

ПРЕДИСЛОВИЕ

Споры о значении средств массовой информации в формировании мировоззрения и поведения людей продолжаются десятилетиями. Даже самые большие скептики не могут не согласиться с тем, что в современном мире распространяемые СМИ мнения, установки и представления часто играют решающую роль там, где дело касается явлений, вызывающих интерес и внимание всего общества. В то же время, СМИ практически не в состоянии повлиять на впечатления, возникшие у людей на основании личного опыта.

Представления о том, произошли ли за последние годы какие-либо перемены во взаимоотношениях эстонцев и неэстонцев, а также о том, в какой степени этому способствовала государственная интеграционная политика, напрямую связаны с влиянием СМИ. Есть люди, яростно возражающие против того, что интеграционная политика каким-либо образом изменила настоящее положение дел, и есть те, кто утверждает обратное. Обе стороны могут найти подтверждение своей точке зрения опираясь как на СМИ, так и на свой личный опыт.

Сборник, который вы держите в руках, представляет собой попытку обобщить тенденции, проявившиеся в течение трех лет при освещении связанных с интеграцией проблем. При этом отправной точкой послужил не личный опыт или мнения конкретного субъекта, а систематический анализ публикаций СМИ. Несмотря на то, что исследование было профинансировано Целевым учреждением интеграции, его цель – не доказать эффективность интеграционной программы, а взглянуть критически на ее результаты и пока не решенные проблемы через призму эстонских и русскоязычных СМИ. Авторы исследования, магистранты и студенты Тартуского университета, изучающие социологию и коммуникацию, взяли за основу теорию, широко используемую в общественных науках сегодняшнего дня. Согласно ей, СМИ не являются ни пассивным летописцем действительности, ни мощным орудием пропаганды. Скорее их можно расценивать как часть культуры, при помощи которой происходит субъективное осмысление действительности. Поэтому с точки зрения успешности процесса интеграции важную роль играет то, каким образом рассматриваются проблемы взаимоотношений эстонцев и

неэстонцев. Особенно существенно то, как посредством СМИ создаются образы «мы» и «они» и какие возможности отождествления и противопоставления, другими словами, возможности самоидентификации, считаются свойственными «нам» и «им». Благодаря такому подходу, читатель узнает из данного сборника, например, как часто средства массовой информации затрагивали ту или иную тему, связанную с процессом интеграции. Кроме того, он получит представление, какие мнения, точки зрения, настроения отражались в СМИ, и как они изменялись в течение трех лет. СМИ рассматриваются в качестве важной составляющей интеграционного процесса, которая либо способствует росту терпимости, взаимного понимания и уважения, либо подчеркивает различия, усиливает страхи и предубеждения.

Результаты мониторинга показывают, что процесс интеграции невозможно понять и оценить однозначно. Как в эстонских, так и в русскоязычных СМИ звучат различные голоса, высказываются диаметрально противоположные точки зрения. Но систематический анализ, продолжавшийся три года, позволил увидеть за этими различиями и некое общее направление. Авторы приводят доказательства того, что эстонские и русскоязычные средства массовой информации, говорившие ранее вразнобой и не слышавшие друг друга, наконец-то нашли общий язык.

Марью Лауристин,

член Целевого учреждения интеграции неэстонцев 1999–2002

Введение

В рамках интеграционного медиа-мониторинга в течение трех лет, с 1999 по 2001 г., постоянно и систематически оценивались количественные и качественные показатели отражения интеграционных процессов в СМИ на эстонском и русском языках.

В качестве цели исследования планировалось проследить, какое место СМИ отводят вопросам интеграции и межнациональных отношений и как оцениваются происходящие в данных областях процессы и их субъекты. Поскольку большая часть аудитории непосредственно не участвует в описываемых СМИ событиях, медиа выполняют роль посредника, благодаря которому люди получают представление о происходящем.

До недавнего времени эстонцы и неэстонцы жили в двух обособленных коммуникативных пространствах, имея слабые представления о жизни иноязычной части населения. Затрагивая тему интеграции и отношений между эстонцами и неэстонцами, СМИ знакомят аудиторию с неизвестной ей областью, позволяют увидеть сходства и различия между живущими в Эстонии людьми разных национальностей.

О методике исследования

Если в 1999 г. интеграционным медиа-мониторингом были охвачены лишь шесть общеэстонских изданий¹, то в настоящее время анализу подвергаются все выходящие в Эстонии общегосударственные и региональные газеты и журналы. С помощью специально разработанной системы ключевых слов из изданий выбираются публикации разных жанров, содержание которых фиксируется в соответствии с кодировочной инструкцией².

¹ Eesti Päevaleht, Postimees, Sõnumileht, «Молодежь Эстонии», «Эстония» и «День за днем».

² С кодировочной инструкцией интеграционного медиа-мониторинга можно познакомиться в приложении к ежегодным отчетам, см. <http://www.meis.ee>

Анализ полученных данных позволяет сравнить утверждения об интеграции, приводимые в эстонской и русскоязычной печати; выявить акценты, а также характерные для разных социальных групп точки зрения; исследовать сходства и различия в подходе эстонской и русскоязычной прессы к описанию связанных с интеграцией событий, проблем, проектов, институтов и т.д. С другой стороны, в кодировочной инструкции зафиксированы более 100 связанных с интеграцией утверждений, количество которых увеличивается ежегодно в соответствии с появлением в дискуссии новых аргументов. Эти утверждения позволяют вернуться к отдельным статьям и проанализировать суть конкретного события или проблемы более глубоко.

В исследовании были использованы методы анализа двух типов: латентно-классовый анализ (*Latent Class Analysis, LCA*); другие методы качественного анализа текста – анализ дискурса и качественный контент-анализ.

При помощи латентно-классового анализа в тексте выявляются скрытые связи между утверждениями и аргументационные структуры, которые невозможно охватить при помощи обычного контент-анализа. Метод позволяет выделить дискурсы, т.е. комбинации встречающихся в рамках одного и того же тематического аспекта утверждений. В настоящем сборнике метод LCA был использован для выявления модели, при помощи которой СМИ формируют образ неэстонцев как ресурса и капитала, способного принести пользу Эстонии.

В отличие от LCA, который основан на частоте повторения конкретных утверждений в исследуемом материале, единицей методов качественного анализа является текст – в данном случае газетная статья – во всей своей многоплановости и противоречивости. Анализ дискурса и качественный контент-анализ текста позволяют раскрыть глубинное содержание конкретных аспектов национальных отношений и приемы их конструирования в медиа-текстах. В настоящем сборнике данный метод был применен для выделения дискурсов развития интеграционного процесса.

Изменения в структуре выборки

За период 1999-2001 гг. количество статей на темы интеграции и национальных отношений в крупных эстонских изданиях несколько уменьшалось. В то же время вырос интерес к рассматриваемой тематике у региональных изданий (см. таблицу 1), в том числе и у тех, которые выходят в регионах с преимущественно эстонским населением. Это можно объяснить влиянием различных интеграционных проектов – детских языковых лагерей, языковой практики чиновников и т. п., благодаря которым вопросы интеграции стали ближе, например, жителям Вырумаа и Сааремаа.

Таблица 1. Количество статей, вошедших в интеграционный медиа-мониторинг в 1999–2001 гг.

	статьи на эстонском языке			статьи на русском языке		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Общегосударственные ежедневные газеты	321	242	199	225	221	325
Общегосударственные еженедельные газеты	-	11	64	5	23	99
Региональные издания	-	40	180	6	22	139
Прочие издания	-	-	24	-	-	9
Всего:	321	293	467	236	266	572

Второе существенное изменение – увеличение открытости как эстонской, так и русскоязычной прессы с точки зрения того, чей «голос» представлен на страницах газет. Пресса на эстонском языке стала публиковать больше текстов, авторами которых являются неэстонцы, в свою очередь в прессе на русском языке все чаще можно встретить статьи эстонских журналистов (см. таблицу 2).

Таблица 2. Деление авторов по национальному признаку в эстонской и русскоязычной прессе в 1999–2001 гг. (процент от числа авторов)

Национальность автора	в прессе на эстонском языке			в прессе на русском языке		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Эстонец	93	90	87	9	14	13
Местный неэстонец	6	10	13	90	86	86
Иностранец	1	-	-	1	-	1
Всего	100	100	100	100	100	100

Таким образом, в дискуссию, ведущуюся на одном языке, вступает иноязычная сторона, благодаря чему возникает возможность выслушать разные

мнения и достичь общественного консенсуса по важнейшим вопросам, касающимся национальных отношений. В то же время маловероятным становится, что на страницах прессы, прежде всего, прессы на эстонском языке, интеграция будет представлена как проект большинства³. Теперь «право голоса» получают и русскоязычные авторы, а неэстонцы перестают быть пассивным объектом, который «интегрируют», и становятся активными участниками процесса со своим видением происходящего.

Относительно одинаковая структура использованных источников информации также указывает на открытость дискуссии: эстонская печать часто представляет мнения неэстонцев, а русскоязычная – мнения эстонцев (см. таблицу 3).

Таблица 3. Национальность источников информации, использованных в эстонской и русскоязычной прессе в 2001 г.

	источники информации в эстонской прессе		источники информации в русскоязычной прессе	
	N	%	N	%
Эстонец	264	57	299	42
Неэстонец	179	38	330	47
Иностранец	25	5	80	11
Всего	468	100	709	100

Изменения в структуре эстонской и русскоязычной выборки свидетельствуют о том, что с каждым годом интеграционные дискурсы, представленные в разноязычных СМИ, сближаются, то есть, вопросы интеграции освещаются в них схожим образом.

В настоящем сборнике представлен анализ наиболее интересных и важных аспектов национальных отношений, нашедших отражение в публикациях СМИ: Как представляется интеграция? Каким образом разные источники оценивают социальные последствия интеграционного процесса? Как выглядят неэстонцы на страницах эстонской печати? Считают ли авторы публикаций возможным включение неэстонцев в общественную жизнь наравне с эстонцами, и какие

³ Анализ использования понятия «интеграция», проведенный в 1999 г., показал, что в эстонской печати оно понималось как проект, который осуществляют эстонское государство и эстонцы – неэстонцев интегрируют. (Kõuts, R. 2000 *Mitte-eestlaste integratsiooni käsitlemine Eesti trükiajakirjanduses 1999.a.*, bakalaureusetöö, Tartu: Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond)

препятствия для этого они видят? Как освещается вопрос настоящего и будущего системы русскоязычного образования, которое в значительной степени определяет возможности участия в общественной жизни молодых неэстонцев и от которого зависит дальнейшее развитие интеграционного процесса? Насколько целесообразно прибегать к социальной рекламе в качестве способа коммуникации с точки зрения процесса интеграции в современном динамично изменяющемся эстонском обществе?

Авторы предлагаемых в сборнике статей – магистранты и студенты Тартуского университета (отделения социологии, а также журналистики и коммуникации), принимавшие участие в исследовании, начиная с его первых этапов. Исследование проведено при поддержке Целевого учреждения интеграции.

Социальные трансформации и СМИ

Процессы социальных трансформаций и средства массовой информации взаимосвязаны. С одной стороны, СМИ чутко реагируют на происходящее в обществе, поскольку общественные процессы оказывают на них непосредственное влияние. С другой стороны, в представленных в СМИ дискурсах находят отражение такие долговременные явления, как переоценка имеющихся социальных связей, а также формирование новых социальных идентичностей и возникновение новых социальных знаний (Meyer et al. 2000: 152). Руководствуясь вышесказанным, можно утверждать, что медиа-тексты являются своеобразным барометром социальных процессов. Следовательно, они представляют собой ценный материал с точки зрения исследования социальных трансформаций (Fairclough 1995: 52). Как правило, социальные и культурные изменения проявляются в текстах, прежде всего, дискурсивно, т.е. изменяются модели репрезентаций, идентичностей и взаимоотношений. При таком подходе объектом анализа может стать, например, вариативность освещения определенных тем и событий, позиционирования субъектов, использования языка и значений в медиа-текстах. Таким образом, предположив, что социальные трансформации так или иначе отражаются в медиа, мы можем, опираясь на анализ СМИ, сделать определенные выводы относительно протекающих в обществе процессов.

Известно, что язык СМИ формируется под воздействием социальной среды. В то же время, поскольку при помощи языка происходит реконструирование имеющихся социальных представлений и переоценка существующих социальных взаимодействий и солидарностей (Fairclough 1992), язык оказывает ощутимое влияние и на распространение социальных и культурных изменений.

В настоящей статье акцент сделан на репрезентации социальных изменений в медиа-текстах, т. е. на способах, посредством которых они отображаются в СМИ. Объектом анализа стали появившиеся в прессе утверждения относительно проблем интеграции и национальных отношений. Основными вопросами исследования были: как с течением времени воспринимаются и интерпретируются определенные процессы и события? Каким образом данные события переживаются субъективно? Какие значения им приписываются? (Sztompka

1992). Содержание социальных трансформаций невозможно понять и оценить, если оставить без внимания принимающих участие в процессе субъектов, а также то, какое значение они сами придают этим изменениям. Известно, что в значительной степени именно пресса присваивает определенные значения происходящим в обществе трансформациям, а также конструирует изменяющуюся действительность (Lauristin 2000: 64-65).

С точки зрения трансформирующегося общества Эстонии социально-правовой статус русскоязычного меньшинства и взаимоотношения этнических групп стали одними из самых обсуждаемых проблем как среди рядовых граждан, так и среди политиков и социологов. В обществе переходного периода вопрос «откуда мы пришли, куда мы идем?» тесно связан с проблематикой национальных отношений. Другими словами, вопрос «откуда и куда» затрагивает переход от социо-культурной сепарации к модели мультикультурного общества, а также формирование новых значений для понятия национальной государственности¹.

Сравнение данных, полученных в ходе различных исследований с начала 1990-х гг., указывает на изменения как во взаимных установках национальных групп, так и в их готовности к сотрудничеству. Кроме того, иными стали практические навыки и приобретенные качества эстонцев, гарантирующие успешность процесса интеграции, а именно: уровень знания эстонского языка, наличие эстонского гражданства, определенные политические права.² Насколько заметны эти изменения в СМИ? Какую область интеграционного процесса СМИ конструируют как наиболее динамичную? Что является временным референтом³ данного изменения? Кто играет в СМИ роль «вестника перемен»? Чтобы ответить на поставленные вопросы, был проведен качественный контент-анализ (Meyer et al 2000) медиа-текстов на эстонском языке, опубликованных в период с 1999 по 2001 гг.. В ходе анализа из текстов были выделены утверждения, которые указывали на определенное изменение в интересующей нас области.

Значения процесса интеграции

¹ Государственная программа «Интеграция эстонского общества 2000–2008» Таллинн 2000

² См., например, сборники М. Лауристин, Р. Ветик (ред.) *Интеграция эстонского общества. Мониторинг* 2000, Таллинн 2000; A.Laius, I.Proos, I.Pettai.(toim) *Integratsioonimaastik: ükskõiksusest koosmeeleni*, Jaan Tõnissoni Instituut: Tallinn 2000.

³ Другими словами, в каком промежутке времени конструируется конкретное изменение.

Говоря о процессе интеграции как о социальной трансформации, имеет смысл проследить, каким образом общественность понимает и интерпретирует данное явление. В ходе медиа-мониторинга было выделено пять категорий, с помощью которых акцентированы различные аспекты интеграционного процесса:

1. Интеграция как улучшение отношений между этническими группами, рост терпимости, готовность к сотрудничеству, а также отказ от стереотипного мышления;
2. Политическая интеграция: ускорение процесса натурализации, увеличение числа граждан Эстонии, возникновение политического сотрудничества между эстонскими и русскоязычными партиями, формирование лояльного отношения к государству у русскоязычного населения;
3. Интеграция как изменение культурной, социальной и политической идентичности: дистанцирование местного русскоязычного населения от России и его ориентация на Эстонию;
4. Культурно-языковая интеграция: включение русскоязычного населения в эстонскую культурную и коммуникативную среду при помощи системы образования и изучения государственного языка;
5. Социально-экономическая интеграция: уменьшение социально-экономических различий между эстонцами и неэстонцами, рост конкурентоспособности русскоязычного населения, возникновение бизнес-контактов и развитие профессионального сотрудничества.

Если раньше представления эстонской и русскоязычной прессы об «интегрированной Эстонии» отличались друг от друга, то к настоящему моменту можно отметить сближение точек зрения по этому вопросу.

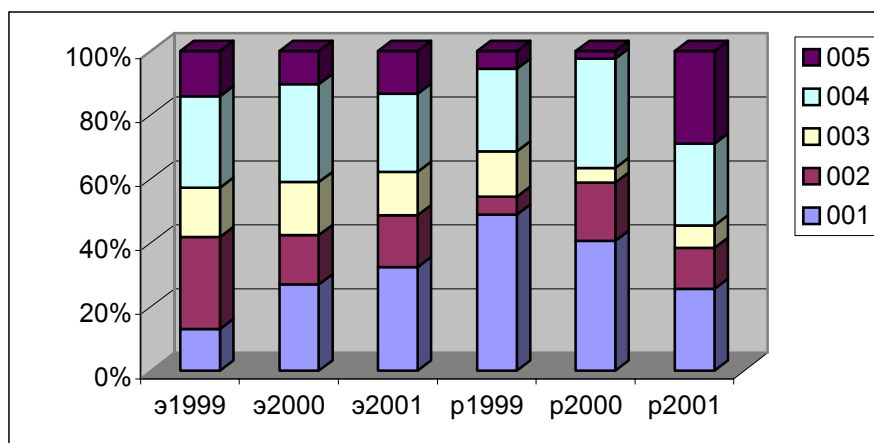


Рисунок 1. Удельный вес различных значений интеграции в эстонской и русскоязычной прессе в 1999–2001 гг.

- | |
|--|
| <p>001 – Интеграция на уровне межличностных отношений: между эстонцами и неэстонцами наблюдается развитие хороших отношений и рост толерантности;</p> <p>002 – Политическая интеграция: увеличение числа граждан Эстонии, сотрудничество на политическом уровне, лояльность неэстонцев по отношению к государству;</p> <p>003 – Интеграция как изменение идентичности: формирование местной идентичности у неэстонцев, ориентированность на Эстонию;</p> <p>004 – Культурно-языковая интеграция: овладение государственным языком, включенность в эстонское культурное пространство;</p> <p>005 – Социально-экономическая интеграция: уменьшение социально-экономических различий между эстонцами и неэстонцами, рост конкурентоспособности неэстонцев, деловое и профессиональное сотрудничество.</p> |
|--|

С 1999 по 2001 гг. в прессе на обоих языках доминирующими были два подхода. С одной стороны, интеграция трактовалась как возникновение хороших отношений между этническими группами и рост терпимости в обществе. С другой, основной считалась культурно-языковая адаптация русскоязычного населения. После прошедших в 1999 году выборов в парламент и местные органы власти, пресса на эстонском языке стала уделять меньше внимания процессу интеграции в политической сфере. В то же самое время в русскоязычной прессе увеличился удельный вес категорий, связанных с социально-экономической интеграцией. В течение трех лет соотношение различных способов интерпретации процесса интеграции в меньшей степени изменялось на страницах эстонской прессы, по сравнению с русскоязычной (см. рисунок 1). Стоит подчеркнуть, что значения, преобладавшие в том или ином коммуникативном пространстве, соответствовали мнениям и ожиданиям различных групп населения в связи с интеграционным процессом (Круусвалл 2000; Петтай 2000).

Далее представлена попытка на основе вышеописанных категорий классифицировать по темам появившиеся в прессе изменения, которые затронули область интеграции.

Репрезентации трансформаций в СМИ

В опубликованных в прессе за 1999-2001 гг. материалах было обнаружено 241 утверждение, которое указывало на различные изменения с точки зрения

интеграционного процесса. При этом, по частоте появления данных утверждений, наиболее насыщенным был 2000 г., реже всего они встречались в печати в 2001 г.⁴

О трансформациях можно говорить в связи с определенными сферами жизни. Кроме того, изменения затронули взаимоотношения между эстонцами и неэстонцами, а также существовавшие модели поведения и действовавшую систему оценок:

Времена меняются. Когда пару лет назад девочки-эстонки знакомили своих подруг с Марикой Мартыновой, ученицей Пярнуской славянской основной школы, они говорили: посмотрите, русская. Теперь они так не говорят. «Теперь мы просто общаемся», – говорит Марика по-эстонски. (PM 11.12.99)⁵

За последние 10 лет оставшиеся здесь с советских времен представители русскоязычной общины смогли неплохо приспособиться к жизни в Эстонии. Все меньше остается тех, кто считает себя гражданами СССР, надеется на отделение северо-восточной Эстонии и размахивает красными флагами у памятника завоевателям Таллинна. (EPL 26.10.01).

