии от 2 до 17 раз в месяц, а в Северной Осетии и Татарстане - 3-4 раза, причем иногда проблему территории связывали и с политическими требованиями. Например, в "Известиях Татарстана" Р.Махмутов писал: "...Байрамова призывает лишь цивилизованным путем вернуть Татарстану его исконную территорию... Ее порой резкие выражения -это крик униженной души" [4].

Проблемы демографии титульного этноса (в т.ч. численность, миграция, рассеянность этноса за пределами республики и др.) в 1993г. не были широко представлены в прессе республик. Тем не менее, отметим, что в Татарстане 2-3 раза в месяц довольно эмоционально обсуждались направленные на этноконсолидацию проблемы татарской диаспоры в России, СНГ и других странах. В 1994г. эти проблемы обсуждались также активно идеологами Саха (вопросы, связанные с демографическим выживанием титульного этноса и отъездом русскоязычного населения из республики), к ним здесь обращались 7-8 раз в месяц (см.табл.5).

При формировании этнического самосознания титульных народов важными для республиканских идеологов были проблемы исторического прошлого что, вероятно, было связано

с определением своего места в Российской Федерации, и им неоднократно посвящались публикации. Несколько чаще других упоминалось об этом осенью 1993г. в прессе Тувы (4%-6%) и Татарстана (от 6% до 30% в публикациях с национальной окраской). В 1994г. частота публикаций с исторической тематикой осталась в прессе сравнительно высокой: в Туве и Якутии - в среднем- 8 упоминаний в месяц, в Татарстане и Северной Осетии- 2-3 раза в месяц (см.табл.5).

В инструментарии был предусмотрен ряд позиций, фиксирующих "идеи приоритетности" титульного этноса. Важно было выяснить, проводят ли через прессу в республиках идеи о необходимости расширения приоритетных прав титульного этноса, предоставления ему льгот и т.д. Оказалось, что такие идеи встречаются в республиканских газетах крайне редко, но они все же есть (1, иногда 2 раза в месяц).

Так, в татарстанских газетах 1993г., особенно в ноябре, перед декабрьским принятием новой Конституции Российской Федерации и перед выборами в Госдуму России публиковались предложения о необходимости больше внимания уделять в республике татарскому языку, сделать его "реально доминирующим", активнее вводить в школах и вузах, вести на нем заседания республиканского парламента. В 1994г. подобные идеи также появлялись в газетах, особенно в Саха (Якутии) и Татарстане по 4-5 раз в месяц.

Идей, прямо направленных против других народов,в прессе не зафиксировано. А вот идеи "нашей ущемленности" встречались в газетах Тувы, Саха (Якутии) и несколько чаще - в газетах Татарстана. Они связаны в основном тоже с использованием языка титульной национальности в реальной жизни в прошлом и настоящем, а также с экономической эксплуатацией ресурсов республики.

Заметим, однако, что идеи ущемленности или обиды не всегда связаны только с титульным этносом, иногда это относится ко всему населению республики: "Тува стала дотационной только потому, что была сырьевым придатком союзных министерств и ведомств, а не от того, что жившие в ней тувинцы и русские якобы не умели работать",- замечает Президент Тувы в "Тувинской правде" [5].

В Татарстане идеи ущемленности связаны с другими проблемами: "Черное золото Татарии наполняло казну страны "звонкой монетой", но звон ее до Татарстана не доходил"[6]; " В исторической памяти татарского народа хранятся воспоминания об эпохе Золотой Орды...,искажавшейся официальной историографией..."[7]; "Татарстан, который в течение 50 лет добывал миллиарды тонн нефти, доведя экологию юго-востока республики до катастрофы, обогатил бывший Союз, в т.ч. российские области, развивавшиеся за счет татарских нефтедолларов"[8].

В 1994г. идеи этнической и республиканской ущемленности встречались в республиканских газетах с разной частотой: в Татарстане в феврале почти в каждом втором-третьем номере, в июле 1-2 раза в месяц. В Якутии 1-3 раза в месяц.

Таким образом, формирование этнического самосознания титульных этносов республик через газетную информацию в 1993-94 гг. шло несколькими сюжетными линиями: акцент на этнические ценности, такие как язык и проблемы его реального функционирования, упоминания этносимволизирующих исторических событий (2-3 раза в месяц об исторических лидерах и несколько реже о собственно национальной культуре); крайне осторожное использование идей приоритетности интересов титульного этноса, сводящихся в основном к пожеланиям о полноценном функционировании языка, а также идей особой юридической защиты титульного населения.

