

УДК 81'272

З.И. Резанова**ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ¹**

В статье представлена типология дискурсов этнокультурной идентификации и презентации на основе противопоставления вариантов реализуемых коммуникативных стратегий и тактик, а также их иерархии. Исследование проведено на материале текстов официальных сайтов администрации, общественно-политических организаций, национально-культурных автономий, страниц социальных сетей, посвященных проблемам идентификации и презентации национально-культурных автономий Томска.

Ключевые слова: этнокультурная идентификация, национально-культурная автономия, дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, Томск.

Предметом обсуждения в данной статье является социолингвистическое моделирование образа современного сибирского города как конгломерата этнокультурных идентичностей, репрезентированных в дискурсивных практиках.

Цель проведенного исследования – выявление способов национально-культурной самоидентификации жителей Томска в системе городских институциональных дискурсов, репрезентированных в информационном пространстве Интернета. Использование в качестве источника текстовых материалов Интернета мотивируется значительной ролью этого типа коммуникации в современном обществе. С одной стороны, интернет-дискурсы представляют весь спектр «реальной» коммуникации, располагая в своем пространстве виртуальные аналоги документооборота, газет, книг, журналов, энциклопедий и т.д. С другой стороны, на основе использования цифровых технологий в интернет-пространстве формируются новые речевые жанры различной степени сложности, например сайты, блоги, форумы и т.д. Как отмечает Н.А. Мишанкина, «проведенные ранее исследования позволяют утверждать, что виртуальное интернет-пространство оценивается и маркируется пользователями в первую очередь как пространство социальное, в котором формируются социально значимые топосы – сайты, реализующие различные варианты существующих дискурсов и представляющие различные варианты картин мира» [1] (со ссылкой на [2, 3]).

В качестве первичного источника нами были исследованы тексты официальных сайтов администрации, общественно-политических организаций, национально-культурных автономий, страницы социальных сетей, посвященных проблемам идентификации и презентации национально-культурных автономий Томска. Данные интернет-ресурсы отражают различные первичные

¹ Статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 12-14-70001 «Коммуникативные модели этнокультурной идентичности в дискурсивном пространстве современного города».

информационно-коммуникативные структуры и формируют собственные, репрезентируя тематический субдискурс национально-культурной идентификации (о статусе тематических субдискурсов в иерархии типов институциональной и личностной коммуникации см. [4, 5]). Сайты интерпретируются нами как комплексные жанры, состоящие из совокупности жанровых форм, как особых, виртуальных (форумы, электронные страницы, блоги в социальных сетях и под.), так и виртуальных вариантов первичных жанров «реальной» коммуникации. Например, в качестве виртуальных вариантов жанров административного дискурса нами рассмотрены официальные документы, размещенные на сайтах администрации Томской области, а также общественных организаций (например, размещенный на сайте «Узбекская диаспора в Томске. НКА “Узбекистан”» Устав национально-культурной автономии) [6]¹, в качестве виртуальных вариантов – расположенные на сайте Томской еврейской общины все номера газеты «Менора» [8]; номера газеты «Dom polski» на официальном сайте «Дома польского в Томске» [9]; раздел «СМИ» на главной странице сайта «Томская региональная национально-культурная греческая автономия», содержащий ссылки на публикации об автономии в средствах массовой информации, как томских, так центральных, относящихся к другим регионам [10], отсылки к страницам «Публикации российских СМИ», «Публикации иностранных СМИ» на главной странице интернет-портала «Томская область – остров интеллекта в океане ресурсов» [11] и под.

В соответствии со сложившейся в мировой и российской лингвистике традицией мы разделяем дискурсы на основании *социальных различий субъекта коммуникации* на институциональные и личностные [12, 13]. Первые представляют официальные, институционально ориентированные позиции коммуникантов, во вторых субъект коммуникации выступает как личность, не актуализирующая свою принадлежность к социальному институту, но реализующая свою многоаспектную индивидуальность. Полагаем, что этническая (этнокультурная, этноязыковая) принадлежность может осознаваться личностью и как факт частной жизни, и как аспект институциональный.

Вторым основанием противопоставления дискурсов, проанализированных в данной работе, является тип отношения субъекта коммуникации к базовой теме субдискурса – теме национально-культурной идентификации и презентации. На этом основании дискурсы делятся нами на «внешние» и

¹ Ярким примером последовательного представления материалов официального дискурса, имеющего смысловые пересечения с тематическим субдискурсом национально-культурной идентичности и презентации, служат материалы официального сайта «Союз армян России», располагающие нормативно-правовые документы общегосударственного масштаба и документы, регулирующие отношения внутри общественной организации: «КОНСТИТУЦИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, Глава 2. Права и свободы человека и гражданина; Федеральный закон об общественных объединениях; Федеральный закон о национально-культурной автономии; Предмет регулирования и область действия настоящего Федерального закона о некоммерческих организациях; Устав САР; Положение «Об Общем собрании»; Положение «О Совете»; Регламент работы Совета; Положение «Об Исполкоме Совета»; Положение «О порядке формирования выборных органов»; Положение «О размерах и порядке сбора членских и целевых взносов»; Положение «О порядке расходования финансовых средств и мерах по обеспечению контроля и гласности финансовой деятельности»; Положение «Об Ассоциациях»; Памятка «О порядке передачи информации членам САР в Москве»; Положение «О Библиотеке»; Положение «Об именных стипендиях студентам московских высших учебных заведений» [7].