Часть утверждений затрагивала изменения, происходившие в общественно-политической сфере. Считалось, что эти процессы оказывают существенное влияние на ход интеграции и на взаимоотношения между представителями двух этнических групп:

Теперь время упущено, и Эстония стоит на пороге XXI века в изменившейся Европе. Спросим себя: неужели и в контексте сегодняшнего дня возможна установка, согласно которой неприкосновенность семейной жизни приносится в жертву простому желанию отомстить? [На тему воссоединения семей] (PM 22.08.00)

Десять лет Эстония развивалась как самостоятельное государство и сейчас должна бы быть достаточно толерантной, чтобы не делить своих граждан на две категории – тех, кто знает эстонский язык, и тех, кто его не знает. (EPL 18.10.01)

Временной референт, т.е. указание на определенный момент времени или период времени, по сравнению с которым отмечено изменение, сильно варьировался в промежутке от двух до десяти лет. Достаточно часто в текстах встречалось сравнение с началом 1990-х, временем восстановления суверенной государственности Эстонии:

Если в начале 90-х иностранцам ясно давали понять, что будет лучше, если они уедут из Эстонии, то сейчас можно сказать, что интеграционный процесс совершил разворот на 180 градусов. (EPL 26.05.00)

... граница, которая четко делила общество на эстонцев и неэстонцев в период восстановления независимости, сейчас исчезает. (EPL 20.06.01)

⁴ Важно отметить, что выборка общегосударственных ежедневных газет была в 2001 г. меньше, чем в предыдущие годы. Из анализа были исключены региональные издания, доля которых в общей выборке исследования в этот период возросла.

⁵ Аббревиатуры, использованные в скобках, расшифровываются следующим образом: EPL – Eesti Päevaleht, PM – Postimees, SL – SL Õhtuleht.

Указание на короткие промежутки времени свидетельствует о том, что область межнациональных отношений представляется в СМИ довольно динамичной:

Если бы еще пару лет назад какой-нибудь аналитик дерзнул предположить, что правосторонняя коалиция в столице сможет состояться только благодаря голосам русских, то за такое предсказание он получил бы двойку. Сегодня это реальность... (PM 11.01.01)

Среди т.н. «вестников перемен» можно выделить три основные группы: журналисты, политики и эксперты-специалисты. Поскольку для анализа была взята эстонская пресса, в числе источников информации преобладали эстонцы. Когда в 2001 г. возник вопрос о прекращении деятельности миссии ОБСЕ в Эстонии, в печати все чаще появлялись оценки иностранных экспертов и чиновников в связи с процессом интеграции.

Позитивные и негативные трансформации

Как мониторинг СМИ, так и социологические опросы показали, что население Эстонии относится к процессу интеграции критично (Круусвалл 2000; *Integratsiooni Meediamonitoring /Интеграционный медиа-мониторинг/*, 1999, 2000, 2001). Несмотря на это, на страницах прессы чаще находили отражение позитивные изменения, связанные с интеграционным процессом. Из 241 утверждения 203 оценивали изменения в сфере интеграции положительно или нейтрально. В остальных случаях происходившим трансформациям была дана негативная оценка.

Большая часть сообщений о положительных изменениях содержала оговорки: информируя о некоем сдвиге в лучшую сторону, авторы в то же время выражали надежду на то, что данное изменение будет иметь продолжение:

В интеграционном мышлении как эстонцев, так и инородцев еще многое должно измениться. Но в последнее время возникло довольно много позитивных моментов, вокруг которых можно и нужно сосредоточить силы большей части жителей Эстонии. (PM 21.01.99)

Нельзя сказать, чтобы между эстонцами и русскими царили взаимные любовь и доверие. Терпимость в Эстонии еще слаба, но и враждебности в последние годы стало намного меньше. (EPL 02.10.01)

О негативных изменениях авторы упоминали чаще всего в связи с политикой, обострением национальных отношений и проявлением разногласий между этническими группами, а также усугублением социально-экономических различий:

Семь лет, прошедшие с момента восстановления независимости, – достаточный срок, чтобы понять: законодательство, касающееся вопросов языка, стало лишь козырем в политической игре. (EPL 20.02.99)

Вот уже много лет мнения эстонцев и живущих в Эстонии русских не были настолько разными, как теперь в отношении атак НАТО против Югославии. Последнее столь резкое расхождение во взглядах имело место, кажется, летом 1993 года, когда Рийгикогу приняло закон о гражданстве, который признавал гражданами лишь тех, чьи предки жили в Эстонии до 1940 года. (EPL 03.04.99)

Экономическое положение и обеспеченность неэстонских семей за последние годы стали хуже, чем эстонских. (EPL 17.11.99)

В основном информация о негативных изменениях встречалась на страницах печати в 2001 г., когда пресса акцентировала в материалах о межнациональных отношениях момент конфликта и противостояния. Меньше всего о негативных изменениях упоминалось в 2000 году.

Тематика трансформаций

В период 1999-2001 гг. чаще всего об изменениях в положительную сторону говорилось в связи с политикой и в связи с отношениями между двумя национально-языковыми сообществами. Стоит отметить, что внимание на развитие событий в политической сфере обращали более всего в 1999 г. и значительно меньше в последующие годы. Об улучшениях взаимоотношений между эстонцами и неэстонцами чаще всего пресса писала в 2000 г. Как правило, позитивно оценивались такие социальные изменения как возросший интерес русскоязычного населения к эстонскому языку и повышение уровня владения языком, а также ориентация русскоязычного населения на Эстонию как свою родину и формирование у неэстонцев новой эстоноцентричной идентичности. Как языковой вопрос, так и проблема самоидентификации неэстонцев стали предметом широкого публичного обсуждения в 2000 г. Реже на страницах прессы можно было встретить сообщения об изменениях в социально-экономической сфере (см. таблицу 1). Причем, подобная информация в основном указывала на увеличение различий и сепарации в обществе.

Таблица 1. Изменения по областям в 1999–2001 гг.

Область	1999		2000		2001		Всего	
	+/n	-	+/n	-	+/n	-	+/n	-
<i>Политически-правовая интеграция</i>								
Политическое сотрудничество между партиями	11	2	1	-	3	-	15	2
Общественно-политические взгляды, мнения	2	2	-	-	1	-	3	2

Русские партии, политическая деятельность неэстонцев	10	5	-	-	1	1	11	6
Эстонские партии, политическая деятельность эстонцев	4	-	-	-	-	1	4	1
Предпочтения русскоязычных избирателей	4	-	-	-	-	-	4	-
Натурализация, рост числа граждан	2	-	-	-	-	-	2	-
Интеграционная политика, законодательство	9	3	9	-	9	1	27	4

Культурно-языковая интеграция

Взаимоотношения национальных групп	6	1	19	1	7	4	32	6
Желание учить государственный язык	4	1	9	-	1	2	13	3
Практическое владение государственным языком	2	-	6	-	3	-	11	-
Сдвиги в идентичности, ориентация на Эстонию	4	-	12	-	7	1	23	1
Смешанные классы, смешанные детские сады	1	-	5	-	-	-	6	-
СМИ, коммуникация	3	-	10	-	-	-	13	-

Социально-экономическая интеграция

Социально-экономическое (-ий) положение, статус	2	1	-	1	1	4	4	6
Бизнес-контакты, профессиональное сотрудничество	1	-	1	-	-	-	2	-

Прочее

Ситуация в обществе в целом	4	-	9	-	2	-	15	-
Процесс интеграции в целом	-	-	4	-	1	-	5	-
Прочее	6	2	7	2	3	3	12	7

Всего **72** **17** **92** **4** **39** **17** **203** **38**

Говоря о политически-правовой интеграции, наиболее существенными изменениями с точки зрения прессы оказались развитие политического сотрудничества между эстонскими и русскоязычными политиками, партиями, а также изменение местного русского политического ландшафта:

Сейчас, когда идут переговоры о создании будущей правящей коалиции в Таллинне, никто не ставит под сомнение, что в тот или иной политический союз могут быть включены списки русскоязычных кандидатов. На переговорах взвешиваются прежде всего политические программы и возможности сотрудничества. Если еще три года назад национальный оттенок списков имел значение, то сейчас мы уже перешагнули этот этап. Меняются времена, меняются люди. (EPL 21.10.99)

Подводя итоги выборов 1999 г., печать указала на изменение отношения русскоязычных избирателей к эстонским партиям: неэстонцы стали больше поддерживать эстонских политиков:

В независимой Эстонии неэстонцы участвуют в выборах уже шестой раз. Лучшие времена тех русских партий и фракций, которые всячески подчеркивали свою национальную принадлежность, уже позади. Они быстро теряют свой электорат. В то время как медленно, но верно растет поддержка русскими избирателями крупных эстонских партий. (EPL 24.09.99)

«Скачок на новый уровень в развитии эстонского государства», зарождение «новой национальности в политическом смысле», формирование «полностью интегрированного сообщества», - именно так газеты характеризовали вышеупомянутые изменения. В последующие годы данные тенденции больше не рассматривались в СМИ в качестве социальных трансформаций.

Значимым изменением в позиции прессы на обоих языках можно назвать то, что об интеграционном процессе начали говорить как о «новом» пути развития эстонского общества:

Предвыборные платформы показывают, что идея эксклюзивности, пропагандируемая политиками националистического толка, на сегодняшний день все реже встречается в период предвыборной борьбы. /.../ Ключевым понятием становится интеграция. Правда, трактуется этот термин по-разному. (PM 02.03.99)

Эстонское государство и общество подошли к очередному этапу своего развития. Теперь от индивида ожидается активное участие в общественных процессах. А само общество должно стать менее раздробленным, другими словами, более интегрированным. (PM 11.06.99).

Затрагивая тему взаимоотношений национальных групп, авторы акцентировали внимание на изменении установок и моделей поведения эстонцев. Как правило, в качестве субъекта толерантности выступало этническое большинство:

Согласно результатам социологических мониторингов еще рано говорить о том, что у эстонцев окончательно сформировались новые установки. В то же время среди них ясно наблюдается готовность придти к известным соглашениям с русскими Эстонии, руководствуясь прагматическими соображениями. (PM 20.04.99)

Это указывает на новый виток в развитии отношений между эстонцами и неэстонцами, при котором взаимное безразличие сменяется чувством ответственности друг за друга. (EPL 28.06.00)

Конфликты и противостояния на национальной почве проецировались чаще всего в прошлое, в «преданные забвению первые годы 90-х»; упоминалось о «когда-то случавшихся в Эстонии национальных конфликтах».

В качестве социального изменения в печати был представлен сдвиг идентичности русскоязычного населения. Неэстонцы все чаще отождествлялись с Эстонией и эстонцами, а не с «русскими, живущими в России». Если в начале 90-х Россия представлялась как «настоящая родина» (Raudsepp 1998) неэстонцев, то на

данный момент в газетах преобладает «страна исторического происхождения» неэстонцев:

Исследования показали и то, что очень многие проживающие в Эстонии неграждане не отождествляют более себя с Россией, поскольку, по их словам, они не чувствуют внутренней связи с этим государством. (PM 15.04.99)

Этническая, политическая и региональная идентичность русских к настоящему времени сильно изменилась. Русские, прожившие в Эстонии несколько десятков лет, не похожи на русских в России. /.../ Они настолько втянулись в местную жизнь, что друзья, семья, работа для них намного важнее, чем зов исторической родины. (PM 14.09.00)

В связи с вопросами образования и языка обращалось внимание на возникновение у русскоязычного населения желания учить эстонский язык. Возросший интерес к государственному языку со стороны неэстонцев символически обозначил перелом во взаимоотношениях между эстонцами и неэстонцами:

Знание эстонского языка наконец-то стало реальностью жизни, мимо которой невозможно пройти. /.../ За десять лет довольно незаметно изменился психологический (а может, и политический) фон одной из самых чувствительных проблем нашего общества – незнание государственного языка неэстонцами. Насколько далеко мы ушли в этом вопросе, показывает хотя бы то обстоятельство, что 90% взрослых неэстонцев находят, что их дети должны знать эстонский язык. Десять лет назад картина была совершенно иной. (PM 18.01.00)

Временам слепых капризов на почве языка действительно приходит конец... (PM 18.02.00)

В то же время об улучшении знания эстонского языка у неэстонцев пресса упоминала крайне редко.

Что касается коммуникативно-языковой интеграции, на основании данных мониторинга в 1999-2000 гг. можно сделать вывод об изменении, затрагивающем русскоязычное коммуникативное пространство. Общественный форум на русском языке все больше ориентирован на Эстонию и схож с эстонскими СМИ:

О Владимире Путине и его почти предрешенной роли русские газеты в Эстонии пишут достаточно, но далеко не с таким рвением, как можно было бы предположить. Теперь этот вопрос считается прежде всего «событием за границей» – по-своему интересным, но вовсе не настолько жизненно важным как во времена прошлых избирательных кампаний. (PM 25.03.00)

Реформы в русскоязычном образовании не были представлены на страницах прессы как социальные изменения, заслуживающие внимания. Наиболее интересными темами для обсуждения стали появление смешанных классов в школах и групп в детских садах, а также желание русскоязычной молодежи получить образование на эстонском языке:

Все больше русских семей отдают своих детей в эстонские детские сады... (EPL 16.02.00)

В эстонских школах с каждым годом становится все больше детей, для которых эстонский не является родным языком. /.../ Если в 1990 г. в русскоязычные школы пошли 40,6% всех первоклассников, то в сентябре прошлого года всего 20%. (EPL 16.02.00)

С точки зрения социально-экономической интеграции в качестве позитивных изменений авторами приводились рост конкурентоспособности русскоязычной молодежи и увеличение дифференцированности русскоязычного населения. В данном случае наряду с положительным дискурсом, встречался и негативный, согласно которому в обществе наблюдался рост социально-экономической сепарации.

Заключение

Анализ изменений показал, что, говоря о социально-политическом развитии общества за последние 10 лет, журналисты не просто выражали критику и недовольство в связи с проблемой интеграции, но и пытались размышлять на тему взаимоотношений между двумя этническими группами, переосмыслять прошлое и предлагать аудитории альтернативные реалии. В 2000 году в прессе произошел перелом, который сыграл существенную роль в осознании аудиторией необходимости интеграционного процесса, а также в осмыслении социального значения данного процесса. Именно в тот период печать уделяла внимание в основном положительным изменениям, связанным с интеграцией, а значит, была достаточно оптимистично настроена по отношению к данному вопросу. То, что общественность достаточно активно приняла участие в анализе проблем, касающихся интеграции, является результатом привычки подводить итоги социально-политическому развитию государства в течение предыдущих 10 лет. В данном случае, также возник вопрос, чего удалось достигнуть за время переходного периода.

С 1999 по 2001 гг. в качестве положительных изменений на страницах прессы рассматривались рост толерантности в обществе, уменьшение дистанции и противоречий между эстонцами и неэстонцами. Культурно-языковая адаптация русскоязычного населения в свою очередь конструировалась как изменение в лучшую сторону. В тот же период при определении понятия интеграции общественность все чаще начала прибегать к вышеупомянутым аспектам. Т.е. интеграция как взаимоотношения между эстонцами и неэстонцами и интеграция как культурно-

языковая адаптация неэстонцев. Значение интеграции как политического процесса сформировалось еще в 1999 году.

Репрезентации изменений наглядно иллюстрируют ситуацию, когда между собой сталкиваются различные интерпретации социальной действительности, т.е. «новые» и «старые» позиции. Таким образом, репрезентация социальных трансформаций в медиа-текстах приобретает особое значение, если речь идет о формировании «новых» отношений между двумя этническими группами или о конструировании «нового» положения меньшинства в эстонском обществе. Указывая на происходящие в обществе изменения, становится возможным легитимизировать «новые» установки и отказаться от устаревшего мышления, оценок и идеологий.

Литература

Fairclough, N. (1995). *Media and Discourse*. St. Martin's Press Inc.: New York

Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press

Круусвалл, Ю. (2000). “Понимание интеграции в эстонском обществе”, *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 14-22

Lauristin, M. (2000). Kas see ongi siis nüüd see Eesti aeg? Muutuste diskursus Eesti ajakirjanduses. *Kõnelev ja kõneldav inimene: Eesti erinevate eluvaldkondade diskursus*. TRÜ Kirjastus: Tallinn, 63-84

Петтай, И. (2000). “Взаимная толерантность эстонцев и неэстонцев”, *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 6-11

Raudsepp, M. (1998). Rahvusküsimus ajakirjanduse peeglis. *Vene küsimus, Eesti valikud*. M. Heidmets (toim.), TRÜ Kirjastus: Tallinn, 113-138

Sztompka, P. (1992). *The Sociology of Change*. Blackwell Publishers

Titcher, S., Meyer, M., Wodak, R., Vetter, E. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. Sage Publications: London, Thousands Oaks, New Delhi.

Неэстонцы как потенциальный ресурс: взгляд прессы

Рагне Кьютс

В течение последних 10 лет в Эстонии шло восстановления демократического государства. Центральное место в этом процессе занимал вопрос «кто мы?». При формировании общественных институтов приходилось выбирать, кто станет членом нового сообщества, а кто нет. Идеология национального государства, преобладавшая в Эстонии в начале десятилетия, предполагала, что основой государственного строительства должно быть относительно однородное население. Идеальной моделью считался национальный состав Эстонской Республики начала XX века. К настоящему времени идеологические акценты несколько сместились. Поэтому, придерживаясь того же самого идеала, теоретики государственного строительства считают, что для стабильного развития государства необходимо вовлекать неэстонцев в жизнь общества в качестве активных субъектов¹.

Известно, что то, насколько представители какой-нибудь нации способны акцептировать и принять т.н. «других», зависит от того, какая идентификация – этническая или политическая (гражданская) – наиболее характерна для конкретной нации. Считается, что государственная идентификация в большей степени соответствует принципам демократического общества и прав человека (Kohn 1944, Smith 1989, Brubaker 1992), поскольку основой для возникновения чувства единства между членами сообщества становится не общий язык, культура или этническое происхождение, а принадлежность к одному и тому же государству. Исследовавшие вопросы социальной самоидентификации ученые пришли к выводу, что эстонцам свойственно самоопределение по этническому признаку (Brubaker 1998), которое не позволяет им относиться к неэстонцам как к равным партнерам и членам общества (Linz & Stepan 1996).

Согласно модели многонационального общества, оказавшей влияние на выбор стратегии развития Эстонии, с точки зрения солидаризационных процессов для населения национального государства не является обязательной идентичность, обогащенная языковой, религиозной и символической составляющими. Достаточно того, что социальные группы признают принадлежность друг друга к определенным общностям, например, из рациональных соображений. В мультикультурном обществе

¹ См. Государственную программу «Интеграция эстонского общества 2000–2007»

«сохранение разных культур является необходимым и важным средством построения стабильной демократии» (Rex 1996: 135). Таким образом, отношение к неэстонцам как к ресурсу, или капиталу, может создать предпосылки для признания их полноправными членами общества.

Неэстонцы как капитал в дискурсах СМИ

В рамках интеграционного медиа-мониторинга был осуществлен анализ, целью которого был поиск ответа на вопрос: «каким образом рассматриваются на страницах печати неэстонцы – в качестве экономического, культурного или политического капитала?»². Согласно поставленному вопросу было выделено три основных категории, которые учитывались при анализе эстонской и русскоязычной прессы.

На личностном уровне под капиталом подразумевается все то материальное, чем владеет человек. На коллективном уровне происходила дискуссия о значимости неэстонцев для Эстонии в экономическом и демографическом смысле. Данная категория была отражена в кодировочной инструкции при помощи утверждения «неэстонцы являются ресурсом, человеческим капиталом для развития Эстонии».

Под культурным капиталом французский структуралист Пьер Бурдьё (1986) понимает личностные качества индивида (например, характер индивида, его способности, воспитание), а также то, чего человек достиг в жизни или то, на что он способен (например, образование). Как утверждается, в посткоммунистических странах именно эта форма капитала занимает самое важное место (Kruusvall 2002).

Главный культурный капитал местных неэстонцев – это знание эстонского языка. По мнению эстонцев, наряду с утилитарным, оно имеет еще и символическое значение. Следовательно, изучая эстонский язык, неэстонцы демонстрируют свою лояльность эстонскому государству. Как показывают исследования (Проос 2000:37), за последние 10 лет знание эстонского языка улучшилось, по крайней мере, среди неэстонцев-граждан Эстонии. Однако низкий уровень владения государственным языком по-прежнему остается одной из наиболее часто упоминаемых в прессе проблем

² Из утверждений, содержащихся в кодировочной инструкции, были выбраны восемь, согласно которым неэстонцы рассматривались в качестве экономического, культурного или политического капитала. Все утверждения образуют пары, в которые входит само утверждение и его опровержение. Таким образом становится возможным проследить и то, какие контраргументы используются в случае, если неэстонцы не расцениваются в качестве необходимого капитала.