Такие идеи, связанные с некоторой ущемленностью прав титульного этноса в сфере культуры или экономики, возможно являются элементом "оборонительного" или "защитного" национализма, очень редко, но все же проводимого через официальные печатные издания в сознание населения республик. Отмеченные в газетах идеи об обидах, нанесенных народам в прошлом или в настоящее время, являются в основном элементами "культурного национализма" (в связи с языком или историческим прошлым народа). Зафиксированы также и элементы "экономического национализма", связанного с борьбой этнических и республиканских элит с федеральными за использование природных ресурсов, за управление местной экономикой и финансами[9].

Совершенно очевидна направленность газетной информации на формирование республиканского самосознания и внутриреспубликанской консолидации. Прежде всего это конструирование позитивных образов: "мы- республика" и "мы- народ республики". Этому способствует, в частности, употребление в публикациях официальных и неофициальных названий республики, ее столицы, государственных символов и атрибутов. Анализ показал во всех газетах довольно высокую интенсивность упоминания своей республики и ее столицы: в тувинской прессе в 1993г. -73% (октябрь) и 92% (ноябрь), в Северной Осетии - 99% публикаций с этнореспубликанской окраской, в Татарстане- от 63% до 99%, в Якутии- 26%-44%. В 1994г. доля такой информации оставалась повсюду очень высокой, тем более, что иногда в одной публикации упоминались и название республики, и ее столица одновременно (см.табл.7).

Внимание населения фокусируется на республике с помощью простого использования лексем, типа: " в нашей республике" или "у нас в Туве (Татарстане, Якутии, Северной Осетии)","в нашей столице". Татарские газеты пишут: "В Кремле прошла встреча...",имея в виду Казанский кремль, тувинцы упоминают свой Белый дом... Такие лексемы становятся разговорными стереотипами и через журналисткие выступления легко закрепляются в сознании местного населения.

Иногда локализация сознания людей, привязка его к данной республике происходит через позицию "мы- они", в частности с помощью идей: "Мы и Россия", "Мы и Центр", "Мы и соседи" [10], что в сознании людей могло противопоставляться общероссийскому единству. Такие выражения в момент конституционного конфликта встречались не только в газетах Татарстана, но и других республик.

При формировании республиканского самосознания делается некоторый акцент на духовно-идеологическое объединение жителей республики, на укрепление политической, социально-экономической, республиканско-территориальной общности. Например, используются лексемы: "наш многонациональный народ", "народы нашей республики", "республика- наш общий дом", термины: "татарстанцы", "якутяне", "жи-

тели Тувы, Северной Осетии", реже -"население". Как показывает анализ, такие фразы встречаются в текстах газет 1-2 раза в номере (например, в "Тувинской правде", а в "Известиях Татарстана" - несколько чаще).

Формированию республиканской идентичности помогает информация о жизни республики, о республиканских успехах и трудностях, о региональном сравнении. Особенно это подчеркивалось в Татарстане в 1993г.: "Цены на авиабилеты КазаньСтамбул значительно ниже московских" [11]; "Россия не бережет свою голову, свой интеллект, а мы должны это делать" [12]. Здесь следует подчеркнуть, что в 1994г. после подписания Договора между государственными органами Российской Федерации и государственными органами Татарстана такие высказывания стали появляться в татарстанских газетах намного реже, чем раньше.

Через "республиканскую" информацию распространяются и идеи о "наших" республиканских целях и интересах, в частности, политических, которые должны, по мнению местных идеологов, разделяться всеми гражданами республики.

Отметим однако, что даже в официальных газетах республик далеко не всегда просматривается единый подход идеологов в ориентации на общие интересы и цели. Например, вопрос о будущем республики, точнее о ее будущих отношениях с Россией, во всех республиках, кроме Северной Осетии, трактуется неоднозначно: при безусловном превалировании идеи совместного развития с другими республиками в рамках Российской Федерации, в газетах встречались и высказывания о необходимости самостоятельного государственного развития республики. В татарстанских газетах идеи самостоятельности республики в 1993г. проводились чаще, чем в газетах других республик (см.табл.11).

Вместе с тем, наши материалы показывают, что при обсуждении вопросов о суверенитете республик, практически не встречались резкие, радикальные идеи, направленные на полное отделение от России. Особенно это характерно для газет, выходивших в 1994г., после подписания известного Договора между Татарстаном и Российской Федерацией.

Если этническое, республиканское и даже региональное самосознание оценивается официальными идеологами в целом везде позитивно, и это практически - неизменная оценка, то с общероссийской идентичностью (или гражданственно-государственной) дело обстояло не так просто. Даже в официальных газетах отражалось разнообразие позиций республиканских интеллектуалов и стоящих за ними политиков.