«внутренние». Во «внешних» дискурсах субъект не принадлежит к той национально-культурной автономии, которая является темой коммуникации. В этом случае субъект общения дает внешнюю характеристику и оценку национально-культурному сообществу, члены которого выступают в качестве темы и контрагента в коммуникации.

Во «внутренних» дискурсах субъект общения принадлежит тому этнокультурному объединению, вопросы национально-культурной идентичности которого являются темой коммуникации.

Личностные «внешние» и «внутренние» тематические субдискурсы национально-культурной идентичности и презентации в системе виртуальной коммуникации представлены на форумах официальных сайтов, в чатах, на тематических страницах социальных сетей (см., например, казахские страницы в социальной сети «ВКонтакте» «Казахи в Томске» [14], «Казахи города Томска» [15], «Томская городская Национально-культурная автономия «Казахстан» [16]); институциональные «внешние» дискурсы – в официальных документах администрации, политических партий, общественных организаций, в средствах массовой информации, не ограниченных на основании этнического фактора; институциональные «внутренние» дискурсы – в официальных документах национально-этнических сообществ, в специализированных медиаисточниках национально-культурных автономий и объединений.

В статье представлены результаты анализа способов *институциональной презентации национально-культурной идентичности*.

«Внешние» и «внутренние» институциональные субдискурсы национально-культурной идентичности и презентации противопоставляются *по набору и иерархии коммуникативных стратегий*.

1. Во «внутреннем» тематическом субдискурсе национально-культурной идентичности и презентации, репрезентированном в интернет-источниках, выделяем следующую иерархию стратегий:

- выражение идеи этнокультурного обособления;
- демонстрация национально-культурного своеобразия этноса как основы толерантного его восприятия в инокультурной среде;
- актуализация аспекта мультинациональности региональной (городской) идентичности.

Первая стратегия направлена внутрь этноса, вторая и третья – вовне.

При всем различии исторических и современных социально-политических, экономических процессов, обуславливающих формирование диаспор, имеются инвариантные проблемы, разрешаемые их представителями в социальных и дискурсивных практиках, среди которых ведущими представляются: 1) сохранение, поддержание этнокультурной идентичности; 2) формирование новых идентичностей, в том числе на основе актуализации региональной (городской) принадлежности. Данные проблемы решаются как взаимообусловленные: обособление, сохранение этнокультурного своеобразия является для членов диаспор особым способом интеграции в новое социокультурное городское пространство.

«Внутренний» тематический субдискурс национально-культурной идентичности и презентации отражает социальные практики оформления статуса национально-культурной автономии, формирование общественных организа-

ций. В Томской области создано более 40 национально-культурных объединений, включая 6 региональных и 15 местных национально-культурных автономий [17].

Каждое из объединений представляется в совокупности дискурсивных практик, в том числе в общественно-политическом, деловом дискурсах. Процессы социализации национально-культурной автономии дискурсивно репрезентируются в формулировании устава организации, миссии, целей и задач объединения, а также представлены в информационных жанрах интернет-коммуникации на сайтах соответствующих общественных организаций. На официальном сайте Томской городской национально-культурной автономия «Узбекистан» размещен Устав организации, сформулирована ее миссия: «Сохранение и развитие самобытности узбекской культуры, национального языка, традиций и обычаев. Оказание посильной помощи и поддержка гражданам Узбекистана и лицам узбекской национальности. Ознакомление жителей города с национально-культурными ценностями Узбекистана» [6]. В формулировках миссии организации косвенным образом определены отмеченные выше основные коммуникативные стратегии, реализующие основную *цель тематического субдискурса национально-культурной идентичности и презентации*. Как показал анализ, данные стратегии реализуются и в текстах сайтов других национально-культурных объединений. Каждая из стратегий воплощается в совокупности конкретных тактик. Моменты единства коммуникативных стратегий *тематического субдискурса национально-культурной идентичности и презентации* определяются глобальной целью актуализации национально-культурной идентичности. Вариативность проявляется в наборе конкретных тактик и мотивируется социально – особыми условиями формирования диаспор, типами их интеграции в данную социокультурную, административную систему и т.д.

1.1. *Стратегия выражения идеи этнокультурного обособления диаспоры во «внутренних» дискурсах* воплощается прежде всего через обозначение важнейших компонентов национально-культурной идентичности: язык, базовые элементы традиционной культуры, религиозно-конфессиональная и государственная принадлежность.

Данная общая стратегия реализуется в разных вариантах, мотивированных социально. Различие истории формирования диаспор как в мировых масштабах, так и относительно данной локальной (томской городской) общины в значительной степени влияет на социальные процессы этнокультурной идентификации этноса в полиэтничной городской среде, как следствие – на их дискурсивную презентацию.

На наш взгляд, наиболее значительное влияние на дискурсивную вариативность реализации рассматриваемой стратегии оказывают длительность жизни представителей диаспоры в пределах государства (и данного города) и тип социальных процессов, приводящих к формированию этнокультурного сообщества. На основании этих признаков противопоставляются диаспоры, имеющие длительную, порой многовековую историю миграции, активные миграционные процессы которых к настоящему времени прекратились, и общины, формирование которых является результатом отражения социальных процессов последних десятилетий.