(*Integratsiooni Meediamonitoring /Интеграционный медиа-мониторинг/*, 1999, 2000, 2001).

Второй важной переменной культурного капитала является образовательный уровень индивида. Согласно концепции мультикультурности, наличие культурных различий обогащает общество. Подобная ситуация становится возможной, если неэстонцы сохраняют свою культурную идентичность, а также при содействии школы приобретут соответствующий культурный капитал, необходимый для адаптации к эстонскому обществу. Поэтому, в связи с переходом русскоязычной школы на эстонский язык обучения ведется достаточно живая дискуссия. Причем как эстонская, так и русскоязычная пресса часто выступают за сохранение русскоязычного образования, поскольку именно оно поддерживает своеобразную идентичность неэстонцев.

Отношение к неэстонцам как к политическому капиталу, значимому с точки зрения демократической системы, отражено в утверждениях: «их следует привлечь к общественной жизни в качестве полноправных членов, дать им гражданство», «неэстонцы должны принимать более активное участие в гражданском обществе, а также в управлении государством». Последнее утверждение в свою очередь затрагивает вопрос лояльного отношения неэстонцев к эстонскому государству.

Утверждения, отражающие три категории капитала, были зафиксированы в кодировочной инструкции интеграционного медиа-мониторинга. При помощи латентно-классового анализа (*LCA*, или *Latent Class Analysis*) из текстов были выделены дискурсы, связанные с разными формами капитала³.

Широкий спектр мнений эстонской прессы

³ В анализ включены следующие утверждения:

205 – неэстонцы проявляют лояльность по отношению к Эстонии, поддерживают развитие государства

206 – неэстонцы не проявляют лояльности по отношению к Эстонии, не поддерживают развитие государства

207 – увеличение числа граждан в интересах эстонского государства

208 – увеличение числа представляет опасность для Эстонии

813 – неэстонцы как человеческий капитал представляют интерес для эстонского государства

814 – неэстонцы как человеческий капитал не представляют интерес для эстонского государства

421 – возможность получать образование на родном языке играет важную роль с точки зрения неэстонцев, поскольку способствует сохранению их идентичности

При исследовании эстонской прессы методом LCA было выделено четыре дискурса. Самой распространенной (содержалась в 135 статьях) оказалась точка зрения, согласно которой неэстонцев следует интегрировать в эстонское общество, поскольку они лояльны по отношению к Эстонии (см. рисунок 1). В данном случае использован скорее **аксиоматический**⁴, нежели аргументирующий подход. Согласно этому дискурсу неэстонцы не являются активной частью эстонского общества. Без внимания остаются следующие вопросы: как русскоязычное население может повлиять на развитие Эстонии, каким образом неэстонцев следует привлекать к общественной жизни.

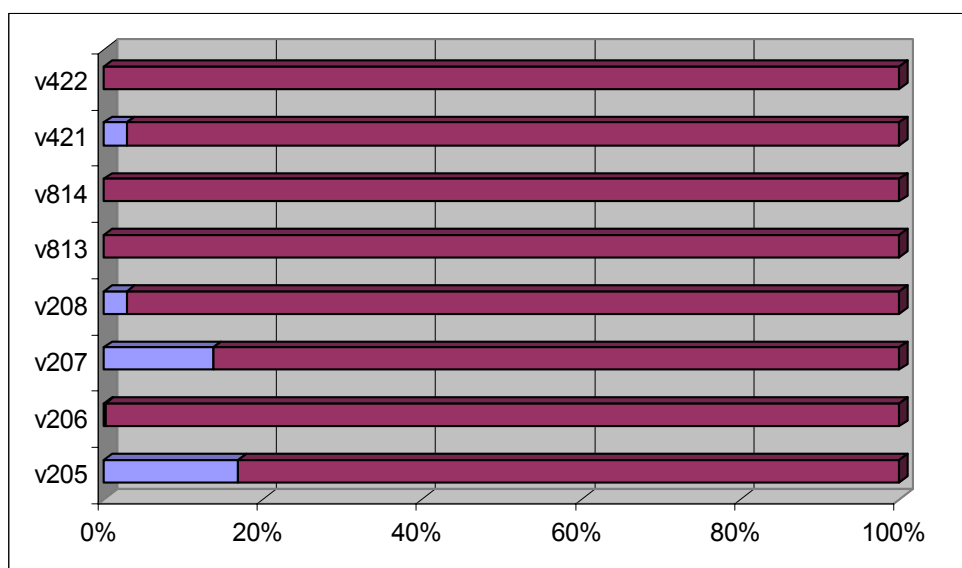


Рисунок 1. Аксиоматический дискурс в эстонской прессе (выявлен в 45,6% статей)

Эстония не настолько большая страна, чтобы просто проигнорировать один из слоев населения. (PM 25.11.00)⁵.

Интеграция этнических меньшинств – в наших общих интересах. (EPL 31.07.00).

Наконец-то и эстонцев начали учить тому, что нельзя делить жителей одной и той же страны. Иначе у государства нет будущего. (EPL 11.03.00).

422 – возможность получать образование на родном языке не имеет значения с точки зрения неэстонцев, неэстонцы должны учиться на эстонском языке

⁴ Предполагается, что представленные точки зрения, позиции, мнения принимаются без доказательств и дополнительных аргументов.

⁵ Приведенные в скобках аббревиатуры соответствуют общегосударственным изданиям: *Eesti Päevaleht* (EPL), *Postimees* (PM), *SL Õhtuleht* (SL), *Эстония* (Э), *Молодежь Эстонии* (МЭ) и *День за днем* (ДД).

Подобное мнение характерно не только для политиков и чиновников, но и для рядовых эстонцев и неэстонцев. Отсутствие аргументации указывает на возможность того, что люди оперируют понятиями, свойственными демократическому мышлению, но более глубоко о проблемах интеграции и межнациональных отношений не задумываются. Частое присутствие этого дискурса свидетельствует о том, что на страницах эстонской прессы дискуссия ведется в основном на абстрактном уровне.

Второй дискурс, «неэстонцы как экономический капитал» (выявлен примерно в 75 статьях), характеризует ситуацию, в которой неэстонцы признаются членами общества в основном благодаря их экономическому потенциалу (см. рисунок 2). Неэстонцы работают в сфере энергетики, транспорта, а также в структурах исполнительной власти на таких должностях, занимать которые эстонцы не хотят. В дополнение к экономически-демографической значимости неэстонцев подчеркивается и их лояльность. А именно, получение от русскоязычного населения экономической выгоды оправдывает приобщение его к политической системе.

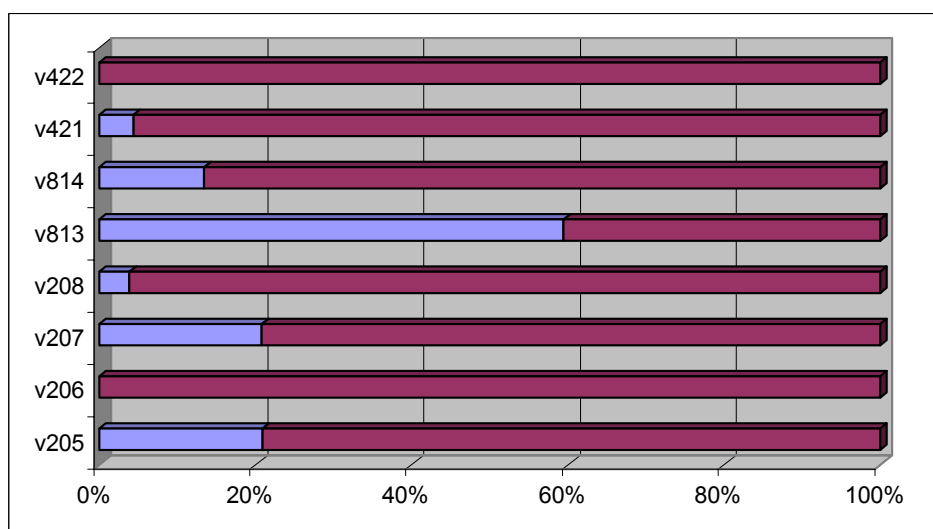


Рисунок 2. Дискурс «неэстонцы как экономический капитал» в эстонской прессе (выявлен в 24,8% проанализированных статей)

Самая большая проблема Эстонии – слишком низкая численность населения. Исходя из государственных интересов, мы должны ясно дать понять как иностранцам без гражданства, так и гражданам России и других стран, что они желанны на нашей земле. (EPL 29.04.99).

Русские предприниматели делают все для того, чтобы поднять экономику Эстонии. /.../ Работающие здесь русские бизнесмены считают абсурдными опасения, что при их посредничестве российский государственный капитал может повлиять на политику Эстонии. (EPL 29.12.99).

/.../ эстонцы не хотят идти работать тюремными охранниками, а русские, которые согласны и на самые жалкие условия, – лучшие исполнители этой работы. (PM 12.07.00).

Самое большое место заключения в Эстонии, тюрьма Мурру, должна до конца года уволить 65 работников, недостаточно хорошо владеющих эстонским языком. Под удар попали лучшие специалисты, про которых можно сказать, что они были ключевыми фигурами. (SL 26.10.01).

Говоря о неэстонцах как об экономическом ресурсе, авторы публикаций представляют их прежде всего в качестве дешевой рабочей силы. О том, что неэстонцы могут стать посредниками в экономических контактах с Россией или другими странами, не упоминается.

Третий дискурс, «дискурс опасности», образуют утверждения, согласно которым неэстонцев не следует рассматривать как ресурс, поскольку они нелояльны по отношению к государству (см. рисунок 3).

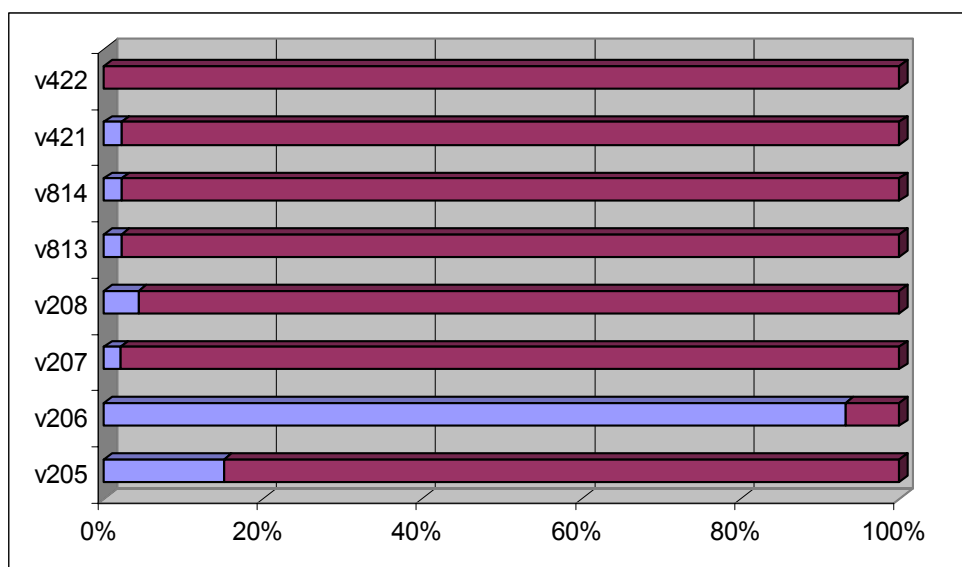


Рисунок 2. «Дискурс опасности» в эстонской прессе (выявлен в 16,5% проанализированных статей)

Если прирост населения маленький и мы на самом деле хотим сохранить нацию, особенно в условиях, когда количество эстонцев в их собственной стране и так меньше 75%, то мы должны /.../ ограничить иммиграцию и ужесточить политику гражданства. Кроме этого, у нас много безработных, и нехватки рабочих рук в ближайшем будущем не предвидится. (EPL 8.05.99).

Почему же мы нагоняем интеграционный туман и думаем, что нам будет хорошо, если страну наводнят говорящие по-эстонски чужеземцы? Некоторые предлагают ввозить новых жителей и принимать прочие подобные меры для более плотного заселения Эстонии. (PM 15.05.00).

Голоса деятелей из русскоязычных партий играют в Таллинне решающую роль в политической борьбе. Поэтому правящая коалиция, глазом не моргнув, выполняет любое требование русских политиков. Не говорящие по-эстонски фирмы с сомнительной репутацией получают преимущественные права. А за церковной общиной, которая действует в качестве пятой колонны и управляется из Москвы, закрепляются привилегии (PM 8.08.01).

В статьях, где неэстонцев рассматривают как источник опасности, как правило, не представлено рациональных аргументов. Наоборот, высказывания авторов крайне эмоциональны. В стиле аргументации заметна сидящая глубоко в эстонцах руссофобия, которая мешает коренным жителям увидеть в неэстонцах источник пользы, а не угрозы. Дискурс исходящей от неэстонцев опасности выделяется на фоне других дискурсов и составляет незначительную часть от всего проанализированного материала (выявлен примерно в 50 статьях).

Четвертый дискурс, **дискурс самоидентификации** (выявлен примерно в 40 статьях), фокусируется в первую очередь на культурной идентичности неэстонцев (см. рисунок 4). Утверждается, что русскоязычное население Эстонии, сохраняя свою культурную идентичность, может в то же время быть лояльным по отношению к эстонскому государству. Лояльность рассматривается в основном как вопрос культурного самоопределения и уверенности в себе. В процессе формирования лояльного отношения со стороны неэстонцев важную роль играет школа, а также

изучение государственного языка. При этом должно быть сохранено и культурное своеобразие представителей русскоязычной общности.

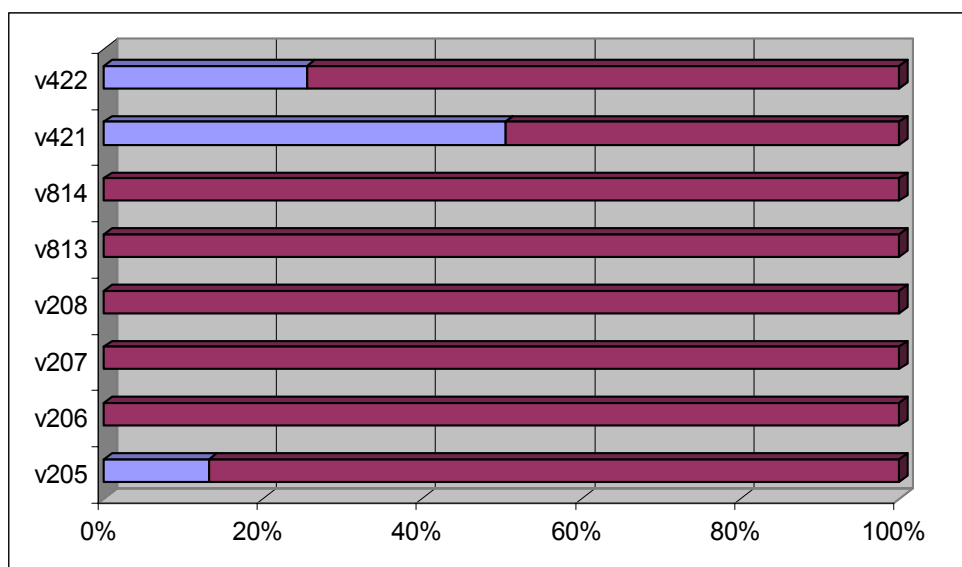


Рисунок 4. Дискурс культурной идентичности неэстонцев в эстонской прессе (выявлен в 13,2% проанализированных статей)

Ученые рекомендуют давать русским выпускникам школ гражданство Эстонии. (EPL 14.06.99).

Хуторянин из волости Вииратси в Вильяндимаа /.../ уверен, что русские подростки, учившиеся на эстонских хуторах, потом не возьмут ружье и не пойдут их грабить. (PM 6.11.99).

Если мы действительно хотим, чтобы дети были будущим нашего и никакого иного государства, мы должны вкладывать деньги именно в них. (EPL 26.05.00).

Конечно, русские привнесли бы новые идеи и знания. Но еще более важно, чтобы русская молодежь видела перед собой реальную перспективу социального роста в этой стране. /.../ Таким образом молодые люди русского происхождения, преодолев свое одноязычие, уже в ближайшем будущем станут во многих областях более конкурентоспособными, чем эстонцы, лишившиеся главного преимущества – знания нескольких языков. (PM 26.10.01).

Согласно этому дискурсу, следует направить взгляд в будущее и сделать ставку на неэстонскую молодежь, которая получит хорошее образование и сохранит свою культуру.

Следует отметить, что в период с 1999 по 2001 гг. на страницах эстонской печати все чаще можно было встретить дискурс культурной самоидентификации в то время, как аксиоматический дискурс появлялся все реже.

Прагматичный подход русскоязычной прессы

В русскоязычной прессе в ходе исследования было выявлено три дискурса. Первый, который преобладал в прессе на русском языке, условно можно назвать **дискурсом экономического ресурса** (встречался примерно в 150 статьях). Рассматриваемая позиция очень похожа на аналогичный дискурс в эстонской прессе, где политическое признание неэстонцев обосновывается тем, что они способны принести пользу в экономическом и демографическом смысле (см. рисунок 5).

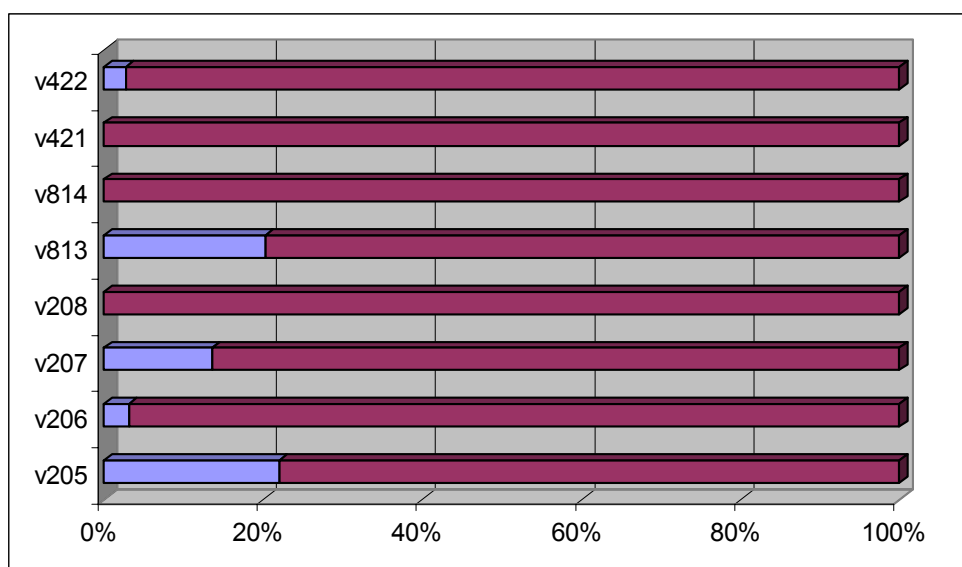


Рисунок 5. Дискурс неэстонцев как экономического ресурса в русскоязычной прессе (выявлен в 61,5% проанализированных статей)

Русский бизнес существует. /.../ Потенциал, который заключен в русских предпринимателях, только начинает заявлять о себе. (Э 6.03.01).

/.../ 12% молодых и энергичных жителей страны ждут подходящего момента, чтобы эмигрировать в Европу /.../ наш человеческий ресурс очень ограничен. (Э 3.04.01).

Согласно этому дискурсу, экономически-демографическая польза неэстонцев для Эстонии в основном заключается в деятельности русскоязычных предпринимателей и их контактах с зарубежными государствами. Особо подчеркивается то обстоятельство, что здешние предприниматели-неэстонцы не представляют собой пятую колонну России, – мнение, которого по-прежнему придерживаются авторы статей в эстонской прессе.

Во втором дискурсе (выявлен примерно в 60 статьях) центральное место занимает **культурно-образовательный** признак (см. рисунок 6). Сохранение культурной идентичности молодых неэстонцев считается возможным только в том случае, если они получают образование на родном языке. При этом перспективы такой молодежи на будущее, как правило, в статьях не упоминаются.