После распада Союза перед общественностью республик остро встал вопрос: как мы будем развиваться дальше - вместе с Россией или отдельно, и если вместе, то в каком статусе? Именно с доминированием разных точек зрения в каждый отдельный период и связана в основном пропагандистская политика при формировании у населения республики общероссийского самосознания. Здесь, как показало исследование, республиканская пресса оказывалась очень гибкой, что свидетельствует о ситуативном подходе республиканских идеологов к формированию общественного сознания.

Однако, в публикациях, направленных на формирование общероссийского сознания, можно проследить и некоторые относительно постоянные тенденции в пропаганде. Во-первых, это создание образа России. Само упоминание России, Российской Федерации и ее столицы Москвы заслуживает внимания. Анализ частоты упоминаний этих понятий почти не позволил выявить каких-либо закономерностей (см.табл.7), кроме того, что во всех газетах эта информация встречалась реже, чем о самой республике.

Анализ показал также, что образ России или Федерального центра в газетах республик далеко не всегда позитивный. Экономические, социальные и политические проблемы в отношениях с "Россией"(т.е. с Федеральным центром) оцениваются республиканскими идеологами в зависимости от понимания ими интересов республики.

Одновременно газеты некоторых республик, в частности Тувы, и особенно Татарстана в 1993г., подчеркивая свою "отдельность" от "России ", отмечают, что "у нас в республике лучше".

Например, в период оживления сепаратистских тенденций в Российской Федерации (1993г.) идеи отделения республики от России или размышления о возможности такого факта появлялись в газетах в разных формах в среднем 1-2 раза в месяц, а в Татарстане об этом говорилось чаще.

Исследования прессы 1994г. показали, что идея желаемой самостоятельности республик стала звучать в Татарстане и Туве заметно реже и в ноябре вообще не появлялась. Исключение представляла Саха (Якутия), которой Федеральный Центр не обеспечил поставок продовольствия и других необходимых продуктов на зиму 1994г. Это несоблюдение договоренностей питало ориентации лидеров республики на развитие экономических и дипломатических контактов с зарубежьем, о которых почти ежедневно писали в республиканских изданиях. И тем не менее, даже редко встречавшиеся идеи отделения от России беспокоили инонациональное население, будоражили общественное сознание, в первую очередь русских.

Русские, живущие в республиках, могли обратить внимание на то, что, в отличие от прошлых времен, теперь о российской (русской) культуре говорилось в республиканской прессе очень мало. Общие страницы истории России затрагивались редко и в основном в негативном плане, о русских как о народе отдельно почти не говорилось. И сама Россия представлялась республиканскому массовому сознанию чаще только как политический и экономический партнер. Нечастые позитивные характеристики России всегда тщательно рассматриваются, в основном русскими авторами. Нет материалов об общероссийской государственной символике, почти не говорится об общегосударственных проблемах, нет материалов о целостном образе Российской Федерации.

И все же, идеи совместного развития республик, регионов и областей в едином общероссийском организме имеют место в республиканской российской прессе. Так, лексема "мы все россияне" появлялась, например, в чистом виде в 1993г. в республиканских газетах очень редко, в 1994г. она стала встречаться в публикациях чуть чаще, особенно в республике Саха (Якутия), (см.табл.9). А вот идея "мы должны быть вме-

сте с Россией" встречается в 1994г. чаще, чем в 1993-ем (см.табл.10).

Подобные факты, выявленные с помощью количественного анализа, позволяют надеяться на понимание национальными идеологическими элитами, влияющими на формирование общественных ориентаций, республиканских и общероссийских реальностей.

[1] Доклад Президента Тувы Ш.Ооржака. / Тувинская правда. 21.10.1993.
[2] Известия Татарстана. 13.10.1993.
[3] Известия Татарстана. 8.10.1993.
[4] Известия Татарстана. 15.02.1994.
[5] Тувинская правда. 20.11.1993.
[6] Республика Татарстан. 4.11.1993.
[7] Республика Татарстан. 11.11.1993.
[8] Республика Татарстан. 24.11.1993.
[9] См. об этом: Л.Дробижева. Национализм, этническое самосознание и конфликты в трансформирующемся обществе: основные подходы к изучению. // Национальное самосознание и национализм в Российской Федерации начала 90-х годов. М., 1994.
[10] Известия Татарстана. 1,5,6.10.1993.
[11] Известия Татарстана. 1.10.1993.
[12] Известия Татарстана. 12.10.1993.