К первому типу диаспор Томска, на наш взгляд, следует отнести армянскую, греческую, еврейскую, польскую общины. Основной состав таких диаспор в настоящее время составляют люди, родившиеся и жившие в инокультурном и иноязыковом окружении, что обуславливает остроту проблемы возрождения национально-культурной идентичности. К этому типу примыкают диаспоры, сформированные в результате внутрироссийских миграционных процессов с длительной историей существования вне исконных районов проживания (яркий представитель – татарская диаспора Томска).

Во втором типе диаспор, образующихся в результате современных миграционных процессов, активность которых сохраняется на протяжении последних десятилетий, стимулируемых постоянно действующими социальными факторами, в качестве примеров могут рассматриваться бурятская и казахская диаспоры Томска.

На вариативность дискурсивной реализации стратегии выражения идеи этнокультурного обособления влияют (хотя и в значительно меньшей степени) характер формирования диаспоры, тип социальных причин, стимулирующих миграционные процессы, численность диаспоры в государстве (и в определенном городском территориально-государственном объединении) и другие социальные факторы, что обуславливает выделение подтипов диаспор.

Так, в составе первого и второго типа дискурсивно противопоставляются диаспоры, возникшие в результате насильственного или добровольного переселения. В случае формирования диаспор в результате насильственных переселений эта тема становится одной из важнейших в формировании дискурсивных стратегий как выражения идентичности, так и выражения стратегии демонстрации национально-культурного своеобразия этноса в качестве основы его толерантного восприятия в инокультурной среде. Так, например, в материалах сайта «Российские немцы Сибири. Russlanddeutsche Sibiriens» представлена отдельная страница, посвященная истории депортаций немцев на протяжении XX в., и отмечаются важнейшие ее последствия: «Оказались нарушены права целого народа и конкретно каждой личности; весь народ был обвинен в «гражданской неблагонадежности»; погибло большое число безвинных людей; исчезли навсегда многие сотни компактных немецких поселений на европейской территории страны; сотни тысяч семей лишились всей собственности, включая личное имущество; было ликвидировано автономное образование – АССР немцев Поволжья; большинство немецкого населения стало проживать дисперсно (рассеянно) на территории Сибири и Казахстана; многие семейные и родственные связи оказались разорванными; у большинства российских немцев сформировались устойчивые чувства социальной несправедливости, социально-психологического дискомфорта. **Депортация стала причиной насильственной ассимиляции немецкого населения**» [18].

В составе диаспор второго типа следует, на наш взгляд, выделить два подтипа: а) диаспоры, формируемые в настоящее время в результате преимущественно трудовой миграции, являющейся следствием социальных процессов в метрополиях, относительно недавних геополитических изменений (распад Советского Союза, социальные и экономические процессы окраин СССР); б) диаспоры, появившиеся в результате преимущественно «учебной

миграции», что определяется статусом Томска как важнейшего регионально-научно-учебного центра. Образование таких диаспор – результат и внутригосударственных миграционных процессов, и межгосударственной миграции (преимущественно из регионов так называемого ближнего зарубежья). Как показал анализ виртуальной коммуникации, стратегии национальной идентификации и презентации членами диаспор первого подтипа реализуются прежде всего в институциональных дискурсах, для второго подтипа диаспор характерна актуализация и институциональных, и личностных дискурсов в выражении идей этнокультурной идентичности.

При реализации стратегии выражения идеи этнокультурного обособления базовой является тактика обращения к истокам национальной идентичности с опорой на базовый маркер – язык. Эта тактика реализуется в дискурсивных практиках и первого, и второго типа диаспор, однако при этом имеет различную, даже противоположную направленность.

Проблемы актуализации языковой идентификации этноса особенно актуальны для «исторически устойчивых диаспор». Вследствие длительности проживания этнической группировки вне метрополии, в условиях, когда долгое время не поддерживалось изучение родного языка на государственном уровне, основной состав диаспоры составляют люди, для которых этнический язык не является «материнским». В этом случае возрождение национальной идентичности связывается прежде всего с возрождением родного языка в качестве важнейшего ее маркера. Центральной социальной задачей национально-культурного объединения становится организация преподавания родного для этноса языка, что обуславливает формирование специфических дискурсов на пересечении учебно-педагогического и тематического субдискурса национально-этнической идентификации, находящихся, в свою очередь, отражение в системе интернет-презентации диаспоры. На сайтах национально-культурных автономий обсуждается организация преподавания родного языка, осознаваемого как основа культурного объединения. Так, например, на сайте Томской еврейской общины располагается информация «Детский сад «Ор Авнер» – «Здесь дети с самого раннего возраста знакомятся с родным языком и культурой!.. Еврейский молодежный клуб «S.T.A.R.S» – это изучение иврита, истории и традиций еврейского народа» [8]. На странице «Региональные объединения» сайта «Союз армян России» размещена информация об организации преподавания армянского языка: «Мы обратились к дирекции гимназии № 16, где есть украинские и белорусские классы. Как христиане, мы обратились к ним с просьбой о создании армянского класса. ...В школе – трехлетнее образование. Она функционирует по нашей учебной программе. Ребята, которые ни разу не были в Армении, читают и пишут по-армянски» [7]. Подобного рода информация об организации курсов родного языка есть практически на всех сайтах национально-культурных объединений первого типа. Восстановление преподавания родного языка осознается как актуальная проблема и в ситуациях преодоления негативных тенденций, сформировавшихся как следствие политики государства периода СССР, направленной на ассимиляцию народов.