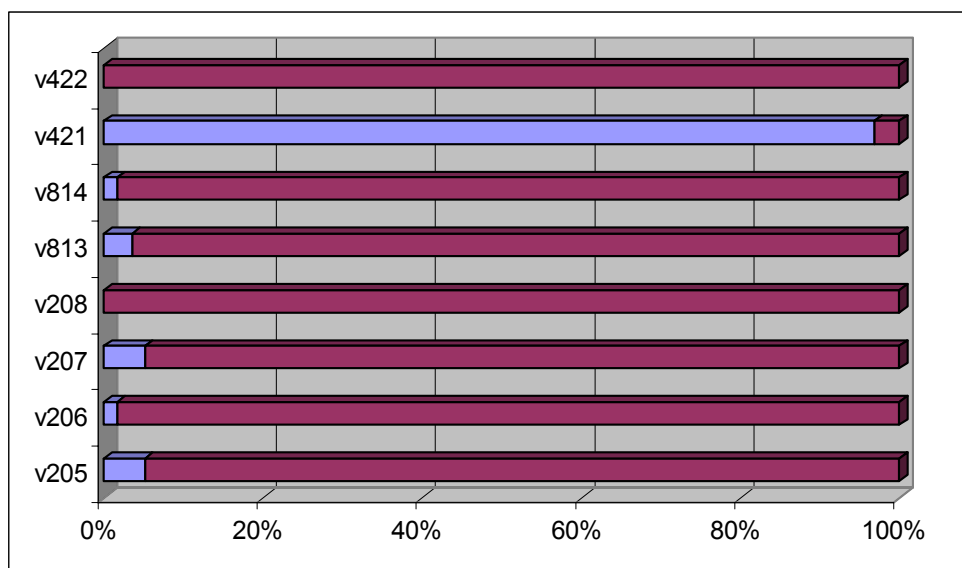


Рисунок 6. Культурно-образовательный дискурс в русскоязычной прессе (выявлен в 24,6% проанализированных статей)

Переход русской школы на эстонский язык обучения означает ассимиляцию неэстонцев /.../ откуда тогда взяться русской интеллигенции? (Э 27.05.99)

... всем уже давно ясно, что грубая ассимиляция не может стать гарантией стабильности и безопасности. Выход – модель интегрированного общества, которая способствует возникновению благоприятных условий для сохранения и развития национальных сообществ /.../ обязательно следует сохранить идентичность русской молодежи. (ДД 10.11.00).

Согласно данному дискурсу, своеобразие культурного наследия неэстонцев не рассматривается как богатство, принадлежащее всему обществу Эстонии; напротив, его скорее противопоставляют государству и политике большинства. Можно предположить, что в русскоязычной прессе пока еще не осмыслено значение неэстонцев в культурном, экономическом и политическом развитии эстонского общества.

В третьем, **дискурсе дискриминационной политики** в отношении меньшинства (выявлен примерно в 35 статьях), объединены утверждения, в которых недооценивается способность неэстонцев внести вклад в развитие общества Эстонии: неэстонцы нелояльны, им не следует давать гражданство, и они не являются ресурсом (см. рисунок 7).

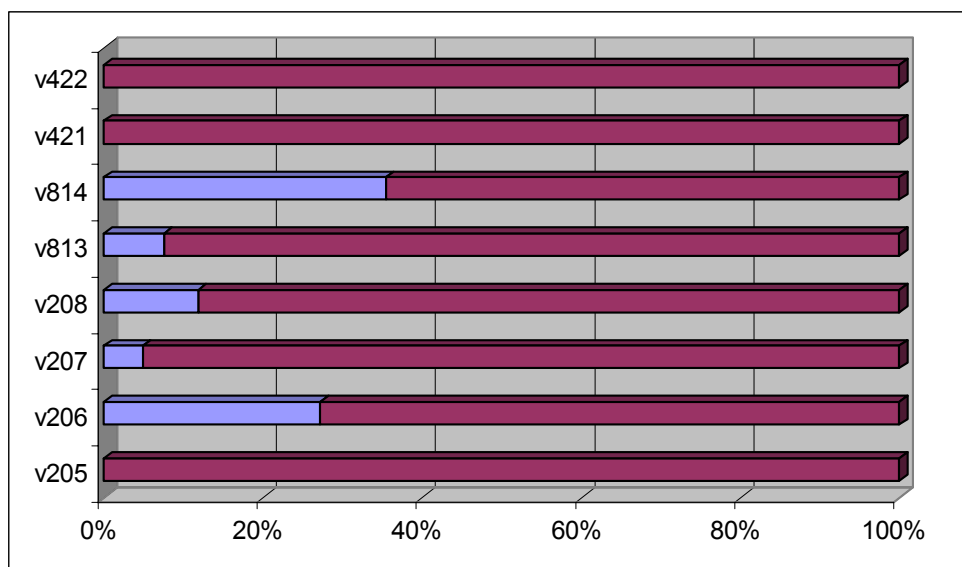


Рисунок 7. Дискурс дискриминационной политики в русскоязычной прессе (выявлен в 13,9% проанализированных статей)

В Эстонии сформирована целая система по уничтожению русской культуры. (МЭ 06.08.99).

Русскоязычное население не хочет участвовать /.../ Причиной тому служит недоверие по отношению к властям и к проводимой политике гражданства /.../ и этот страх оправдан. Получил же тот, кто в свое время верил государству и обратился с просьбой восстановить его права, педписание о выезде за пределы страны. (ДД 05.11.99).

Больше шансов выиграть в рулетку, чем сдать экзамен на знание государственного языка. (Э 20.03.01).

Представленный дискурс встречался особенно часто в конце 1990-х гг., когда русскоязычная пресса изображала жизнь в Эстонии сквозь призму дискриминации (Кортс, Кыутс 2000) и видела свою аудиторию «пассивной и запуганной» (Ильина, Якобсон 2000). Неэстонцы как апатичная масса – это скорее конструкция русскоязычной прессы, чем действительное осознание своей роли героями публикаций. С 1999 по 2001 гг. удельный вес этого дискурса несколько уменьшился в то время, как удельный вес дискурса экономического ресурса увеличился.

Заключение

В эстонской и русскоязычной прессе встречаются довольно схожие дискурсы, в которых неэстонцы выступают в качестве экономического, культурного и политического капитала. Причем спектр мнений в русскоязычной прессе лишь немного уже, чем в эстонской. На страницах обеих преобладает экономическая категория. Причем эстонские газеты пишут о русских прежде всего как об исполнителях низкооплачиваемой работы. В русскоязычной же прессе чаще упоминается потенциал русскоязычных предпринимателей с точки зрения развития эстонского государства. За дискурсом экономической и демографической значимости неэстонцев стоят рациональные соображения, связанные с малочисленностью эстонского народа и нехваткой человеческого ресурса. Руководствуясь подобными соображениями, авторы публикаций оправдывают включение неэстонцев в число граждан.

Обогащающую роль присутствующих в обществе культурных различий как эстонская, так и русскоязычная пресса отмечает значительно реже. Подчеркивая осознание молодыми неэстонцами своей культурной принадлежности, авторы статей считают их серьезным фактором влияния на развитие Эстонии. Идеи же

многонационального общества, где созданы предпосылки «для аккумуляции всевозможного культурного, социального и экономического капитала, которая является неизбежной в условиях успешной демократизации» (Merkel 1999: 538), не получили в прессе особого распространения.

Пресса на эстонском языке предлагает в качестве одной из идеальных моделей общества однородное население, имеющее общие ценности и живущее в едином коммуникативном пространстве – интегрированную Эстонию. Подобная точка зрения представляется скорее аксиоматичной, чем хорошо аргументированной, и в отношении нее не считается необходимым доказывать свое мнение – неэстонцев просто следует сделать членами общества. В то же время не поясняется, будет ли таким образом уменьшена исходящая от неэстонцев потенциальная опасность или же ожидается, что они внесут вклад в успешное развитие государства.

Из эстонской прессы никуда не исчез дискурс опасности, а из русскоязычной – дискурс дискриминации, которые преобладали в них в первой половине 1990-х гг. (Raudsepp 1998). Все же в период с 1999 по 2001 гг. их удельный вес уменьшился. В обоих случаях рассказывается о несправедливом отношении со стороны государства и представителей другой национальности, а аргументация носит скорее эмоциональный, чем трезвый и взвешенный характер. Ни в одном из дискурсов не считается возможным равное положение эстонцев и неэстонцев, а также низко оценивается потенциальная польза представителей русскоязычной общности для Эстонии.

Хотя в происходящей в СМИ дискуссии все же ценятся культурные различия, в эстонской прессе даже в большей степени, чем в русскоязычной, но, как правило, титульную нацию и национальные меньшинства не ставят в обществе на равный уровень. В то же время, все чаще с каждым годом можно встретить на страницах печати неэстонца в качестве субъекта, которому отводится значимая роль в развитии эстонского государства.

Литература

Bourdieu, Pierre (1986). “The Forms of Capital” in John G. Richardson *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press: New York, 241-258

Brubaker, Rogers (1992). *Citizenship and nationhood in France and Germany*, Cambridge MA: Harvard University Press

Brubaker, Rogers (1998). “Myths and Misconceptions in the Study of Nationalism” in John A. Hall (Ed.), *The state of the Nation. Ernest Gellner and the Theory of Nationalism*, Cambridge: Cambridge University Press

Ильина Елена, Якобсон Валерия (2000). “Отражение интеграционных процессов в русскоязычной прессе и ее использование как инструмента интеграции”, *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 59-62

Интеграционный медиа-мониторинг. Отчеты за 1999, 2000 и 2001 год. **Error! Bookmark not defined.**

Kohn, Hans (1944). *The idea of nationalism, a study in its origins and background*, New York, The Macmillan Company

Кортс Кюлики, Кыутс Рагне (2000). “Пресса как общественный форум в процессе интеграции”, *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 49-54

Kruusvall, Jüri (2002). Integratsiooniprotsessi sotsiaalne pertsepsioon ja kapitalisatsioon, кдsikiri

Laitin, David D. (1998). *Identity in Formation. The Russian-Speaking Populations in the Near Abroad*, Ithaca and London: Cornell University Press

Linz, Juan L. and Stepan, Alfred (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation: Southern Europe, South America and Post-Communist Europe*, Baltimore & London: Johns Hopkins University Press

Merkel, Wolfgang (1999). *Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung*, Opladen: Leske + Budrich

Проос, Иви (2000). “Знание эстонского языка эстонскими русскими и способность к общению”, *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 37-40

Raudsepp, Maaris (1998). ”Rahvuskõsimus ajakirjanduse peeglis”, *Vene küsimus ja Eesti valikud*, Mati Heidmets (Toim.) Tallinn: TPÜ Kirjastus, 113-138

Rex, John (1996). *Ethnic Minorities in the Modern Nation State*, Working Papers in the Theory of Multiculturalism and Political Integration, London & New York

Smith, Anthony (1989). “The origins of nations” *Ethnic and Racial Studies* 12,3, 340-67

Конструирование русскоязычного меньшинства в прессе на эстонском языке

Пийа Таммпуу

Границы существуют не только между нациями и территориями, но и между сообществами, образами мышления. В зависимости от того, где находится субъект – внутри или снаружи, в центре или на периферии – границы могут служить объединяющим или разделяющим фактором, а также играть существенную роль в формировании социальных связей и идентификаций. Со временем эти символические или воображаемые границы фиксируются в социальных институтах и структурах, в их деятельности, а также в сознании граждан. Таким образом, при помощи распространенных культурных верований, идеологий и репрезентаций в обществе формируется новая нормативная база с соответствующими барьерами. СМИ играют в этом процессе ключевую роль, так как именно через репрезентации аудитория получает возможность конструировать образы «мы» и «они», «свои» и «чужие», «инсайдер» и «аутсайдер» (Cottle 2000). В итоге возникают «воображаемые сообщества», т.е. сообщества, в основе которых лежат воображаемые общие признаки (Anderson 1983).

Медиа-тексты нельзя считать лишь отражением реальности, они также создают различные версии реальности, которые зависят от социального статуса, личных интересов и целей авторов текстов, будь то отдельный индивид или группа индивидов. СМИ воздействуют на общество не только путем выборочного представления мира, но и путем проекции социальных идентификаций, «я»-идентичностей, систем ценностей (Fairclough 1995: 18).

По этой причине представляется важным проанализировать, как СМИ изображают русскоязычное меньшинство и какие качества они ему приписывают. Являются ли неэстонцы в интерпретации СМИ частью эстонского общества, полноценными согражданами, или же аутсайдерами, «чужими» или просто «другими»? При каких условиях «другой», т.е. член внешней группы, становится «своим», принадлежащим к «нам»? На чем основывается воображаемая общность? Каким образом подобное смещение границ между образами «мы» - «они», другими словами, формирование новых конфигураций взаимодействия между социальными группами и общностями, отражается в СМИ?

Мультикультурность подразумевает возникновение соответствующего социально-политического контекста, который должен способствовать формированию целостных социальных идентификаций и взаимно позитивных установок между членами различных социальных общностей (Berry et al. 1992: 297). Причем, согласно модели мультикультурного общества, значимую роль наряду с терпимостью играет признание (*recognition*). Чарльз

Тейлор, занимающийся проблемой мультикультурности, связывает между собой вопросы признания и идентификации. Он утверждает, что на формирование идентичности оказывает влияние признание или его отсутствие со стороны окружающих, а также неадекватное признание (*misrecognition*). Поэтому индивид или группа могут серьезно пострадать, если столкнется с унижением или негативной оценкой со стороны других. В дальнейшем он (они) могут интернализировать подобное представление, полученное извне, и даже в случае, если объективные препятствия для самореализации исчезнут, индивид или группа индивидов не используют открывшиеся возможности (Taylor 1992: 25). Для примера, в отношении русскоязычных жителей Эстонии употреблялись такие выражения как «комплекс оккупанта», «синдром инородца», и т.п.

Русскоязычные жители Эстонии – кто они?

Распространенная в период восстановления независимости Эстонии логика национального государства, т.н. дискурс национализирующегося государства (Brubaker 1996), внесла в общественную практику политический язык и определенную терминологию, которые предположительно сконструировали политически полярные идентичности (Linz & Stepan 1996). В эстонских СМИ при описании национальных отношений доминировал «абстрактный, имперсональный и легалистский подход, ориентированный на дистанцирование и вытеснение не-нас» (Raudsepp 1998). Кроме того, в аргументации преобладали образы враждебно настроенных «нелояльных оккупантов», «колонистов» и «нелегальных иммигрантов», т.н. пятой колонны России (*ibid.*; Laitin 1998).

Сегодня позиция медиа не ограничена идеологическими рамками «времен реституции¹», поэтому СМИ характеризует многообразие репрезентаций. Например, русскоязычное меньшинство конструируется как принадлежащее к эстонскому обществу «местное меньшинство». В то же время, неэстонцы могут выступать как «живущие на чужбине российские соотечественники», которые замкнулись в своем коммуникативно-языковом и социальном пространстве и ведут себя отчужденно.

В эстонских СМИ можно условно выделить три модели конструирования русскоязычного меньшинства, основанных на формировании дискурса схожести или различия с этническим большинством и оперирующих определенным набором

дискурсивных элементов. Анализ медиа показал, что в основу выявленных моделей социальной идентификации неэстонцев легли три категории: территория (включая мысленное пространство или промежуток времени), государственность (включая политическую лояльность) и язык.

«Местный эстонский русский»

При конструировании т.н. местной идентичности неэстонцев акцентирована их связь с Эстонией. Авторы публикаций показывают, что неэстонцы ориентированы на Эстонию и считают ее своей родиной:

«Это моя Эстония», – говорит Людмила Фатеева в коридоре больницы. И подчеркивает: «Моя Эстония». У нее нет другого места, куда она могла бы уехать. И она не хочет уезжать. «Моя Эстония» – ее дом. (EPL 13.11.99)

Те неэстонцы, которые хотели отсюда уехать, уже давно покинули страну. Те же, кто остался здесь, считают Эстонию своей родиной, как бы странно это ни звучало. (EPL 24.01.00)

В случае с молодым поколением неэстонцев подчеркивается и то обстоятельство, что они родились в Эстонии и связывают с ней свои планы на будущее:

«Я люблю Эстонию, я здесь родился и вырос». (PM 29.11.00)

«Мои корни и моя национальность связывают меня с Россией. Но я чувствую, что с Эстонией у меня существует какая-то эмоциональная связь. Здесь я вижу свое будущее», – говорит студент Тартуского университета Александр Козлов. (EPL 10.09.01)

Согласно данной модели идентификации, «русский Эстонии» отдаляется от России. Утверждается, что неэстонцы не отождествляют себя с Россией, чувствуют отчуждение по отношению к жизни в России, а также отличаются по своим убеждениям и традициям от русских в России, походя скорее на эстонцев:

Чувствую себя в России чужим. У русских в Валга другие обычаи: здесь люди спокойнее и не напиваются по праздникам. (PM 23.02.00)

Регина добавляет, что они все-таки отличаются от русских в России, и никогда не станут такими русскими, как в Америке. «Мы русские-эстонцы, со своей микрокультурой, и нас плохо понимают в России», – говорит она. Совсем другой стиль жизни и другие оценки. (PM 31.12.01)

¹ В данном случае имеется в виду начало 90-х гг., когда идеальным считалось государственное устройство Эстонии довоенного времени, характерной чертой которой был гомогенный национальный состав.

«[Дзюдоист Алексей Будылин о себе] Если бы я родился, например, на Кавказе, среди горячих парней, то и я был бы другой. А я вырос похожим на эстонца, скромным и сдержанным». (EPL 26.05.01)

Для обозначения этого различия в текстах используются такие понятия как «эстонские русские» (eestivenelased) и «имперские русские» (riigivenelased):

Лииметс (Антс Лииметс, городской секретарь Нарвы – П. Т.) утверждает, что, по его мнению, между эстонцами и эстонскими русскими возникло больше общего, чем существует между эстонскими русскими и имперскими русскими. (PM 03.06.00)

В отличие от Эстонии, Россия представлена как чужая неэстонцам страна. В то же время авторы подчеркивают контрасты между жизнью в России и жизнью в Эстонии:

По сравнению с коллегами, живущими по ту сторону Чудского озера, здешние русские бизнесмены действуют в более благоприятной правовой среде. (EPL 29.12.99)

Я смотрел новогоднюю речь президента Леннарта Мери. Это было так культурно, он говорил о высоких ценностях, культуре, науке. И рядом с этим Путин, которому не о чем было говорить, кроме как о войне. (EPL 15.01.00)

Ко второй категории модели местной идентификации относятся следующие элементы, связанные с эстонской государственностью: гражданство, лояльность, государственные символы и праздники. Неэстонцы изображаются принадлежащими к политическому сообществу, подчеркивается их желание стать гражданами и наличие у них гражданского самосознания:

«Я гражданка Эстонии. Документ – это формальность», – говорит Татьяна Балицкая, которая год назад сдала экзамен по языку и теперь ждет синий паспорт с тремя львами. (PM 23.02.00)

Принадлежность к эстонскому обществу акцентирована при помощи понятий лояльности и верности государству, примером которых может стать желание защищать страну или действовать ей на благо:

Большинство эстонцев в кругу моих знакомых так или иначе избежали службы в армии. Говорю с русскими юношами, и выясняется, что они хотят пойти в эстонскую армию, чтобы ощущать себя нужными этой стране! (PM 26.11.01)

«Русские предприниматели делают все для того, чтобы поднять эстонскую экономику», – утверждает Койдула Хаугас из Эстонско-российской палаты предпринимателей. (EPL 29.12.99)

Политическая лояльность в текстах конструируется также имплицитно посредством использования национальных символов. В статье о встрече православного Рождества в

васкнарвской церкви Ильи-пророка журналист приводит, к примеру, следующее описание, в котором для изображения преданности по отношению к государству использован символ государственного гимна:

Церковный сад заполнен могилами с крестами, на заднем дворе виден домик, в окнах которого горит свет. Из передней доносятся приглушенные звуки фортепиано, среди которых можно различить мелодию государственного гимна Эстонии. (PM 08.01.00)

В качестве еще одного национального символа встречается указание на государственный флаг:

Он [дзюдоист Алексей Будылин – П. Т.] принадлежит к поколению, которое возмужало уже в период независимости, для кого сине-черно-белый триколор – флаг своего государства. (PM 20.09.00)

В данном случае принадлежность к Эстонии подчеркнута и использованием словосочетания «свое государство».

Символом единства может быть и празднование государственных праздников:

День независимости Эстонской Республики достойно отметили и наши русскоязычные газеты. (PM 26.02.00)

Третья составляющая модели местной идентификации подразумевает знание эстонского языка и вовлеченность в эстонское культурное и коммуникативное пространство. В большей степени, чем владение языком, здесь подчеркивается желание неэстонцев изучать эстонский язык:

Я пришел сюда [в армию] добровольцем, чтобы выучить эстонский язык, утверждает Эдвин так же, как и другие молодые люди из Ида-Вирумаа. Это важно, если хочешь здесь жить, считает он. (EPL 11.01.00)

Наличие единого культурного и коммуникативного пространства подтверждается следующими примерами:

Когда по телевизору показывали Евровидение, я болел за Эстонию. Не потому, что песня больше понравилась, а просто хотел, чтобы эстонская песня победила. А потом чувствовал гордость за свою страну. (EPL 10.09.01)

Дмитрий, который одинаково свободно читает эстонский Postimees и русские «Вести»... (PM 03.02.00)

Включение русскоязычного населения в эстонское культурное пространство представлено как частичное или полное заимствование неэстонцами традиций и обычаев эстонцев:

И во время Рождества Барановы вдыхали морской запах и ждали гномов с таким же нетерпением, как и коренные жители Эстонии. Эта семья просто отмечает Рождество много раз, независимо от вероисповедания или национальности. (PM 31.12.01)

Анализ СМИ показал, что при конструировании местной идентичности русскоязычного населения проблематичным оказывается исторический аспект. Согласно проанализированным текстам, формирование местной идентичности предполагает хорошее знание исторического прошлого Эстонии:

По словам учительницы Кохтла-ярвской Русской гимназии Веры Сибрик, ее учеников не раздражает патриотический тон учебников. «Я не понимаю, почему эстонские учебники должны учить детей любить Швецию или Финляндию», – говорит она. – «Действительно, в них много истории Эстонии, но это естественно». (PM 20.04.99)

В то же время, в конце 2000 года в обществе разгорелись споры по поводу того, каким образом следует преподавать историю Эстонии неэстонцам, чтобы они могли отождествлять себя с этой страной.

При конструировании идентичности важным элементом становится использование наименований. Термины, которыми называют себя и других, в значительной степени определяют характер взаимоотношений между социальными группами и общностями (van Dijk et al 1997). Для обозначения местной идентичности неэстонцев в прессе использовали названия «эстонский русский» (eestivenelane) или «домашний русский» (koduvanelane), а также «соотечественник» [эстонцев] (kaasmaalane) или «согражданин» [эстонцев] (kaaskodanik).

«Чужой соотечественник»

Приведенная ниже модель идентификации неэстонцев является противоположностью «эстонскому русскому». В данном случае неэстонцы рассматриваются в качестве «других», «чужих», которые не являются частью эстонского общества или государства. В текстах используются символы, связанные, с одной стороны, с имперской Россией, с другой – с ностальгией по советскому прошлому.

При конструировании данной модели идентификации, как правило, неэстонцы отождествляются с Россией, а также подчеркиваются общие черты между русскими, живущими в России и в Эстонии. Авторы утверждают, что настоящий дом неэстонцев – Россия; по отношению же к Эстонии неэстонцы выбрали отстраненно-пассивную стратегию:

Как пишут, у вышеназванного налогоплательщика-россиянина часто нет и эстонского гражданства. Его родина находится где-то в другом месте. (PM 06.03.99)

На словах они [отставные российские военные, оставшиеся в Эстонии] лояльны, хотели бы здесь жить, но в то же время понятно, что их сердце и думы обращены к России. (EPL 21.07.99).

Чтобы подчеркнуть различия и социо-культурную дистанцию, авторы указывают на т.н. менталитет большой нации, якобы свойственный представителям русскоязычного населения:

Для эстонцев никогда не вызвала проблем необходимость говорить на чужом языке. Но это всегда было сложно для больших и агрессивно настроенных т.н. господствующих народов. (PM 29.04.99)

Если бы они хотели связать себя с Эстонией демократически (не империалистически), то уже давным-давно владели бы эстонским языком. (PM 12.10.99)

Для подтверждения принадлежности к России используется наименование «соотечественники»:

Соотечественники восточного соседа, обитающие на чужбине... (SL 03.02.99)

Неэстонцы отождествляются с Россией и на политическом уровне. Вот пример различного отношения эстонского и русскоязычного населения к атакам НАТО против Сербии весной 1999 года:

«Сколько волка ни корми – он все в лес смотрит», – такими словами можно охарактеризовать поведение местных русских, которые в получившей независимость Эстонии вкусили немало благ от быстро европеизирующегося общества. В данный момент они выступают не на стороне важнейших для Эстонии зарубежных партнеров – США и европейских государств, а на стороне младшего брата России – Сербии. (EPL 03.04.99)

Чумаковы заявляют, что в России царит полный беспорядок, но ко дню траура по «Курску» они стали большими почитателями Путина, чем прежде. (EPL 26.08.00)

В данном случае лояльность неэстонцев по отношению к эстонскому государству отрицается.

Термин «согражданин» использован здесь в кавычках и с явной иронией:

Следовало бы подумать о том, как избежать военной подготовки этих враждебно настроенных «сограждан». (PM 15.04.99)

...воспитание лояльности у враждебного элемента и интеграция его в эстонскую среду ... (PM 19.04.99)

Если говорить о других государственных и политических символах, используемых при конструировании советско-российской идентичности, то в качестве примера можно привести бронзового солдата на Тынисмяги в Таллине как один из символов советского периода:

Перемещение бронзового солдата раздражает местных русских, для которых монумент является символом канувшего в Лету СССР и коммунистического государственного строя. (EPL 08.06.99)

Из прочих символов упоминается еще гимн Советского Союза:

Некоторые [неэстонцы], не знавшие гимна Эстонии, смогли вспомнить слова гимна СССР и ЭССР. (EPL 23.02.00)

В эстонской прессе неоднократно использовался День победы 9 мая как символ, позволяющий сконструировать рассматриваемую модель идентификации:

С восстановлением независимости Эстонии вражда начала утихать. Часть «освободителей» давно убыла на родину, остальные тихо замкнулись в пределах своей общины. Только в День победы остатки старой гвардии вспоминают у ног бронзового солдата старые добрые времена и предрекают возвращение справедливого строя. (EPL 26.08.00)

Обычно все, что связано с процессом интеграции, изображают в идиллических красках. Истинное же положение дел на интеграционном фронте можно будет увидеть завтра у монумента на Тынисмяги, куда соберутся т.н. освободители, которые, кстати, не владеют эстонским языком. (SL 08.05.00)

Как правило, в статьях подчеркивается то обстоятельство, что у русскоязычной части населения сформировалось свое культурное и информационное пространство, границей которому служит не только язык, но и образ мышления:

Московская суперзвезда Жанна Бичевская дала вчера в концертном зале «Эстония» пронизанное духом русской национальной идеи представление, которое заставило рыдать полный зал ее соотечественников. /.../ Глубоко патриотичные баллады и романтические песни белогвардейцев разгорячили публику. Национальное самосознание собравшихся в зале представителей местной русской интеллигенции на пару часов поднялось до давно забытых высот. Концерт, вызвавший бурю эмоций, закончился гимном царской России, написанным на слова поэта Василия Жуковского. (SL 23.04.99)

Если бы хотелось, то можно было бы, например, в библиотеке силламяэского ПТУ рядом с русскоязычными изданиями положить хотя бы одну газету или журнал на эстонском языке. Несущественно? Как раз наоборот, весьма показательно. Так же показательно, как портрет Владимира Ильича Ленина на стене молодежного клуба. Или заявление редактора «Силламяэского вестника»: ну да, Postimees, может быть, и солидное издание, но уж «Молодежь Эстонии» - бесспорно. (PM 29.05.99)

В данном случае по отношению к неэстонцам употребляются выражения «безъязыкие сограждане» (umbkeelsed kaaskodanikud), «безъязыкие поздние иммигранты» (umbkeelsed hilisimmigrandid), «профессиональные русские» [с указанием на Юрия Мишина].

Если модель местной идентификации неэстонцев авторы публикаций конструируют, основываясь на конкретных личностях, то в данном случае, как правило, используется обобщение. В результате неэстонец изображен как некто анонимный и абстрактный. Анализ показал, что подобная модель встречалась чаще всего в читательских письмах и ее удельный вес в СМИ с течением лет уменьшился.

«Будущий европеец»

На фоне двух описанных выше возможностей социальной идентификации неэстонцев интерес представляет третья, которая изображает национальное меньшинство ориентированным в первую очередь на Европу, а не на Эстонию или Россию. По сравнению с ранее рассмотренными конфигурациями идентичностей неэстонцев, данная является в известной степени маргинальной и встречается реже.

Предлагаемая модель также основана на различии между представителями двух этнических групп. Утверждается, что неэстонцы не связывают себя с Эстонией, а предпочли бы жить в Европе:

Кажется, что неверно интерпретировано решение 97% инородцев остаться жить в Эстонии. Предлагал ли этот опрос альтернативу – если бы вы могли уехать из Эстонии в богатые западные страны, то пожелали бы вы и тогда остаться в Эстонии? /.../ Когда откроются границы Европейского Союза, уедут многие. (PM 29.08.00)

С Европой авторы связывают и будущее русской молодежи:

...молодого русского квалифицированного специалиста на западе ожидают лучшие возможности продвижения по карьерной лестнице, чем в Эстонии. (EPL 28.12.99)

Молодые инородцы, у которых, с одной стороны, ослаблено чувство национальной идентичности, с другой - которые еще не обэстонились, могут легко предпочесть полной ассимиляции жизнь в качестве гражданина ЕС. (PM 26.07.00)

Интерес к английскому языку заменяет желание изучать эстонский язык:

Мы читали и слышали, что русскую молодежь не интересует эстонский язык, потому что они якобы чувствуют себя в большей степени европейцами и поэтому считают важным изучение английского языка. (EPL 28.04.00)

Учащиеся признают, что мотивация и желание учить английский язык больше, чем в случае с эстонским языком. (EPL 15.04.99)

Несмотря на то, что данная модель имеет надэтническую сущность, неэстонцы все же конструируются не принимающими активное участие в общественной жизни и не принадлежащими к социальной общности жителей Эстонии.

Заключение

Анализ медиа-текстов при помощи качественных методов выявил разнообразие репрезентаций в эстонской прессе. Существование различных моделей социальной идентификации в СМИ на эстонском языке указывает на исчезновение прежних, относительно жестких границ между двумя национально-языковыми общностями, а также на то, что взаимоотношения по оси «мы» – «они» приобретают новое значение. Присутствие различных конфигураций идентичности неэстонцев указывает на меняющуюся социо-культурную дистанцию между этническим большинством и меньшинством. Если при помощи модели местной идентификации подчеркивается схожесть эстонцев и неэстонцев, т.е. увеличивается степень близости между ними, то при использовании моделей, основанных на различиях, мысленная дистанция между двумя национальными сообществами растет.

Появление новых категорий идентификации неэстонцев указало на расширение понятия сообщества²: «местный эстонский русский» стал прототипом «интегрированного неэстонца», которому присваиваются черты, сходные с группой «мы». В качестве важного вопроса рассматривается формирование совместной гражданской идентичности, где сходство основывается не столько на этнически-культурных качествах, сколько на осознании общих интересов в социальной, политической и экономической сферах.

Расширяется и пространственная перспектива. Другими словами, при конструировании принадлежности неэстонцев, помимо России, альтернативой Эстонии выступает и Европа.

Поскольку на формирование идентичности определенное влияние оказывает социальная среда, результаты анализа представляют интерес с точки зрения изменения идентичности русскоязычного населения. Позитивным знаком здесь, несомненно, является признание и символическая поддержка местной идентичности неэстонцев в СМИ.

Литература

Anderson, B. (1983, 1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso: London

Berry, J- W., Poortinga, Y- H., Segall, M- H., Dasen, P- R. (1992). *Cross-Cultural Psychology. Research and Applications*. Cambridge University Press

² В данном случае под понятием «сообщество» имеются в виду все жители Эстонии как единая социальная общность.

Brubaker, R. (1996). *Nationalism Reframed. Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge University Press

Cottle, S. (2000). *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press

van Dijk, T- A., Ting - Toomey, S., Smitherman, G., Troutman, D. (1997). Discourse, Ethnicity, Culture and Rascism. *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Vol. 2./* ed. T- A. van Dijk. Sage Publications: London, Thousands Oaks, New Delhi, 144-180

Fairclough, N. (1995). *Media and Discourse*. St. Martin's Press Inc.: New York

Laitin, D. (1998). *Identity in Formation. The Russian-Speaking Populations in the Near Abroad*. Ithaca and London: Cornell University Press

Linz, J. L. and Stepan, A. (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation: Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe*. Baltimore and London: Johns Hopkins University Press

Raudsepp, M. (1998). Rahvusküsimus ajakirjanduse peeglis. *Vene küsimus ja Eesti valikud./* toim. M. Heidmets Tallinn: TPÜ Kirjastus, pp. 113-138

Taylor, C. (1995). The Politics of Recognition. *Multiculturalism./*toim. A. Gutman. Princeton University Press, 25-73

Проблема русской школы и русскоязычного образования в эстонской и русскоязычной прессе

Кюллики Кортс

Реформа русскоязычного образования – одна из главных задач интеграционного процесса. С одной стороны, именно молодое поколение объявлено приоритетом государственной интеграционной стратегии (см. государственную программу «Интеграция эстонского общества 2000–2007»). С другой стороны, именно система образования является основным социальным институтом, который должен снабдить русскоязычную молодежь базой, необходимой для дальнейшей успешной деятельности в эстонском обществе. Кроме того, именно соответствующая система образования должна обеспечить хорошее знание родного языка и культуры, когда индивид находится в «чужом» обществе.

Сегодня мы имеем достаточно интересную картину в связи с функционированием в Эстонии школы с русским языком преподавания. В советский период системы образования на русском и эстонском языке существовали отдельно друг от друга. Даже количество лет учебы, необходимое для получения среднего образования, было разным. В школах с русским языком обучения отсутствовала традиция преподавания эстонского языка, культуры и истории Эстонии. А это означает, что в изменившейся социальной и языково-политической ситуации существовавшая ранее модель русскоязычной школы оказалась не в состоянии дать образование, которое выполняло бы описанную выше функцию – обеспечить выпускникам школ такую подготовку, которая давала бы им равные возможности с их ровесниками-эстонцами. Поэтому преобразования в учебной программе и в системе преподавания в русских школах были неизбежны.

Первый принятый на государственном уровне законодательный вариант реформы русских школ¹ означал для них очень радикальные перемены, если учесть их стартовую позицию. Под давлением критики срок перехода на эстонский язык обучения был перенесен, и для средних школ был принят более гибкий вариант.² В настоящее время идет процесс масштабного изменения учебных программ и методик преподавания в русских школах с целью достичь унификации систем образования на русском и эстонском языке.

Интерес к проблеме русской школы со стороны эстонских и русскоязычных СМИ

Масштабность преобразований, затрагивающих систему русскоязычного образования, а также важность этого процесса с точки зрения развития общества стали причиной значительного интереса общественности к реформам в течение всего периода их проведения. По результатам медиа-мониторинга за три года (1999–2001 гг.), весь круг проблем, затронутых в эстонской и русскоязычной прессе, можно обобщить с помощью трех тесно связанных между собой вопросов: ситуация с общим и высшим образованием на русском языке; неспособность русской школы обеспечить

¹ В Законе об основной школе и гимназии 1993 г. было предусмотрено введение интенсивного преподавания эстонского языка в русскоязычной основной школе, которое позволило бы в 2000 г. перевести всю среднюю школу с русского на эстонский язык обучения.

² К 2007 г. предполагалось достичь соотношения предметов, преподаваемых в средней школе на эстонском и русском языке, в пропорции 60% и 40%. Последние изменения, принятые в марте 2002 г., позволяют и после 2007 г. использовать в гимназиях русский язык, если получено разрешение органов местного самоуправления.

русскоязычную молодежь образованием, которое гарантировало бы им максимальную востребованность на рынке труда, и вытекающие из этого последствия; вопросы, касающиеся непосредственно реформы русской школы 2007 г., такие как права национальных меньшинств получать образование на родном языке.

Сравнивая между собой два информационных пространства, можно отметить, что обсуждаемые в них проблемы довольно схожи. Различия между двумя прессами заключаются в важности, придаваемой той или иной теме. С 1999 по 2001 гг. в печати на обоих языках можно выделить т.н. постоянно актуальные темы. В то же время, значимость многих вопросов была осознана лишь в последний год.

Русскоязычное образование на данный момент

С середины 1990-х гг. внимание обеих пресс сосредоточилось на уровне преподавания эстонского языка в русских школах, поскольку владение государственным языком начали рассматривать в качестве одного из основных факторов конкурентоспособности. Как эстонская, так и русскоязычная пресса приводят одни и те же причины некачественного преподавания эстонского языка: низкий уровень знания языка учителями, отсутствие квалифицированных кадров, нежелание молодых специалистов работать в русскоязычных школах (особенно в школах Ида-Вирумаа, где проблемы с преподаванием языка наиболее серьезны). В 2001 г. на страницах русскоязычных газет появилась критика в отношении методики преподавания эстонского языка, а также доступности и качества учебников и учебных материалов. В эстонской прессе данная проблема, как правило, освещается в более широком контексте: в тех регионах, где вне школы общение происходит только на русском языке, овладению эстонским языком на необходимом уровне препятствует недостаточная языковая практика.

Заметное место в печати на обоих языках занимает критика учебных материалов, предназначенных для преподавания эстонского языка в русских школ. В числе проблем упоминается нехватка учебников эстонского языка, а также плохое качество их переводов. Кроме того, в случае предметов, нуждающихся в более деликатном подходе, например, истории, критикуется использование буквального перевода. Авторы статей выражают недовольство в связи с отсутствием учебных материалов по важным с точки зрения успешности интеграции предметам (например, граждановедение, эстонская литература на русском языке). По мнению прессы, возникновению проблем способствует нехватка соответствующих кадров и устаревшая методика преподавания.

В результате изменения учебной программы и увеличения количества часов эстонского языка уменьшился объем преподавания таких предметов, как русский язык и литература, а также реальных наук. Поэтому, в русскоязычной прессе в 2001 г. остро встала новая тема: отрицательные последствия реформы для традиционного русскоязычного образования. Однако, в статьях, рассматривающих данную проблему, отсутствует критическая дискуссия о том, насколько соответствует традиционная учебная программа требованиям нынешней Эстонии.

Как уже упоминалось выше, эстонская и русскоязычная пресса придерживались схожих точек зрения, говоря о проблемах русскоязычного образования. Однако анализ публикаций показал, что по мнению эстонских журналистов основным вопросом является изучение языка неэстонцами. Поэтому, зачастую пресса на эстонском языке ограничивается упоминанием проблем, связанных с уровнем преподавания государственного языка. Русскоязычные газеты подходят к освещению школьной темы более комплексно.

Как правило, на страницах эстонской прессы в качестве источника проблем выступает сама русская школа (например, недостаточное знание государственного языка учителями, низкая квалификация учителей). В русскоязычной же акцент ставится на внешние факторы (например, качество учебных материалов по эстонскому языку, нехватка учителей эстонского языка, непродуманность государственных учебных программ).

Конкурентоспособность выпускников русских школ

Повышенное внимание как эстонской, так и русскоязычной прессы к происходящему в русской школе объясняется проблемой, сформулированной в статьях прямо или косвенно: русская школа не в состоянии дать образование, которое гарантировало бы в условиях сегодняшней Эстонии конкурентоспособность ее выпускников, желающих продолжить образование или занять выгодную позицию на рынке труда. Параллельно увеличивается число статей, в которых освещаются более общие социальные процессы, связанные с русской школой. Например, у русских семей формируется привычка отдавать детей в эстонские детские сады и школы. Также из-за уменьшения числа учеников приходится закрывать все больше русских школ.

В связи с обучением русскоязычных детей в эстонских школах оба общественных форума говорят об одних и тех же проблемах. В центре внимания оказываются связанные с переменой языка трудности в учебе и сопутствующее им чувство неполноценности. Согласно прессе, обучение на неродном языке может стать причиной недостаточного осознания как своей, так и эстонской культуры и, как результат, возникновения кризиса идентичности. Эстонская пресса также выражает опасение, что присутствие русских детей в эстонских школах повлияет на уровень образования эстонских детей. Особенно остро проблема будет ощущаться в условиях, когда у учителей отсутствует специальная подготовка для помощи иноязычным детям. Часто указывается и на недовольство эстонских родителей ростом числа русских детей в детских садах и школьных классах.

С другой стороны, отток русскоязычных детей в эстонские школы непосредственно влияет и на деятельность русских школ. Вышеупомянутый процесс, отчасти и демографическая ситуация, вынуждает местные самоуправления закрывать школы, в которых учится слишком мало детей. Проблема, которая для эстонской общественности уже давно успела стать т.н. признанной неизбежностью, русскоязычной общиной была осознана впервые лишь в 2001 г. Наиболее широкий отклик на страницах русскоязычной прессы получил проект закрытия русскоязычной гимназии в Ряпина. В то время как для русскоязычной прессы была свойственна эмоциональная реакция, эстонская печать пыталась проанализировать ситуацию.

В данном случае можно проследить, насколько рассматриваемый вопрос непосредственно затрагивает авторов, пишущих на разных языках. Эстонская пресса говорит о проблеме русскоязычного образования на абстрактном уровне, зачастую, например, в аспекте педагогики. Установки же русскоязычной прессы более эмоциональны и фокусируются на вопросах идентичности. В то же время, рост эмоциональности можно отметить и в эстонской прессе, когда предметом обсуждения становится влияние процесса на эстонских детей.