Диаспоры, активно формируемые в настоящее время в процессах трудовой миграции, вынуждены решать две взаимосвязанные проблемы: изучение

языка «принимающей стороны» как основание социализации в новом государстве, как база формирования новой региональной идентичности и поддержание уровня владения родным языком как основы этнической идентичности. Однако наиболее острой проблемой является первая, что находит отражение в практиках официального, медийного, образовательного дискурсов: на сайте национально-культурной автономии «Узбекистан» в разделе «Новости» помещается информация: «Томские учителя будут преподавать русский язык для детей мигрантов (Томск, 8 февраля 2012 г. РИА Новости). Региональный центр развития образования (РЦРО) проводит в Томске трехдневные курсы для педагогов, обучающихся мигрантов, сообщила в среду пресс-служба областной администрации» [6].

Стратегия выражения идеи этнокультурного обособления диаспоры во «внутренних» дискурсах интернет-коммуникации реализуется также в коммуникативных тактиках презентации *культурных символов этноса*. При этом избираются коммуникативные тактики создания исторических и современных проекций семиотических маркеров этнокультурного своеобразия. Как показал анализ материалов сайтов национально-культурных автономий, символика традиционной народной культуры актуализируется прежде всего в *рамках праздничных дискурсов*, так как дискурсивная организация праздника позволяет синтетично представить базовые культурные маркеры этноса и вторично репрезентируется в материалах новостных страниц сайтов. Приведем один из типичных контекстов сайтов, репрезентирующих эту стратегию: «28 октября в рамках празднования национального праздника Дня «Охи» греки Томска собрались в небольшом уютном кафе. В программе вечера были поздравления и небольшой экскурс в историю, который провела Анна Муратова, рассказав о тех далёких днях в конце октября 1940 года, когда греческий народ гордо ответил «Охи» и мужественно встал на защиту своей Родины... Искромётные понтийские танцы, шутки, неформальное общение продолжили программу вечера» [10].

Праздничными дискурсами не исчерпываются способы коммуникативной презентации фольклорной семиотики как репрезентанта национально-культурной идентичности, находящей отражение также в медийном, официальном, политическом, образовательном, рекламном, имиджевом и ряде других дискурсов, что вторично отражается в текстах официальных сайтов национально-культурных автономий, располагающих презентационные материалы, фиксирующие высшие достижения этноса, его вклад в мировую культуру.

Материалы официальных сайтов национально-культурных автономий свидетельствуют о том, что стратегия выражения идеи этнокультурного обособления реализуется и с опорой на коммуникативную тактику актуализации религиозно-конфессионального обособления этноса. Информация о религиозных аспектах жизни этнокультурного сообщества регулярно располагается на сайтах. Приведем типичные примеры: «Томская греческая автономия и Томская епархия Русской Православной Церкви поздравляет православный мир с наступающим светлым праздником Пасхи и приглашает на пасхальный молебен на греческом языке, который состоится 17 апреля в 19.30 в храме Богородице-Алексеевского монастыря (ул. Крылова, 12). Службу возглавит настоятель монастыря игумен Силуан»; «17 апреля – пасхальная служба на

греческом языке состоялась в Алексеевском монастыре города Томска. Особая благодарность организаторам службы и батюшкам, которые провели службу для греков Томска»; «14–15 апреля в рамках паломнической поездки, организованной АГООР, представители Томской греческой автономии Яна Пасенова, Илья и Константин Серчиди посетили Константинополь и приняли участие в мероприятиях, посвящённых светлому празднику Пасхи. Паломники поучаствовали в Воскресенской службе, встретились с патриархом греческой православной церкви, посетили православные храмы, включая храм Святой Софии. По отзывам ребят, поездка к истокам православия оставила в сердцах неизгладимые впечатления» [10]; «В конце 80-х годов начался процесс возрождения томского костела. В 1938 году он был закрыт и, казалось, навсегда умер для Томска. 10 апреля 1990 года, в праздник Пасхи, состоялось торжественное освящение вновь открывшегося костела» [9]. Таким образом, в интернет-дискурсе находит отражение значимость религиозного дискурса в формировании национально-культурной идентичности современных диаспор.

Социальный аспект национальной идентичности реализуется через установление отношений этноса и государственности. На сайтах одной из регулярно воплощаемых тактик является актуализация связи представителей данной национально-культурной автономии диаспоры с метрополией, проявленная через: 1) презентацию соответствующей государственной символики (обычно сайты национально-культурных объединений маркируются государственной символикой – герб, флаг – метрополии и страны проживания); 2) представление наиболее «презентационных» моментов в истории и современной жизни метрополии, прежде всего тех, что связаны с миграционными процессами; 3) обращение к актуальным событиям, происходящим в настоящее время, прямо или косвенно влияющим на личную жизнь членов национально-культурного объединения (например, хроника событий в Оше, оценка Ошских событий на сайте узбекской диаспоры) [6].