Страшилка-2007

Отдельного внимания заслуживает реформа русской школы, которая начиная с принятия в 1993 году первого закона об основной школе и гимназии регулярно

обсуждается в прессе на обоих языках (см. Jakobson и др. 1998). К настоящему моменту можно отметить изменение установок прессы в связи с данным вопросом. После принятия закона в дискуссии преобладали аргументы, горячо поддерживающие будущую реформу. В последние же годы преобладают точки зрения, не одобряющие переход русскоязычной гимназии на эстонский язык преподавания.

На сегодняшний день контраргументы, которыми оперировала русскоязычная пресса в течение последних восьми лет, остались прежними. Следует отметить, что противостояние выражается на двух уровнях: практическом и принципиальном. В первом случае критика направлена прежде всего против статьи закона, которая требует прекращения преподавания на русском языке в средних школах к 2007 г. Зачастую авторы публикаций указывают на то, что русскоязычные школы не готовы к переходу на эстонский язык из-за отсутствия учителей с необходимой квалификацией. Также, учителя эстонских школ не имеют опыта работы в смешанных классах. В результате, может пострадать качество преподавания как в русских, так и в эстонских школах.³

Что касается критики на принципиальном уровне, то эстонская и русскоязычная пресса используют схожие аргументы против утвержденной законом модели русской школы. Говорится, что преподавание 60% предметов на эстонском и 40% на русском языке не гарантирует знания русскими детьми родного языка. Напротив, подобная модель не только ослабляет чувство идентичности, но и не является эффективной. На страницах обеих пресс оцениваются последствия государственной политики образования. По мнению журналистов в связи со школьным вопросом усилилось недоверие русскоязычного населения к государству.

Зачастую на страницах русскоязычной прессы можно встретить аргументы политического характера. Другими словами, политика образования рассценивается как дискриминационная. В свою очередь в эстонской прессе практически отсутствует поддержка действующему закону. Подобное явление можно объяснить скорее исчезновением политической подоплеки этой проблемы, чем переломом в общественном мнении.⁴ Тема русской школы в эстонской прессе относится теперь скорее к области педагогики, которую характеризует преобладание критических точек зрения. В то же время в русскоязычной прессе этот вопрос не утратил своего политического значения.

Позиция СМИ и установки населения в связи с реформой русской школы⁵

³ Последнее изменение закона, принятое в марте 2002 г., можно истолковать как шаг навстречу практической критике, направленной против слишком поспешного реформирования русской школы (см. примечание 2).

⁴ Принятые Рийгикогу в марте поправки к закону снова оживили дискуссию на политическом уровне, в прессе увеличилось количество выступлений сторонников более жесткой политики.

⁵ В анализ включены следующие утверждения:

401 – у русскоязычной молодежи меньше возможностей для дальнейшего обучения и получения образования

402 – возможности русскоязычной молодежи получить образование и приобретать дополнительные навыки не ограничены

403 – уровень преподавания эстонского языка в русских школах улучшается

404 – уровень преподавания эстонского языка в русских школах не улучшается

411 – переход на новую программу обучения, новые учебники считается удачным

412 – переход на новую программу обучения, новые учебники не считается удачным

421 – государство должен и в дальнейшем обеспечить русскоязычным детям возможность получать среднее образование на родном языке

422 – среднее образование должно быть на эстонском языке

Результаты, к которым мы пришли выше, подтверждает и количественный анализ утверждений, затрагивающих тематику образования. Как показывает рисунок 1, и в эстонской, и в русскоязычной прессе преобладают схожие установки. Различия между двумя общественными форумами проявляются в связи с тем, насколько часто поднимается та или иная проблема. Однако, в 1999 г. исключением был вопрос, касающийся уровня преподавания эстонского языка в русской школе. Если эстонские журналисты оценивали качество преподавания государственного языка преимущественно негативно, то русскоязычные придерживались противоположной точки зрения. Анализ медиа-текстов за период с 1999 по 2001 гг. показал, что происходит сближение установок обеих пресс в связи с вопросом русскоязычного образования.

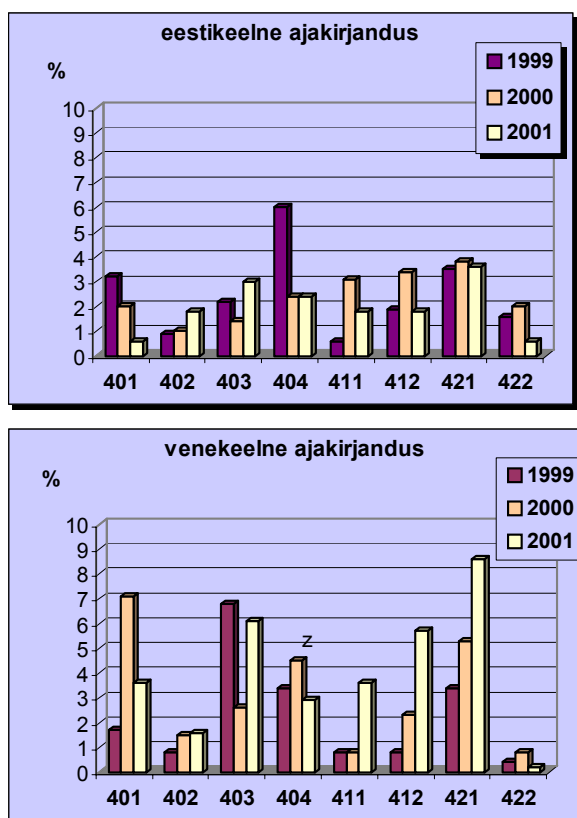


Рисунок 1. Частота утверждений, затрагивающих вопрос образования, в эстонской и русскоязычной прессе в 1999-2000 гг. (%).

Статистическая обработка утверждений в свою очередь подтверждает выводы, к которым мы пришли в результате качественного анализа. Например, в эстонской прессе проблематика русской школы рассматривается скорее в негативном контексте, в то время, как в русскоязычной все чаще можно встретить позитивные мнения. На страницах обеих пресс распространены в основном отрицательные установки в связи со школьной реформой 2007 г. При этом, в эстонской прессе негативных оценок меньше, чем в русскоязычной. Следует отметить, что журналисты-эстонцы постепенно теряют интерес к вопросу русскоязычной школы. Что же касается, журналистов из числа неэстонцев, то они стали обращать больше внимания на эту проблему.

Если эстонская и русскоязычная прессы имеют довольно одинаковые точки зрения по поводу реформы русской школы, то опросы общественного мнения помогли

выявить разницу в позициях двух национальных общин. Мониторинг общественного мнения⁶ показал, что переход русских гимназий на эстонский язык обучения поддерживает более половины эстонского населения (см. рисунок 2). 20% эстонцев являются сторонниками еще более строгого варианта реформы, чем установлено в законе. Согласно их точке зрения, русская школа должна полностью перейти на эстонскую программу обучения. Большинство респондентов-эстонцев (около 60%) считает эффективной смешанную модель, когда преподавание идет как на русском, так и на эстонском языках. 30% эстонцев предпочли бы вариант, близкий к представленному в законе, при котором после основной школы с углубленным изучением эстонского языка следует средняя школа с углубленным изучением русского языка. Небольшая часть респондентов поддерживает еще более гибкую модель. За сохранение русскоязычного среднего образования выступает лишь 10% эстонцев.

Среди русскоязычного населения сторонников полного перехода на эстонский язык обучения лишь 3%. С точки зрения 14% неэстонцев официально предложенная модель имеет перспективу. Больше всего русскоязычных респондентов (40%) поддерживает гибкую модель, в которой эстонскому и русскому языку отводится примерно одинаковое положение. Примерно треть считает, что образование должно быть русскоязычным.

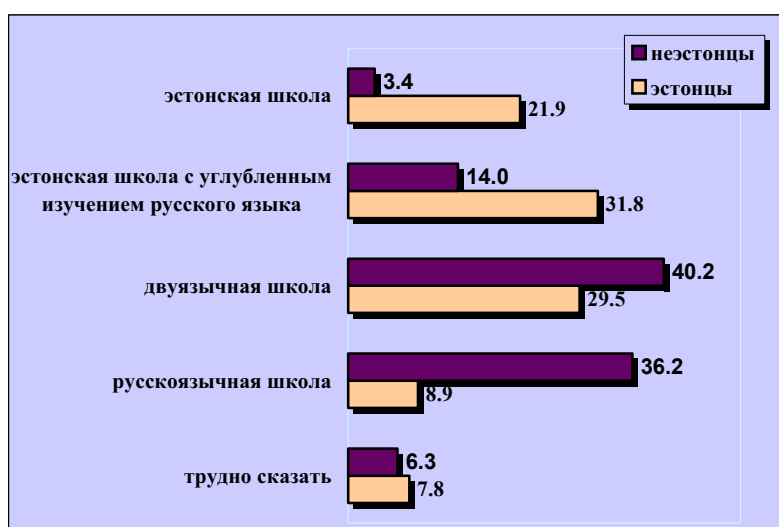


Рисунок 2. Поддержка различных моделей русскоязычной школы среди эстонского и русскоязычного населения.

В то же время более половины русскоязычных респондентов желает, чтобы эстонский язык занял равное положение с русским или стал основным языком. Таким образом, можно прийти к следующим выводам. Как жители Эстонии, так и пресса сходятся во мнении, что наиболее эффективной является двуязычная модель школьного образования. Причем, количество предметов на эстонском языке следует увеличить, но не в таком объеме, который запланирован. В то же время, на страницах прессы не находят отражения крайние точки зрения, которые однако представлены среди эстонцев и неэстонцев.

⁶ В следующей части использованы данные опроса «Мониторинга национальных отношений в Эстонии», проведенного весной 2000 г. Институтом международных и социальных исследований и фирмой Saar Poll.

В случае с эстонцами наличие такой бескомпромиссной группы наиболее ярко демонстрирует включенный в исследование национальных отношений вопрос: кто из жителей Эстонии имеет право на основное образование на родном языке (см. рисунок 3). Более половины эстонцев согласны с тем, что все жители Эстонии должны иметь возможность получать образование на родном языке; три четверти эстонцев считают, что этим правом должны обладать все постоянные жители Эстонии. Однако, пятая часть респондентов считает, что получать образование на родном языке могут только эстонцы и граждане Эстонии; 8% поддерживают основное образование на родном языке только для эстонцев.

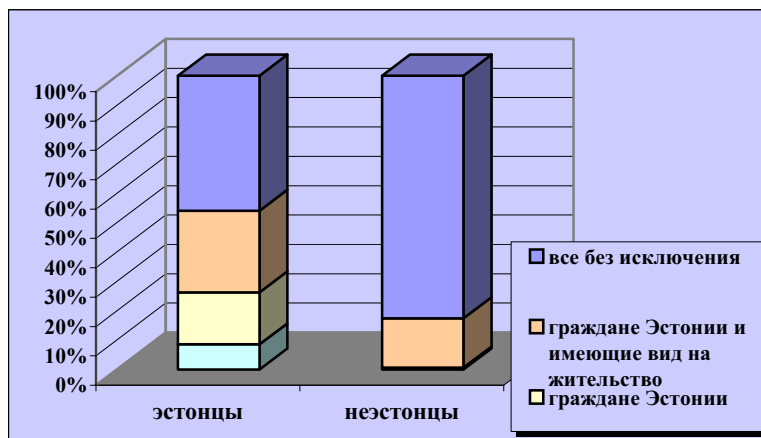


Рисунок 3. Кто имеет право на получение основного образования на родном языке по мнению эстонского и русскоязычного населения.

Опрос населения позволил исследовать установки различных социальных групп русскоязычного населения. Наиболее явно различия проявились между группами с различным правовым статусом. Как видно на рисунке 4, граждане Эстонии намного выше оценивают увеличение роли эстонского языка в русскоязычных гимназиях.

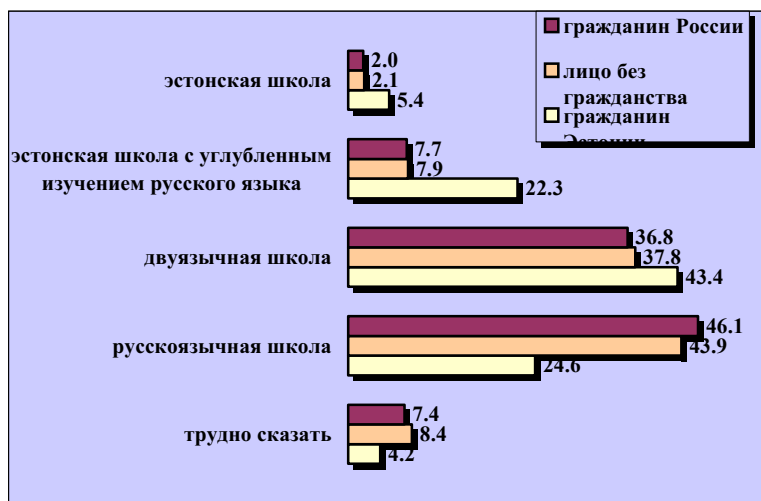


Рисунок 4. Поддержка разных моделей русскоязычной школы среди граждан Эстонии, граждан России и лиц без гражданства (все неэстонцы).

Мнения неэстонцев по поводу проблем образования более всего различаются по признаку обладания гражданством Эстонии. Таким образом, в контексте проводимой

сегодня политики гражданства, наличие последнего в определенной степени можно считать индикатором наибольшей приспособленности к обществу Эстонии.

Опрос русскоязычного населения выявил довольно интересное и противоречивое обстоятельство. Согласно данным исследования, русскоязычные жители предпочитают модель двуязычной или русскоязычной школы. Несмотря на это, в качестве результата интеграции они представляют ситуацию, когда молодежь из числа неэстонцев идет учиться в эстонские школы. Если говорить об успешности интеграции, то важным или очень важным считают подобный шаг 69% русскоязычных респондентов. Вышеупомянутая стратегия могла сформироваться как результат критики, касающейся нынешней русской школы и ее реформы. Если принять во внимание возможности, предлагаемые системой образования Эстонии на данный момент, то подобный выбор неэстонцев может быть обусловлен рациональными соображениями.

Ситуация, при которой русскоязычная молодежь будет обеспечена необходимым уровнем образования, рассматривается скорее как невозможная. Чуть больше пятой части респондентов характеризует развитие в данной области как успешное или скорее успешное, треть же – как крайне неудачное. В определенной степени иллюстрирует вынесенная тенденция ход интеграционного процесса. Как правило, сама идея интеграции и связанные с ней изменения рассматриваются как правильные и нужные, а то, что происходит в реальности, получает низкую оценку (Кортс & Кыутс 2000).

В то же время вероятность того, что возможности получения образования русскоязычной молодежью улучшатся, зависит от социальной среды. Считается, что в наиболее выгодном положении находятся молодые неэстонцы из регионов, где доминирующим является эстонский язык, т.е. из сел и городов за пределами Ида-Вирумаа и Таллинна (см. рисунок 5). Критичнее всего к данному вопросу относятся ида-вирумаасцы, которые, как правило, ограничены в выборе дальнейшего образования. Практически половина опрошенных жителей региона придерживается мнения, что возможности неэстонцев получить образование остаются прежними, т.е. изменений в лучшую сторону не наблюдается.

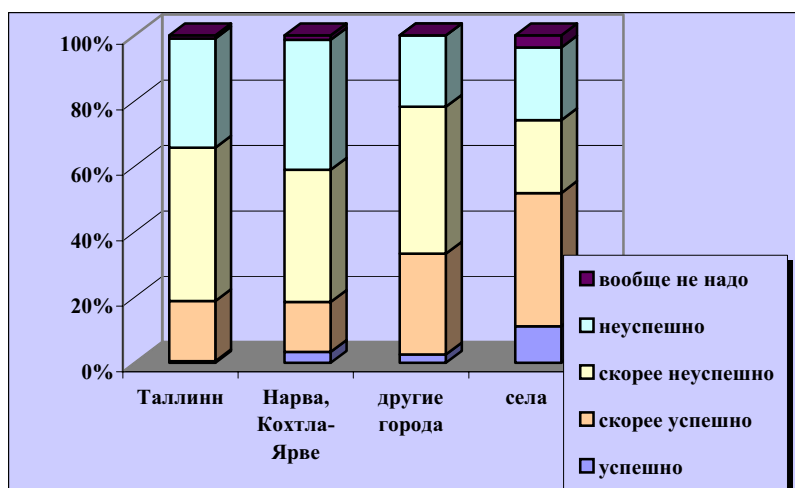


Рисунок 5. Точка зрения неэстонцев по поводу проблемы улучшения возможностей, связанных с получением образования, в зависимости от места жительства.

Заключение

Вопрос, каким образом на страницах прессы представлена проблематика русскоязычной школы, можно рассматривать с разных точек зрения. В результате сравнения позиций эстонской и русскоязычной прессы можно сделать вывод, что печать на эстонском языке постепенно теряет интерес к вопросу русской школы. Можно отметить, что в прессе на эстонском языке тематику русскоязычного образования поднимают группы, которых эта проблема затрагивает непосредственно. В статьях доминируют педагогические и социальные аспекты, связанные с положением русской школы на данный момент и ее реформой в будущем. Следует подчеркнуть, что для эстонских журналистов тема практически утратила политическое значение. В то же время на страницах русскоязычной прессы вопрос русской школы остается актуальным и в политическом контексте.

Два информационных пространства совершенно по-разному представляют источник проблем, связанных с образованием на русском языке. Если в эстонской прессе в качестве такового зачастую выступает русскоязычная школа (особенно в вопросе изучения языка), то русскоязычная указывает на внешние причины. Однако, эстонские газеты также начали освещать проблему в более широком контексте. Наряду с проблемой преподавания государственного языка, пресса все чаще акцентирует внимание на вопросах качества образования, предлагаемого русскоязычной школой. На основании анализа медиа-текстов, опубликованных с 1999 по 2001 гг., можно отметить сближение установок двух общественных форумов.

За три года наблюдалось изменение точек зрения прессы в связи с некоторыми темами и процессами. Кроме того, пресса отражает и появление новых аспектов в развитии общества. В связи с русской школой хорошим примером является спонтанная реакция общественности на реформу, а также на недостаточную оперативность изменений в системе образования, что привело к росту числа детей-неэстонцев в эстонских школах. Последнее обстоятельство, в свою очередь, становится причиной нового непреднамеренного процесса – неизбежного закрытия многих русских школ.

Противоречивые результаты, полученные в рамках мониторинга общественного мнения, указывают на различие между основными установками и практикуемыми моделями поведения населения. Значительная часть неэстонцев считает, что необходимо либо сохранить русскоязычную школу, либо перейти на двуязычную модель образования. Однако, по их мнению, в результате процесса интеграции молодежь из числа неэстонцев пойдет учиться в эстонские школы.

Сравнение представленных на страницах прессы мнений и принятых политических решений позволило прийти к выводу, что эстонская пресса довольно кардинально изменила свою позицию в отношении проблем русской школы. К настоящему моменту в эстонских газетах заметно более критическое отношение к государственной политике образования национальных меньшинств, чем в начале 1990-ых. Необходимо учитывать, что в период с 1999 по 2001 гг. реформа русской школы не рассматривалась в качестве политического вопроса, который мог бы повлиять на преобразование имеющейся ситуации. Если сопоставить между собой печать и общественное мнение, то следует отметить, что в отличие от прессы установки населения изменились незначительно (см. Kruusvall 1998). Сейчас на страницах прессы просто не представлены голоса радикально настроенных групп.

Литература

Jakobson, Valeria, Korts, Külliki ja Grinko, Olesja (1998). "Vene kooli reformi käsitlemine Riigikogus ning eesti- ja venekeelses ajakirjanduses", *Mitmekultuuriline Eesti: väljakutse haridusele*, VERA II, Tartu: Tartu Ülikool, 187-206

Кортс, К. и Кыутс, Р. (2000). «Пресса как общественный форум в процессе интеграции» *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*. Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.) Таллинн, 49-54

Kruusvall, J. (1998). Usaldus ja usaldamatus rahvussuhetes. *Vene küsimus ja Eesti valikud*. Mati Heidmets (toim). Tallinn, TPÜ Kirjastus, 29-75

Государственная программа «Интеграция эстонского общества 2000–2007»

Социальная реклама как инструмент интеграции

Ольга Пересильд

Проведенное в России исследование, целью которого было выявить отношение аудитории к социальной рекламе, показало, что лишь единицы относились к данному способу коммуникации скептически и считали, что социальная реклама не может ничего исправить в их жизни. Большинство респондентов сошлись во мнении, что социальная реклама необходима и что ее могло бы быть больше. Условием ставили эстетичность и действенность подобной системы общения¹.

Задача социальной рекламы – предоставить индивиду возможность отказаться от шаблонного мышления и взглянуть на имеющуюся проблему или ситуацию независимо от действующих социальных стереотипов. Таким образом, социальную рекламу можно рассматривать как способ, при помощи которого человеку предлагают альтернативные видения ситуации или проблемы. В дальнейшем индивид сам корректирует свое поведение соответственно полученным представлениям и/или знаниям. Предполагается, что чем больше реципиент вовлечен в процесс самостоятельного анализа проблемы, тем выше вероятность эффективности рекламной кампании.

За последнее время социальные кампании стали в Эстонии достаточно распространенным явлением. Как правило, очередная рекламная кампания вызывает негативную реакцию общественности. Во-первых, по мнению аудитории, дорогостоящие кампании не оправдывают себя, поскольку не приносят очевидной пользы. Во-вторых, для привлечения внимания рекламисты используют своеобразные решения, которые зачастую вызывают у зрителей неприязнь и подавленность. Однако, по отношению к социальной рекламе, все чаще применяется выражение «совесть общества». По мнению аудитории, социальная

¹ см “О социальной рекламе” <http://www.fsr.ru/socially/>

реклама – это коммуникативный канал, посредством которого внимание общества привлекается к существующим проблемам.

В предлагаемой статье не затронут вопрос эффективности-неэффективности конкретной социальной рекламной кампании как системы коммуникации. С исследовательской точки зрения интерес представляет реакция общественности на данные кампании. После восстановления независимости эстонское общество пережило период социальных трансформаций, причиной которых послужил быстрый переход к демократической системе. Учитывая всевозможные дискуссии на тему интеграции, можно с полной уверенностью утверждать, что данная тематика стала одним из самых щекотливых вопросов с исторической точки зрения. И, наконец, уже с середины 90-ых годов наблюдалось улучшение отношений между представителями разных этнических сообществ (Петтай 2000). Вероятно, и сейчас мы приближаемся к очередной фазе развития межнациональных отношений². Поскольку процесс коммуникации протекал в необычных условиях³, в данный момент имеет смысл проанализировать роль социальных кампаний как инструмента интеграции.

Итак, в основу статьи лег вопрос, к каким результатам может привести использование социальной рекламы, если речь идет об интеграции. При анализе я ограничилась следующими задачами: 1) проследить, является ли социальная реклама тем самым «правильным» средством коммуникации, с помощью которого можно наиболее эффективно привлекать внимание общественности к проблемам интеграции (социальная реклама как коммуникативный канал); 2) выявить, способна ли социальная реклама на тему интеграции вызвать рефлекссию у целевой аудитории (социальная реклама как инструмент интеграции).

² Анализ комментариев, появившихся в связи с рекламной кампанией *“Развяжи!”* показал, что модель взаимоотношений между различными национальными группами все больше напоминает фазу активной терпимости (Петтай 2000). В известной степени можно говорить о формировании чувства «мы». Результаты интеграционного мониторинга СМИ за 2001-ый год свидетельствуют о том, что «из двух коммуникативных пространств постепенно образуется один общественный форум».

³ В данном случае имеется в виду то, что с момента суверенитета эстонское общество переживает период интенсивной социальной трансформации. Причем изменения определяются совершенно различными временными и тематическими рамками.

Объектом анализа стали проводимые с 2000-го года интеграционные рекламные кампании: *ИнтерЭст*, «Много хороших людей», «Дружба начинается с улыбки», «Развяжи!». В качестве анализируемого материала использованы данные исследований, осуществленных до кампаний и после них, а также появившиеся в СМИ отзывы по поводу конкретной социальной рекламы⁴.

“Эстонский за полцены”, или А может быть действительно имеет смысл учить эстонский?

С января по март 2000-го года проходила первая рекламная кампания «*ИнтерЭст*: эстонский язык за полцены», целью которой было сформировать у неэстонцев установку о необходимости изучения эстонского языка, а также предоставить информацию о льготных языковых курсах. Проведенное после окончания кампании исследование показало, что рекламу заметило 79% населения. Рекламная кампания *ИнтерЭст* привлекла внимание общественности к проблеме языка. Однако спорным остается вопрос, послужила ли вызванная социальной рекламой дискуссия поводом для интернализации новой нормы, согласно которой эстонский язык рассматривался бы неэстонцами не только как средство социальной коммуникации, но и как определенная ценность.

Нельзя однозначно утверждать, что к моменту начала кампании *ИнтерЭст* неэстонцы ощущали на себе сильное давление из-за незнания государственного языка. Как правило, и в формальной (например, на работе), и в неформальной (например, в общении со знакомыми-эстонцами) обстановке неэстонцы прекрасно обходились русским языком (см. *Eesti rahvussuhete seireuuring /Мониторинг межнациональных отношений/*, 2000). То, что практически полностью отсутствовал механизм контроля⁵ за уровнем владения эстонским языком,

⁴ Проведенный весной 2000 года фирмой Saag Poll *Мониторинг межнациональных отношений /Eesti rahvussuhete seireuuring/*; база данных интеграционного медиа-мониторинга за 1999-2001; проведенные после рекламных кампаний исследования реакции целевой аудитории (количественные и качественные); опубликованные в прессе материалы по поводу рекламных кампаний.

⁵ 79% неэстонцев не оказывались в ситуации, где уровень знания эстонского языка проверялся бы со стороны работодателя. 82% неэстонцев не сталкивались с контролем со стороны инспектора (см. Saag Poll: *Eesti rahvussuhete seireuurin*, март, 2000).

послужило причиной формирования заблуждения: неэстонцы оценивали свое знание государственного языка как вполне удовлетворительное. Следовательно они и не намеревались что-либо существенно менять в устоявшейся системе. Проблема языка оставалась для многих неэстонцев второстепенной. Неэстонцы были достаточно информированы и о грядущих изменениях в Законе о языке⁶, и о предоставляемых возможностях изучения эстонского языка. Однако это практически не отразилось на их отношении к государственному языку. 69% неэстонцев не ощущало необходимости ни в изучении эстонского языка, ни в повышении имеющегося уровня знаний. 64% неэстонцев увязывало недостаточное владение государственным языком прежде всего с материальными трудностями (например, среднестатистическому неэстонцу не хватает денег для изучения эстонского языка, или языковые курсы должны быть бесплатными).

Несмотря на то, что кампания *ИнтерЭст* не вызвала бурной дискуссии среди общественности, на страницах прессы все же появляются материалы, затрагивающие языковую проблему (см. *Integratsiooni meediamonitoring /Интеграционный медиа-мониторинг/, 1999, 2000, 2001*). Как в эстонской, так и в русскоязычной печати распространенным стало мнение, что неэстонцы не владеют эстонским языком в достаточной степени, но у них есть желание его учить и государство предоставляет для этого достаточно возможностей. В то же время внимание прессы на русском языке было приковано к дискриминирующему характеру языковой политики государства и к отсутствию у неэстонцев мотивации к изучению языка.

На основе результатов опросов и исследований можно сделать вывод, что под влиянием рекламной кампании *ИнтерЭст* и прессы языковой вопрос перешел в число актуальных тем. Кроме того, то обстоятельство, что неэстонцы не владели государственным языком, обе этнические группы начали рассматривать как требующую решения проблему. За период проведения кампании с точки зрения неэстонца как отдельного индивида возросло прикладное значение эстонского

⁶ Согласно внесенной в Закон о языке поправке, работающие в сфере обслуживания неэстонцы должны будут в течение трех лет сдать экзамен на знание эстонского языка. Поправка касается неэстонцев, которые получили высшее образование на русском языке.

языка. Так распространенная ранее пассивная установка по отношению к эстонскому языку начала сменяться попыткой найти мотивацию, благодаря которой у неэстонцев появился бы стимул учить государственный язык. Например, все чаще встречалось мнение, что знание эстонского языка упростит поиск работы и расширит возможности самореализации в эстонском обществе. С другой стороны, стимулом стало денежное поощрение, что в итоге и оказалось самым действенным способом мотивации в условиях имеющегося социального контекста. Согласно данным проведенного после рекламной кампании исследования, в первую очередь неэстонцы оценивали возможность получить назад часть потраченной на языковые курсы суммы, и лишь потом возможность выучить язык на льготных условиях (см. *Keeleõppe programmi InterEst reklaamikampaania järeluuring /Исследование, проведенное после рекламной кампании ИнтерЭст/, 2001).*

Хотя денежная мотивация и увеличила количество желающих поступить на курсы государственного языка, все же нельзя оставить без внимания и ряд нежелательных последствий выбранной стратегии коммуникации. Рекламисты подчеркивали значимость прикладной функции эстонского языка для неэстонцев. За время кампании у аудитории сформировался образ, согласно которому владение государственным языком расценивается как способ получения определенной личной выгоды. Торг «ты учишь эстонский язык, мы возвращаем тебе деньги» мог способствовать закреплению установки, почему достаточно долго эстонский язык являлся для неэстонцев прежде всего средством социальной коммуникации, а не культурной ценностью.

“Много хороших людей”, или Первый блин не всегда комом?

Рекламная кампания “Много хороших людей”⁷ стала феноменом на эстонском рынке социальной рекламы. Кампания не только привлекла к себе внимание

⁷ Рекламная кампания “Много хороших людей” проходила с января по апрель 2000-го года. В качестве цели кампании планировалось привлечение внимания общественности к процессу интеграции, а также конструирование активной установки по отношению к данному процессу как общественному явлению.

общественности, но и практически не оставила равнодушных среди аудитории, вывав целый спектр эмоций. Согласно результатам исследования, проведенного после кампании, рекламу заметило 69% населения (см. *“Palju toredaid inimesi” järeluuringu aruanne /Отчет о проведенном после рекламной кампании «Много хороших людей» исследовании/*, 2000).

По сравнению с русскоязычной аудиторией, готовность эстонской принять предлагаемое в рекламе “Много хороших людей” сообщение была больше (*ibid*; Taul 2001; Velling 2001). Поэтому, по сравнению с неэстонцами, эстонцы отнеслись к кампании положительней. Во-первых, содержание рекламного сообщения практически полностью соответствовало как их представлению об окружающей действительности, так и их интересам, ожиданиям. Во-вторых, у эстонской аудитории не вызвало раздражения, что в качестве способа коммуникации использовалась социальная реклама.

Восприятие новой системы ценностей, новых норм, установок и символов, характерных для постмодернистского общества, протекало по-разному среди эстонцев и неэстонцев. По сравнению с представителями русскоязычного общества, мировоззрение эстонцев складывалось под влиянием совершенно иных мотивов и особенностей потребления СМИ (Vihalemm 1999). Немаловажно, что процесс адаптации к новым условиям постмодернистского общества, которое предполагает индивидуалистские и гедонистские ценности, потребовал от эстонцев меньших затрат энергии, чем от русскоязычных. К тому же, в начале 1990-х эстонское государство вело себя как государство эстонцев и для эстонцев. В результате у эстоноязычного общества сформировалось ощущение уверенности, что ни эстонскому народу, ни эстонской культуре не грозит полное исчезновение (Heidmets 1998). Состояние же неэстонцев к моменту начала кампании можно охарактеризовать как стресс, поскольку их волновал вопрос, являются ли они частью Эстонии, или же их домом остается Россия, или следует искать совершенно новый символ, который помог бы неэстонцам себя идентифицировать⁸. Известно, что успешность социальной рекламы во многом зависит от силы идентичности

⁸ 17 % неэстонцев не считали, что национальная принадлежность оказывает сильное влияние на формирование их идентичности (см. Saag Poll: *Eesti rahvussuhete seireuurin*, март, 2000).

индивида, т.е. от осознания им определенности своего места и роли в обществе, в том числе по отношению к этническим «другим». До утверждения Государственной Программы интеграции в конце 1998 года место и роль неэстонцев в эстонском государстве и обществе не были определены. Это приводило к рассогласованию между внешней и внутренней идентификацией, и, следовательно, препятствовало формированию сильных устойчивых групповых идентичностей, что не могло не отражаться на личностном уровне. Становится ясно, почему кампания “Много хороших людей” была более благосклонно встречена эстонской аудиторией. У неэстонцев кампания могла вызвать вопрос: «Ради чего и ради кого я должен менять свое поведение?». Идея, что что-то можно делать на благо всего общества, оставалась для русскоязычной аудитории достаточно далекой и расплывчатой. Причина этого заключается в том, что неэстонцы в то время не представляли собой общины, не чувствовали единства ни с русскоязычными согражданами, ни с эстонцами. Последнее, в свою очередь, затрудняло восприятие содержания сообщений социальной рекламы.

Анализ показал, что обе национально-языковых группы по-разному интерпретировали рекламное сообщение. К моменту начала кампании эстонцы поняли, что успешность интеграционных процессов зависит от их личной готовности понять проблемы неэстонцев и сотрудничать с ними (Круусвалл 2000). Примерно четверть эстонцев признала, что преодоление негативных стереотипов и устранение барьеров между эстонцами и неэстонцами в интересах эстонского государства (Петтай 2000). По сравнению с русскоязычной, эстонская аудитория относилась менее критично к тому, как протекает процесс интеграции. Поэтому рекламное сообщение, конструирующее эстонское общество как многонациональное, в большей степени соответствовало представлениям эстонцев, нежели русскоязычных. Значительная часть эстонцев высоко оценивала значение интеграционного процесса, подчеркивала его двустороннюю направленность, а также признавала необходимость того, что коренные жители должны стать более открытыми по отношению к русскоязычным. Таким образом, эстонцы могли декодировать рекламное сообщение как одобрение выбранной ими модели

поведения. В то же время, благодаря используемой визуальной концепции⁹ эстонская аудитория пришла к пониманию того, что позиция большинства в обществе Эстонии принадлежит ей (Vihalemm & Taul 2000).

Говоря о неэстонцах, стоит отметить, что в период, предшествовавший рекламной кампании, на их поведение в основном оказывала влияние т.н. установка «не тронь меня». Сильный стресс у неэстонцев вызывали стремительно изменяющиеся социальные факторы. Кроме того, наличие определенных внутренних конфликтов, а также ощущение внешнего давления¹⁰ могли привести к возникновению у них комплекса неполноценности. С одной стороны, причиной подобного состояния являлось то, что многие неэстонцы не могли в полной мере отнести себя к русскому народу, народу России. С другой стороны, ярлык «отпрыск оккупантов» заставлял их испытывать стыд и вину за прошлое. Неэстонцы ощущали недоброжелательное отношение как со стороны государства, так и на уровне межличностного общения с представителями эстонского сообщества. Причем, как правило, подобное неприятие со стороны эстонцев они объясняли своей национальной принадлежностью.

Следовательно, в данном социальном контексте привлечение общественного внимания к национальному вопросу трактовалось неэстонцами как стигматизация русскоязычного населения. В результате у неэстонцев все чаще можно было наблюдать отчуждение и пассивность. Большинство неэстонцев придерживалось мнения, что истинное лицо интеграции есть, с одной стороны, попытка большинства вытеснить меньшинство из общественной жизни, с другой – ассимиляция (Ветик 2000; Кортс & Кыутс 2000). Поэтому возник диссонанс между интеграцией, предлагаемой на рекламных плакатах, и интеграцией, с которой русскоязычная аудитория сталкивалась изо дня в день.

⁹ Глубинное чтение, используемое при анализе рекламной кампании «Много хороших людей» показало, что, как правило, реклама отражала представления эстонцев об интеграции. Кроме того, кампания создала образ эстонцев как находящегося в привилегированном положении большинства. (см. *Reklaamikampaania "Palju toredaid inimesi" vastuvõtu analüüs*, Integratsiooni meediamonitooringu ariuanne, 2000).

¹⁰ Среди 22% неэстонцев было распространено мнение, что национальность «русский» вызывает у многих в первую очередь негативные ассоциации (см. Saag Poll: *Eesti rahvussuhete seireuurin*, март, 2000).

Нельзя однозначно заявить, что рекламная кампания вызвала исключительно негативные эмоции, а также повлекла за собой только нежелательные последствия. Неэстонцы, которые к моменту начала кампании уже приняли решение следовать новым «правилам игры», диктуемым эстонским обществом (овладеть эстонским языком, принимать активное участие в развитии эстонского государства и т.д.), отнеслись к рекламному сообщению положительно. Благодаря представленной в рекламной кампании идее эта часть неэстонцев символически получила поддержку своим начинаниям и стремлениям. Кроме того, при помощи кампании была сделана попытка разрушить преувеличенное представление о ксенофобии среди эстонцев.

Необходимо упомянуть и о самом важном, с моей точки зрения, значении кампании «Много хороших людей». Реклама и возникшая вокруг нее дискуссия в определенной степени оказали влияние на формирование понятия «интеграция». Другими словами, реклама сыграла свою роль в достижении определенных результатов интеграционного процесса. Если раньше понятие «интеграция» вызывало у аудитории достаточно неопределенные ассоциации (Kõuts 2000), то после рекламной кампании¹¹ респонденты все чаще определяли интеграцию как процесс сближения двух национально-языковых сообществ, который протекает на уровне межличностных отношений и на основе индивидуальной готовности. В то же время, интеграция, а именно интегрированное общество, становится целью, к которой следует стремиться. Говоря об интеграции, представители обоих этнических сообществ все чаще оперируют рациональными и утилитарными понятиями: “есть ли польза от интеграции?”, “сколько это стоит?” и т.д., и т.п. (Vihailemm 2000; Velling 2001). Кампания привела к формированию нового подхода к данной проблематике. Общественность стала рассматривать интеграцию как комплексную проблему, затрагивающую различные области, а также влияющую на развитие эстонского государства и общества.

¹¹ В данном случае кампания берется за условную точку отсчета в возможном процессе интернализации новой нормы. Нельзя говорить, что отношение общественности к интеграции изменилось сразу же после окончания кампании. Во время кампании аудитории предоставили

“Дружба начинается с улыбки”, или Улыбка так и осталась улыбкой

Летом 2001 года проводилась рекламная кампания, которая, согласно первоначальному замыслу, должна была стать продолжением кампании «Много хороших людей». Целью социальной рекламы было возобновление дискуссии по поводу интеграции и связанных с ней процессов. Согласно имеющимся данным¹², появившиеся на улицах плакаты в основном вызвали у аудитории положительные эмоции. Несмотря на вышеупомянутый факт, кампания не смогла привлечь внимание аудитории настолько, чтобы общественность вернулась к обсуждению проблем, связанных с интеграционным процессом.

Почему же рекламная кампания «Дружба начинается с улыбки» осталась незамеченной аудиторией? Рассматриваемая реклама повторила сформированное в результате кампании «Много хороших людей» представление об интеграции, не предложив общественности ничего нового. Как следствие, у аудитории не возникло желания остановиться на тематике интеграции и межнациональных отношений более подробно и уж тем более углубиться в данную проблематику.

К началу кампании представители обоих этнических сообществ уже осознавали необходимость интеграционного процесса на личностном уровне. Поэтому предполагалось, что следующим этапом дискуссии должно быть обсуждение связанных с данным процессом вопросов на коллективном уровне. В подобной ситуации активное участие средств массовой информации оказалось бы как нельзя кстати: именно СМИ должны были выступить в роли посредника, способствуя возникновению диалога как между эстонским и русскоязычным сообществами, так и между группами и индивидами внутри них.

В свою очередь, использованная в рекламной кампании концепция едва ли могла повлиять на зарождение у аудитории ощущения максимальной вовлеченности в процесс коммуникации. Отраженная в рекламе детская тематика едва ли входит в число самых актуальных вопросов для каждого человека.

возможность взглянуть на окружающую действительность по-другому и постараться определить, что означает и подразумевает процесс интеграции.

¹² Интеграционный медиа-мониторинг 1999, 2000, 2001; проведенный по телефону опрос протенциальной аудитории

Следовательно, сообщение, построенное подобным образом, не позволяло рекламистам стать ближе своей аудитории, а значит, и не упрощало восприятие рекламы.

“Развяжи!”, или Язык разъединяет, язык и объединяет

Рекламная кампания “Развяжи!”¹³ вызвала бурную реакцию как аудитории, так и СМИ. Изначально целью кампании было в очередной раз привлечь внимание неэстонцев к проблеме языка и вызвать у них желание его учить, руководствуясь, прежде всего, рациональными соображениями. В результате социальная реклама послужила поводом для того, чтобы в обществе заговорили о более серьезных проблемах, связанных с процессом интеграции, а именно: незнание неэстонцами государственного языка, перспективы эстонского языка, межнациональные отношения, статус неэстонцев в Эстонии и т.д.