Одной из тактик выражения этнической идентичности может быть актуализация идеи социальной несправедливости, актуализация драматических страниц в истории этноса, являющихся причинами вынужденных миграций. Ранее были приведены характерные материалы сайта «Российские немцы Сибири. Russlanddeutsche Sibiriens» [18]. Не менее ярким свидетельством такой тактики являются материалы сайта «Союз армян России», где в разделе «Идеология» в качестве главной формулируется цель: «Прекратить перманентный геноцид, который уже более века испытывает наш народ, и содействовать созданию условий, благоприятствующих духовному и физическому сохранению и развитию армянского этноса» [7].

В ряде случаев избирается тактика выражения идеи надгосударственной общности этноса, что проявляется в структуре сайтов, на главных страницах которых представлена общая информация о диаспорах во всех странах, где проживают представители данного этноса, приводится информация об актуальных событиях в жизни диаспор в разных государствах. Так, например, на сайте «Союза армян России» есть отдельная страница «Диаспора», представляющая информацию о государственном расселении армянского этнического сообщества: «По приблизительным подсчетам, на нашей планете живут от 7 до 15 млн армян, в том числе: Австралия – 45000, Австрия – 3000, Азербай-

джан – 5000... Россия – 2700000, Румыния – 10000, Сенегал – 15...». Здесь даются ссылки к информационным и аналитическим материалам, посвященным армянам, живущим в разных странах: «Новая эра для армян Баден-Вюртемберга» (со ссылкой на сайт www.armenische-kulturtage-stuttgart.de), Серж Танкян против Барака Обамы (со ссылкой на материалы газеты «Калифорнийский курьер»); «Мигран Пркич Гюлтекин: “Отношение к немусульманскому населению в Турции как к «другому» практически не изменилось” (со ссылкой на сайт www.yerkramas.org)» и т.д. [7].

Идея надгосударственной общности этноса воплощается в формировании особых концептов, как, например, «полония» – польское этнокультурное общество, проживающее за пределами метрополии, «всемирный эллинизм» – духовное, культурное единство греков, проживающих как в метрополии, так и за ее пределами, и под.

1.2. *Вторая коммуникативная стратегия, реализующаяся во «внутренних дискурсах, – демонстрация национально-культурного своеобразия этноса как основы толерантного его восприятия в инокультурной среде, будучи направленной вовне этнокультурного сообщества, непосредственно соотнесена с ранее рассмотренной, базируется на ее результатах. Все коммуникативные тактики, рассмотренные нами выше, имеют и иную стратегическую проекцию – создание основы толерантного восприятия этноса в инокультурной среде. Так, несомненно, смысловое пространство этнических праздников вмещает не только идеи культурного единства и обособления, но и включает презентационные тактики, имея направленность вне этноса. Данные варианты коммуникативной направленности праздника находят непосредственное отражение в материалах сайтов национально-культурных автономий. Приведем примеры: «В субботу, 3 сентября в городском саду пройдет День узбекской культуры. Торжественное мероприятие, организованное по инициативе узбекской диаспоры, приурочено к празднованию 20-й годовщины независимости Республики Узбекистан. Каждый, кто посетит наш праздник, сможет увидеть не трудового мигранта из страны ближнего зарубежья, а поистине гостеприимный народ, уважающий свое культурное наследие и традиции предков» [6].*

Однако непосредственную реализацию данная стратегия находит в применении коммуникативных тактик фиксации истории диаспоры, выражения идеи значительности вклада данного этноса в мировые цивилизационные процессы, в государственное, политическое культурное строительство региона. Так как рассматриваемая стратегия осознается этнокультурными сообществами в качестве важнейшей, она находит воплощение в данных тактиках на сайтах всех диаспор, независимо от условий и времени их формирования. Например, Хамза Хамроев, председатель национально-культурной автономии «Узбекистан», разъясняя цели мероприятий, проводимых автономией, пишет: «В первую очередь свои традиции показать хочу. Чтобы люди знали, что мы не только гастарбайтеры, а что мы сюда приезжаем и свою культуру привозим, традиции» [6]; представители Российско-немецкого дома отмечают, что целью организуемых Дней немецкой культуры является «...формирование положительного общественного мнения о вкладе российских немцев в общероссийское культурное достояние» [18] и т.д.

Тактики, реализующие данную стратегию, также имеют две проекции коммуникативной актуализации: историческую и современную. Практически на всех сайтах есть страницы, посвященные истории формирования диаспор, как в данном государстве в целом, так и в данном регионе. При этом обычно выражается идея длительности совместного проживания этноса. Так, на сайте Томской еврейской общины размещена страница «История Томской еврейской общины»: «...историки считают, что первые евреи попали в Сибирь вместе с польскими военными, взятыми в плен в ходе войны 1623–1624 годов. ...В дальнейшем многие евреи попадали в Томск в качестве так называемых «николаевских солдат. ... После установления «черты оседлости» в конце XVIII века в течение многих лет евреи попадали в Томск, в основном, как ссыльные и каторжане. В 1837 году, как свидетельствуют архивные записи, в городе проживало 35 иудейских семей» [7]. На официальной странице «Дома польского в Томске» дана информация об истории формирования польской общины: «Как всё начиналось. Сибирь исторически заселялась людьми многих национальностей, в том числе и поляками. Многие попали в Сибирь не по своей воле: были сосланы в период с конца XVIII по XIX век за участие в польских восстаниях и репрессированы в середине XX столетия. Томская область – не исключение. На ее территории в настоящее время проживает значительное число поляков и людей, имеющих польские корни» [9]. На сайте узбекской диаспоры также отражены первые исторические свидетельства культурных и государственных контактов народов: «С древности активные миграционные процессы в Центральной Азии и Великой степи оказывали большое культурное влияние на народы, населявшие Сибирь. После прихода русских в Сибирь, во второй половине XVII века в Томске стали появляться уже в качестве постоянных жителей «бухарцы», торговавшие среднеазиатским шелком, коврами» [6].