Опыт, приобретенный за время проведения социальных рекламных кампаний в сфере интеграции, позволил выделить две закономерности. Как правило, эстонская аудитория болезненно реагировала на все, что прямо или косвенно затрагивало проблему корректного использования эстонского языка и/или ставило под угрозу вопрос о его будущем. У неэстонской аудитории вызывали острую реакцию рекламные сообщения, в которых поднималась проблема межнациональных отношений и/или вопрос их собственной значимости. В кампании «Развяжи!» содержались компоненты и того, и другого типа. Следует упомянуть о важности контроля именно визуальной составляющей коммуникации: визуальное сообщение не только лучше воспринимается, но и дольше хранится в памяти. Поэтому, описывая поведение русскоязычной аудитории, имеет смысл обратить внимание на шок, который вызвала у неэстонцев грубость плакатов¹⁴.

¹³ Осенью 2001-ого года был проведен первый этап рекламной кампании. Продолжение кампании запланировано на август 2002-ого.

¹⁴ На одном из рекламных плакатов сфотографирована девушка, рот которой с помощью компьютерной графики завязан как воздушный шарик. Вторым героем кампании стал мужчина с зашитым ртом. По мнению авторов рекламы неэстонцам давно пора говорить на государственном языке. Предполагалось, что руководствуясь призывом, который содержали рекламные плакаты, неэстонцы обязательно используют возможность выучить эстонский язык на льготных условиях.

Поскольку сознание само стирает сообщения, которые сопряжены с чем-то нежелательным для индивида (Kivijõgi & Eilart 1999), то реципиент обычно не размышляет долго над вещью, вызвавшей сильные отрицательные переживания. Так, например, из-за примененной в рекламе концепции у определенной части эстонской аудитории подсознательно сработал механизм защиты маленьким народом своего языка¹⁵. Поэтому среди этой части эстонской аудитории усилилась недоброжелательность по отношению к неэстонцам. Нельзя забывать, что кампания совпала с событиями, под влиянием которых национальный вопрос опять стал щекотливой темой¹⁶. Таким образом, на фоне происходящего у аудитории могло усилиться скептическое отношение к возможности возникновения стабильного общения и развития сотрудничества между эстонцами и неэстонцами.

Кроме шокирующих фотографий стоит отметить еще несколько факторов, которые затрудняли восприятие идеи рекламной кампании для значительной части неэстонцев. Прежде всего, сообщение было построено таким образом, чтобы сформировать у неэстонцев ощущение страха и беспокойства за будущее¹⁷. В то же время неэстонцы придерживались точки зрения, согласно которой знание государственного языка не влияло ни на отношения между большинством и меньшинством, ни на уровень жизни и возможность самореализации неэстонцев. Другими словами, рекламное сообщение не соответствовало представлению русскоязычной аудитории о настоящем положении вещей в связи с языковым вопросом.

К моменту начала кампании значительное число неэстонцев не только признавало, что язык учить необходимо, но и высоко оценивало свой уровень владения эстонским языком. Поэтому русскоязычная аудитория ожидала, что

При этом основным стимулом для них должно было стать желание наконец-то «развязать рты» (читай: заговорить, иметь возможность выразить свою точку зрения).

¹⁵ Проблема будущего эстонского языка всегда была и остается очень актуальной темой с точки зрения эстонцев. Поэтому использование русского языка на рекламных плакатах эстонская аудитория интерпретировала как определенную угрозу для сохранения эстонского языка.

¹⁶ В качестве примера приведу инцидент в Палдиски. На страницах прессы данное событие рассматривалось как проявление национальной вражды, которая продолжает присутствовать во взаимоотношениях между эстонцами и неэстонцами. (*Integratsiooni meediamonitoringu aruanne*, 2001, www.meis.ee)

языковая проблема станет предметом для конструктивной общественной дискуссии. В рекламе же использовался т.н. *строгий язык*¹⁸, а незнание языка конструировалось как личная проблема индивида. Применяемое коммуникативное решение, во-первых, могло вызвать у неэстонцев обиду; во-вторых, оказать влияние на формирование новой модели поведения. Например, отказ учить эстонский язык мог стать для неэстонцев символическим выражением протеста против языкового давления. Имеет смысл упомянуть, что в данном случае реклама направлена в первую очередь на конкретного индивида. Значит, под влиянием рекламного сообщения у неэстонца как отдельной личности могло возникнуть ощущение вины¹⁹ из-за незнания государственного языка.

Таким образом, рекламное сообщение должно было быть направлено на коллективного субъекта. Рекламисты же дважды использовали личностный подход, тем самым уменьшая вероятность получения адекватной реакции на предлагаемое сообщение со стороны целевой аудитории.

В то же время именно агрессивность плакатов привела к появлению совершенно новых дискурсов в интеграционной риторике. Было ли это непосредственно результатом кампании *'Развяжи!'*, или же реклама оказалась своеобразным катализатором, который способствовал преобразованию уже имеющихся настроений в четко выраженные позиции, судить трудно. Знакомство с комментариями аудитории к кампании в электронном портале DELFI позволило предположить, что эстонцы пытались понять и проанализировать трудности

¹⁷ Под влиянием рекламной кампании формируется представление, согласно которому не владеющий государственным языком неэстонец, по всей вероятности, попадет под сокращение на работе.

¹⁸ Коротко характеризуя используемую концепцию, рекламисты говорили о т.н. «строгом языке», т.е. строили общение с целевой аудиторией на чувстве опасности. Была создана иллюзия, что в конечном итоге неэстонцы, не владеющие эстонским языком и не сдавшие экзамен, окажутся в затруднительном положении. К сожалению, у них уже не будет возможности воспользоваться услугами языковых курсов *ИнтерЭст*.

¹⁹ Объектом наблюдения Холдера и Тренто (1997) были социальные кампании, направленные на борьбу с алкоголизмом и курением. В результате исследований ученые пришли к выводу, что применяемый в рекламе индивидуальный подход приводит к тому, что «человек начинает ощущать вину из-за своего антисоциального и нездорового образа жизни. Кроме того, общение через социальную рекламу предполагает, что индивид самостоятельно приступит к решению имеющейся проблемы. /---/ При решении комплексных вопросов важен процесс массового воздействия, а не индивидуального». (*Development Communication*; www.comminit.com/stilviocomm).

неэстонцев, а также увидеть самих себя как источник многих проблем. Распространенным становится отношение к неэстонцам как к важному для развития Эстонии ресурсу и потенциалу. На личностном уровне эстонцы пришли к пониманию того, что эстонский язык является олицетворением всего эстонского. Возвращаясь к реакции русскоязычной аудитории, следует отметить, что объектом внимания данной целевой группы стал их собственный статус в Эстонии, а также роль эстонцев и неэстонцев в процессе интеграции в целом. Наибольший диссонанс вызвала проблема идентификации неэстонцев, точнее то, насколько представление русскоязычных о самих себе соответствует роли, которую отводят им эстонцы. В результате начавшейся дискуссии выяснилось, что эстонская аудитория в основном воспринимает неэстонцев как гостей или иностранцев. Последнее обстоятельство вызвало у неэстонцев дискомфорт, поскольку они считали себя частью Эстонии (Краг & Вахтин 1992; Биркенбах 1998). Несмотря на конфликт идентичностей, среди неэстонцев все же наблюдалось желание принимать активное участие в общественной жизни Эстонии, а также готовность к сотрудничеству с эстонцами для достижения общих целей. Согласно мнению многих теоретиков, данная модель поведения указывает на начало формирования гражданской идентичности у неэстонцев.

В какой именно форме тенденции, о которых шла речь, проявятся в дальнейшем, покажет время. В данный момент можно сделать лишь несколько предположений.

На примере рассматриваемой кампании видно, как намерение неэстонцев учить язык столкнулось с нежеланием коренного населения видеть в неэстонцах равноправных членов общества. Как следствие подобных противоречий у неэстонцев может вообще исчезнуть желание и/или мотивация изучать государственный язык. Кроме того, в кампании использовали сообщение, фокус которого остался достаточно неопределенным. С одной стороны, плакаты «рекламировали» курсы эстонского языка. С другой стороны, они в очередной раз напоминали неэстонцам, что овладеть государственным языком - в их же собственных интересах. Учитывая вышесказанное, естественной реакцией аудитории на рекламное сообщение было замешательство. Русскоязычная

аудитория задалась вопросом, являются ли требования знания эстонского языка простой формальностью или же от неэстонцев ожидают отношения к эстонскому языку как к ценности.

Не исключено, что под влиянием кампании кроме прикладной функции эстонского языка неэстонцы начнут в большей степени ценить и его символическое значение. Среди представителей обоих этнических сообществ распространено мнение, что некоторые государственные институты и частные организации используют имеющуюся проблему в первую очередь как источник дохода. Следовательно, язык как средство коммуникации может стать вопросом, решение которого предполагает сотрудничество между эстонцами и неэстонцами.

Социальная реклама и процесс интеграции: польза или вред?

Предлагаемый обзор показал, что невозможно дать однозначный ответ на вопрос, была ли конкретная рекламная кампания, в которой поднимались интеграционный и национальный вопросы, удачной или же потерпела фиаско.

На основе представленного обзора можно сделать вывод, что благодаря проведенным кампаниям (за исключением «Дружба начинается с улыбки») увеличилось число референтов²⁰ – как среди эстонцев, так и среди неэстонцев – желающих принять участие в дискуссии на тему интеграции и межнациональных отношений. Наблюдая социальную рекламу, зрители пытались сравнить существующие стереотипы со своим личным представлением об интеграции. Как у эстонской, так и у русскоязычной аудитории могло сформироваться новое «отношение к миру» – система социальных ценностей, представлений и установок. Причем эту новую систему можно считать продуктом определенного сотрудничества между рекламистами и общественностью. Другими словами, новое убеждение, позиция, точка зрения и т.д. не может быть «навязана» целевой аудитории со стороны авторов рекламы.

²⁰ В данном случае под *референтом* подразумевается индивид, который принимает участие в обсуждении какого-либо вопроса, проблемы и т.д.

В начале обзора был задан также вопрос о том, насколько действенной можно считать социальную рекламу в качестве инструмента интеграции. Поскольку социальная реклама не имеет реально просчитываемого эффекта, ее эффективность трудно оценить. Остановлюсь на некоторых обстоятельствах, которые оказывают значительное влияние на передачу сообщения посредством социальной рекламы. Необходимо проанализировать, не вызовет ли выбранная рекламная концепция отторжения со стороны целевой аудитории из-за несоответствия действительности. Немаловажно также владеть социальным контекстом, в котором осуществляется рекламная кампания, и уметь спрогнозировать дальнейшее развитие событий. И, наконец, рекламист должен очень хорошо знать и чувствовать свою целевую аудиторию.

В заключение стоит отметить, что социальная реклама, объектом которой является процесс интеграции и межнациональные отношения, должна стать хорошей традицией. Бэта Климкевич (1999) писала, что нельзя недооценивать значение социальной рекламы в обществе, стремящемся стать мультикультурным. В противном случае в обществе вновь появляются стереотипы и предрассудки. Кроме того, увеличивается вероятность того, что большинство вряд ли признает меньшинство в качестве культурного или политического ресурса.

Литература

Berkowitz, A. (1999). The Social Norms Approach: Theory, Research and Annotated Bibliography, Higher Education Center; www.edc.org/hec/socialnorms/theory.html, 11/02/02

Биркенбах, М. (1998). *Расследование фактов как средство превентивной дипломатии*, Москва, Центр по изучению и урегулированию конфликтов института этнологии и антропологии РАН, Шлезвиг-Холштайнский Институт исследований мира

Development Communication; www.comminit.com/stilviocomm, 12/02/02

Dholakia, R.R., Dholakia, N., (2001). Social Marketing and Development, Handbook of marketing and society, Bloom, P., Gundlach, G., Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 486-506

Eesti rahvussuhete seireuuring (2000). Esialgsed küsitlustulemused, käsikiri, Mitte-eestlaste Integratsiooni Sihtasutus – TPÜ Rahvusvaheliste aj Sotsiaaluuringute Instituut - Saar Poll, Tallinn: märts

Heidmets, M.(1998). 'Vene küsimus ja Eesti valikud', Tallinna Pedagoogikaülikool, 239-259

How hear this (2001), http://www.fenton.com/pdf_files/Packard_Brochure.pdf, 10/02/02

Integrating Estonia, *public communication programme*, final report of the project

Integratsiooni meediamonitoring 1999, 2000 ja 2001 aruanded <http://www.meis.ee>

Influence Theories, <http://www.orst.edu/instruct/comm321/gwalker/influence.htm>, 9/02/02

Kampaania *Interest* mõjust (2000). *Järeluuringu aruanne*, Saar Poll, Tallinn: märts

Keeleõppe toetusprogrammi *Interest* reklaamikampaania järeleuuring (2001), *aruanne*, Tarbijauuringud, Tallinn: oktoober

Klimkiewicz, B. (1999). Participation of Ethnic and National Minorities in the Public Sphere: Media Policy for Poland; Open Society Institute; Krakow, detsember:1999, <http://www.osi.hu/ipf>, 20/03/02

Кортс Кюллики, Кыутс Рагне (2000). "Пресса как общественный форум в процессе интеграции", *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 49-54

Краг Х., Вахтин Н., (1992). *Отчет о политической ситуации в Эстонской Республике в отношении статуса этнической групп*, группа по правам меньшинств, Санкт-Петербург

Круусвалл, Ю. (2000). "Понимание интеграции в эстонском обществе", *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 14-22

Kuivjõgi, R., Eilart, A. (1999). *Propagandistlik Eesti – masside mõjutamine*, artikkel, *Ärielu*, september, 46-49

Kõuts, R. (2000). "Mitte-eestlaste integratsiooni käsitlemine Eesti trükiajakirjanduses 1999.a", *bakalaureusetöö*, Tartu: Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond

Lefebvre, R. C., (2001). Theories and Models in Social Marketing, Handbook of marketing and society, Bloom, P., Gundlach, G., Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 506-519

Lefebvre, R. etc (1995). "Social Marketing and Nutrition Education: Inappropriate or Misunderstood?", *Journal of Nutrition Education*, 27 (3), 146-150

Lillipuu, E (2001). "Sotsiaalne reklaam madala ühiskondliku usalduse kontekstis Maanteeameti 2000. aasta Sebra-kampaania näitel", *bakalaureusetöö*, Tartu: Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond

'Palju toredaid inimesi' (2000). *Järeluuringu aruanne*, Tallinn: Saar Poll

Peresild, O. (2001). 'Reklaamikampaania 'Развяжи!' vastuvõtu analüüs', *Integratsiooni meediamonitoringu aastaaruanne*, 2001

Петтай, И. (2000). "Взаимная толерантность эстонцев и неэстонцев", *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 6-11

Sikk, R.. *Seotud suu meelitab keelt õppima*, artikkel, *Epl*, 26.09.01.

Sink, M. (2001). "Integratsioonipoliitika kommunikeerimine 1997-2000", *bakalaureusetöö*, Tartu: Tartu Ülikool, meedia- ja kommunikatsiooniosakond

Taul, S. (2001). "Reklaamikampaania "Palju toredaid inimesi" vastuvõtt ja tähendus", *individuaalne tekstianalüüs kursusel 'Kvalitatiivsed uurimismeetodid'*, Tartu: Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond

Theory at glance (1995). *A guide for health promotion practice*, http://oc.nci.nih.gov/services/Theory_at_glance/HOME.html, 8/02/02

The Social Marketing Concept, Novartis Foundation (NFSD), http://novartisfoundation.com/leprosy/social_marketing_print.htm, 8/02/02

Ветик, Р. (2000). "Установки жителей Эстонии в связи с политической интеграцией", *Интеграция эстонского общества. Мониторинг 2000*, Марью Лауристин и Райво Ветик (ред.), Таллинн, 28-32

Velling, K. (2001). "Integratsioonikampaania "Palju toredaid inimesi" meediaretseptioon: väited ja kontrasõnumid", *seminaritöö*, Tartu: Tartu Ülikool, meedia- ja kommunikatsiooniosakond

Vihalemm, T. (1999). Meediatarbimise globaalsed ja lokaalsed orientatsioonid, *Eesti inimarengu Aruanne 1999*, Tallinn

Vihalemm, T., Taul, S. Two sides of post-modernization Discourses of reception of the campaign “*Integrating Estonia*”. Henze, V. & Maier-Würz, V. (eds.). *Youth in the Baltic Sea Region*. Edgar Elgar Publishing. (готовится к изданию)

Weinreich, N. K. (1999). Building Social-Marketing into Your Program, <http://social-marketing.com>, 8/02/02

Weinreich, N. K. (1999). What is Social-Marketing?, <http://social-marketing.com>, 8/02/02

О социальной рекламе (2001). *Московский Фестиваль Социальной Рекламы*; <http://www.fsr.ru/socially/>, 6/02/02 .

Заключение

Проблемы, связанные с национальными отношениями, статусом и перспективами русскоязычного меньшинства уже более десяти лет являются темой общественной дискуссии. При этом Государственная Программа интеграции была принята лишь в 1999–2000 гг. Программа интеграции и проведенные в ее рамках мероприятия, в т.ч. различные информационные кампании, способствовали кардинальному изменению подхода средств массовой информации к освещению этой темы: появились новые точки зрения, иной стала и сама постановка проблемы. Например, неэстонцы теперь рассматриваются как потенциал и ресурс для развития эстонского государства; мультикультурное общество и взаимная терпимость представляются гарантией стабильных отношений между представителями различных национальных групп; основное внимание уделяется перспективам интеграционного процесса и т. д. Как следствие, сегодняшние средства массовой коммуникации характеризуются большой критичностью и рефлексией по отношению к вопросу интеграции, а перед участниками этого процесса встал вопрос «кто мы и куда мы идем?»

Пресса на эстонском языке перестала игнорировать проблемы, связанные с русскоязычным меньшинством, а также стала более персональной и эмпатичной. Этноцентричная и основанная на предубеждениях риторика, характерная для медиадискурса начала 1990-х, сменилась конструктивной дискуссией о перспективах мультикультурного общества в Эстонии. В СМИ регулярно поднимаются вопросы и проблемы, связанные с интеграцией, а также нивелируется граница между национальными группами: при конструировании этнических «других» заметно многообразие референтов и репрезентаций, уменьшилась символическая дистанция между «мы» и «они» и противопоставление этих образов. В то же время, в медиа частично сохраняется риторика, характеризующая отношения между двумя этническими группами как сепарацию или конфронтацию, а также создающая негативные образы неэстонцев.

С другой стороны, за последние два года заметно изменился стиль аргументации русскоязычной прессы. Наличие в ней точек зрения, сходных с точками зрения эстонской прессы, помогло уменьшить информационный разрыв между эстонцами и неэстонцами. Вместо первоначальных утверждений о том, что решения, принимаемые на уровне государства, дискриминируют русскоязычное меньшинство, стали заметны

попытки достижения диалога на темы интеграции и национальных отношений. Проблемой можно считать то обстоятельство, что СМИ достаточно низко оценивают роль неэстонцев в обществе Эстонии. Также, несмотря на то, что обе прессы занимают достаточно похожие позиции относительно проблемы русскоязычного образования¹, к данной проблеме они подходят по-разному, оперируют разными аргументами. При всей уравновешенности русскоязычной прессы², ее взгляд на проблему образования все-таки трудно назвать конструктивным. В печати на русском языке практически не рассматривается перспектива русскоязычного образования.

Несмотря на то, что в печати на обоих языках имеется заметный сдвиг в сторону рационального подхода к проблемам, там по-прежнему встречается аргументация, основанная на эмоциях, страхах и опасностях, связанных с национальными отношениями. Этот подход перестал преобладать на страницах печатной прессы, хотя среди населения радикально настроенные группы существуют всегда. Обычно их точки зрения выходят на первый план под влиянием определенных событий, таких как изменения в законе о языке или требования двуязычия в 2001 г.

В определенных сферах и на определенных уровнях интеграция протекает быстрее (например, политика), для изменения других аспектов (например, установки населения) требуется больше времени. Поэтому многообразие и частичную противоречивость картины, которую формируют СМИ в вопросах межнациональных отношений, можно объяснить многоплановым и сложным характером самого процесса.

Национальный вопрос эмоционально очень близок жителям Эстонии, что легко приводит к возникновению напряженных ситуаций. Как показали результаты медиамониторинга, значительное влияние на возможность возникновения подобных конфликтов оказывают и средства массовой информации. Учитывая, что в условиях демократического общества прессе принадлежит важная роль, от нее ожидается большая независимость, самокритичность и способность к рефлексии.

¹ Например, и в эстонской и в русскоязычной печати встречается мнение, что русскоязычные дети могли бы получать образование на русском языке

² Если раньше на страницах русскоязычной прессы была представлена какая-то одна точка зрения, то сейчас все чаще можно встретить *pro* и *contro* аргументы в связи с конкретным вопросом, конкретной проблемой.