Вторая коммуникативная тактика реализации рассматриваемой стратегии – отражение значительности вклада, вносимого сообществом в развитие принимающего государства. Так, на сайте «Российские немцы Сибири. Russlanddeutsche Sibiriens» выделены и раскрыты (в качестве отдельных электронных страниц гипертекста) следующие аспекты вклада немцев в развитие культуры и государственности России: «Военно-административная деятельность; Немцы – губернаторы Сибири; Научная деятельность; Сельскохозяйственная деятельность; Культурно-просветительская деятельность; Роль немцев-декабристов в развитии культуры и просвещения; Немцы – архитекторы; Развитие немецкой национальной школы; Религиозная жизнь немецких колонистов Сибири; Лютеране в Омске; Немцы в просвещении и здравоохранении; Календарная обрядность немцев Западной Сибири конца XIX–XX вв.» [18].

Третья базовая коммуникативная тактика реализации данной стратегии – презентация активных социальных действий членов диаспоры (иногда – представителей метрополии), направленных на гармонизацию социальных отношений, одна из ведущих тем при этом – благотворительность. Так, например, на новостной странице официального сайта «Союз армян России» размещается информация: «Союз армян России – пострадавшему от разрушительного наводнения Крымску. Вся страна скорбит по жертвам наводне-

ния, помощь поступает со всех уголков России. Одним из первых откликнулось отделение САР г. Сочи, в кратчайшие сроки собрав и направив 5 тонн гуманитарной помощи в пострадавшие районы. Был открыт также и расчетный счет, на который поступают пожертвования. Инициативу сочинцев поддержали и другие городские отделения Краснодарского края, Ставрополя, Нижнего Новгорода, региональные отделения Москвы, Твери и др.» [7].

Электронные ресурсы рассмотренных сайтов национально-культурных автономий также свидетельствуют, что коммуникативная стратегия демонстрации национально-культурного своеобразия для соседствующих этносов, формирования основы для толерантного восприятия этноса в инокультурной среде воплощается в праздничном и педагогическом «внутренних» дискурсах. Преподавание родного языка может стать основой не только возрождения национального самосознания, но и средством распространения важнейших образов культуры той или иной диаспоры. Так, на странице «Региональные объединения» сайта «Союз армян России» подчеркивается: «В армянской воскресной школе сегодня учатся также инонациональные ученики. Среди изучающих армянский язык много русских девушек, у которых друзья армяне; есть среди них также грузины и мусульмане. У нас изучал армянский даже один из лекторов Томского государственного университета» [7].

Праздничные дискурсы, как синтетические мультисемиотические действия, актуализируя важнейшие символы этнической культуры, коммуникативно направлены не только внутрь этноса, но и вовне. Подобная двойная направленность осознается организаторами праздничных действий и транслируется в медиадискурсах, что находит отражение на официальных сайтах не только культурно-национальных автономий, но и административных, представляющих внешнюю по отношению к автономии точку зрения. Например, при проведении национального русско-татарского шоу (24.02.2011), организуемого Татарской национальной культурной автономией, Областным центром татарской культуры, Татарской молодежной организацией, отмечалось, что «приоритетными задачами проекта являются: сохранение и развитие межнационального самодетельного творчества, языка, обычаев и традиций народов, проживающих в г. Томске и Томской области; развитие творческого потенциала русской и татарской молодежи, повышение мотивации у подрастающего поколения к изучению культуры разных народов, развитие межнациональных связей, толерантности, развитие у участников вечера толерантного отношения к представителям разных конфессий, создание условий для реализации творческих возможностей, для эмоционального и духовного сближения между участниками шоу – представителями разных народов» [17].

1.3. Коммуникативная актуализация первых двух стратегий служит основой воплощения третьей – *актуализации аспекта мультинациональности региональной (городской) идентичности.*

Большинство социальных практик национально-культурных автономий, находящих отражение в праздничном, образовательном, медийном, имиджевом дискурсах, направлены на создание комфортной городской среды проживания в условиях возрождения (поддержания) этнокультурной идентичности. Специфичное выражение данная стратегия находит в коммуникативной тактике актуализации идеи мультинациональности города и идеи особого

культурного единения наций в городском пространстве, не растворяющего, но актуализирующего национальные идентичности. Типичное воплощение такая тактика находит в медийном «внутреннем» дискурсе: «Добрососедские отношения между народами области, насчитывающие в одних случаях сотни, в других десятки лет, привели к образованию общего культурного фона, и каждый внёс в него свою лепту, в том числе и Томская городская национально-культурная автономия «Узбекистан»» [6].

2. Во «внешних» дискурсах мы наблюдаем обратное по отношению к рассмотренным ранее «внутренним» дискурсам соотношение значимости выделенных нами стратегий, направленность их взаимодействий, применения типичных тактик.

В качестве первичной, наиболее значимой во «внешних» дискурсах реализуется стратегия актуализации аспекта мультинациональности региональной (городской) идентичности. Рассмотренные во «внутренних» дискурсах стратегии выражения идеи этнокультурного обособления и демонстрации национально-культурного своеобразия этноса как основы толерантного его восприятия в инокультурной среде во «внешних» дискурсах выступают в качестве тактик ее осуществления. Именно такое соотношение коммуникативных стратегий сформулировано на странице «Национальные объединения» официального сайта администрации Томской области: «Томская область – многонациональный регион. ...Добрососедские отношения между народами области, насчитывающие в одних случаях сотни, в других десятки лет, привели к образованию общего культурного фона, в который каждый этнос внес свою лепту. Основная задача исполнительной власти – сохранение самобытности и развитие всех этнических групп на территории Томской области» [17]. Актуализация аспекта мультинациональности и толерантности городского социокультурного пространства базируется на выявлении внутреннего потенциала национально-культурных автономий. Установление этнической толерантности происходит из пределов осознанной национальной идентичности.

Стратегия утверждения идеи мультикультурной толерантности является базовой в административном и политическом дискурсах, транслируется во внешних по отношению к конкретным автономиям медийных источниках. Все источники представлены в интернет-дискурсах на сайтах соответствующих административных образований, политических организаций, газет, журналов и т.п. Эта институциональная позиция транслируется медиадискурсом, в пределах которого выделяется тематический субдискурс этнокультурной идентификации и презентации.

Первая стратегия реализуется в региональной ежедневной прессе, в радиийном и телевизионном секторах регионального медиадискурса, как в отдельных публикациях, программах, так и на регулярно возобновляемых тематических страницах медиадискурса, например в радиопередаче Томской ГТРК «Здравствуйте, соседи!», в специализированных изданиях, среди которых следует назвать журнал «Территория согласия». Стратегия реализуется через тактику актуализации символических маркеров многих культур, их неконфликтного, но взаимодополняющего соседства. И в данном случае, как и во «внутренних» дискурсах, в качестве значимых мар-

кером избираются язык и фольклорная символика. Однако при этом в коммуникативном фокусе находятся другие смыслы. Ранее отмечалось, что дискурсивная организация праздника позволяет синтетично представить базовые культурные маркеры этноса. Однако праздничный дискурс может реализоваться и как внутренний личностный дискурс (например, празднование в семье народного праздника «Навруз»), как «внутренний» институциональный (например, проведение праздника «Навруз» татарской национально-культурной автономией), как институциональный и «внешний» по отношению к субдискурсу национально-культурной идентификации и презентации (например, проведение новых городских праздников, фестивалей национальных культур «Содружество», «Дружба народов», «Томская мозаика», областного конкурса исполнителей национальной песни и танца «Радуга», городского карнавала). В последнем случае доминирующей идеей, выражаемой разнообразным событийным рядом и многоплановой семиотикой, является идея многоэтничности города, его толерантности к поликультурности и мультилингвальности. Эта идея, выраженная в дискурсивном пространстве праздничных действий, многократно транслируется в медийном, административном, политическом дискурсах, находя отражение и в виртуальной коммуникации. В качестве примера приведем страницы «Национальные объединения» в разделе «Новости» официального сайта администрации Томской области, где наряду с объявлением о проведении XVII областного фестиваля национальных культур «Дружба народов» отмечается: «...Содружество наций – это основа политической стабильности в нашей области, это условие для экономического развития и наших общих успехов. Поддержка национальных культур – это политика власти... Нас объединяет этот праздник, он дарит нам счастье взаимопонимания и добрососедства, дружеской поддержки и любви к своей земле» [17].

Как отмечалось, организация этноспецифических праздников, которые проводятся как регулярно возобновляющиеся способы этнической презентации, имеет разностороннюю направленность. Так, в информационном сообщении о проведении праздника «Навруз», размещенном на сайте администрации Томской области, отмечалось: «Праздник «Навруз» привлечет внимание томичей к сохранению языкового наследия, выявит новые таланты, будет способствовать культурному диалогу и взаимопониманию народов Томской области» [17].

Тактика актуализации важнейшего маркера национальной идентичности – языка – во «внешнем» по отношению к национально-культурным автономиям педагогическом дискурсе также может быть способом воплощения рассматриваемой стратегии. В современном томском городском мультикультурном пространстве преподавание языков ведется не только на курсах, организуемых при национально-культурных автономиях, но и в общеобразовательных школах. В этом случае субдискурс национальной идентичности включается в структуру педагогического дискурса, цель которого – «социализация нового члена общества (объяснение устройства мира, норм и правил поведения, организация деятельности нового члена общества в плане его приобщения к ценностям и видам поведения...)» [19. С. 3–18]. Таким обра-

зом, в подобных дискурсивных практиках соединяются общие ценности дискурсов – ценности образования, воспитания, получения знания – и его тематической ориентации: ценность получения знаний о языках и культурах народов, живущих рядом, что находит поддержку в школьных курсах регионоведения.

Тактика актуализации базовых культурных маркеров на пересечении тематического субдискурса и образовательного воплощается в программе воскресных чтений «По дорогам национальных сказок» в рамках акции «Читаем вместе! Читаем вслух!» Центра «Содружество» Томской областной детско-юношеской библиотеки [17].

Рассматриваемая стратегия реализуется и на пересечении тематического субдискурса национальной идентичности презентации с научным дискурсом. Так, в информационном сообщении о проведении II региональной научно-практической конференции с международным участием «Поликультурное и этнокультурное образование в Томской области: суждения, опыт, перспективы развития», размещенном на сайте администрации Томской области, отмечен спектр обсуждаемых актуальных вопросов: «включение этнокультурного компонента в учебные дисциплины, адаптация детей-мигрантов в социокультурной среде Томской области, деятельность национальных общественных организаций, национально-культурных автономий и др.» [17].

С коммуникативной тактикой актуализации религиозно-конфессионального обособления этноса во «внутренних» дискурсах соотносится коммуникативная тактика актуализации религиозно-конфессионального многообразия, многоконфессиональности и толерантности томской региональной идентичности. Однако, как показал анализ материалов сайта администрации Томской области, данная тактика хотя и представлена, но значительно уступает по частотности реализации тактике актуализации символических маркеров традиционных культур. Зачастую эти две линии пересекаются в семиотическом пространстве религиозных праздников, которые являются регулярно возобновляющимися темами официальных дискурсов, вторично воспроизводимых на сайте администрации Томской области.

Тактики актуализации социального аспекта национальной идентичности как основы толерантного восприятия этноса в новой среде также представлены во «внешних» дискурсах, однако они, в отличие от «внутренних», практически не представлены внешними проекциям. Прежде всего актуализируются идеи не просто активного вовлечения представителей диаспоры в социальную жизнь региона, но влияющая, обогащающего социально-культурный контекст Томска благодаря реализации культурного и социального потенциала соответствующего этноса: «С 5 по 9 мая на базе Томского областного Российско-немецкого Дома (ул. Красноармейская, 71) состоится итоговый семинар международной программы «От идеи к действию!», посвященный завершению программного года сибирской кооперации. На семинаре участники из Новосибирска, Красноярска, Омска и Томска вместе с тренерами и менторами Программы обсудят и оценят опыт, приобретенный во время проектной деятельности, при этом в центре внимания будут открывающиеся благодаря полученному опыту перспективы. Международная программа «От идеи к действию!» объединяет талантливых и креативных молодых людей из нескольких городов Сибири. Задача участников Программы – разработка и реа-

лизация социально значимых проектов в четырех сибирских регионах в течение 2011–2012 годов» [17].

Таким образом, анализ текстов официальных сайтов администрации, общественно-политических организаций, национально-культурных автономий, посвященных проблемам идентификации и презентации национально-культурных автономий Томска, показал значимость противопоставления внешних и внутренних дискурсов, репрезентирующих тему национальной идентичности и презентации. Данные типы дискурсов характеризуются единым набором коммуникативных стратегий, но противоположно направленной их иерархией, различным набором реализующих их тактик.

Литература

1. Мишанкина Н.А. Дискурсивные картины интернет-коммуникации в восприятии адресатов // *Картины русского мира : современный медиадискурс* / З.И. Резанова, Л.И. Ермоленкина, Е.А. Костяшина и др. Томск, 2011. С. 201–260.
2. Резанова З.И. Способы языкового выражения самоидентификации личности в виртуальном дискурсе (на материале чатов) / З.И. Резанова, Н.А. Мишанкина // *Европейские исследования в Сибири : материалы Всерос. науч. конф. «Мир и общество в ситуации фронта: проблемы идентичности»*. Томск, 2004. Вып. 4. С. 325–335.
3. Резанова З.И. Ценностные картины мира современной чат-коммуникации // *Картины русского мира : аксиология в языке и тексте* / З.И. Резанова, Н.А. Мишанкина. Томск, 2005. С. 296–327.
4. Силантьев И.В. Газета и роман : Риторика дискурсных смещений. М. : Языки славянской культуры, 2006. 222 с.
5. Костяшина Е.А. Современный глянецвый журнал : формирование картин мира на пересечении дискурсов // *Картины русского мира : современный медиадискурс* / З.И. Резанова, Л.И. Ермоленкина, Е.А. Костяшина и др. Томск, 2011. С. 135–156.
6. *Узбекская диаспора в Томске*. НКА «Узбекистан» [Электронный ресурс]. URL: <http://uzbekistan.tomsk.ru> (дата обращения: 12.09.2012).
7. *Союз армян России* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sarinfo.org> (дата обращения: 12.09.2012).
8. *Томская еврейская община* [Электронный ресурс]. URL: <http://jewish.tomsk> (дата обращения: 12.09.2012).
9. *Официальная страница «Дома польского в Томске»* [Электронный ресурс]. URL: <http://dom-polski.tru.ru> (дата обращения: 12.09.2012).
10. *Томская региональная национально-культурная греческая автономия* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grek.tomsk.ru> (дата обращения: 12.09.2012).
11. *Интернет-портал «Томская область – остров интеллекта в океане ресурсов»*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tomskergebiet.ru/ru/portal.html> (дата обращения: 12.09.2012).
12. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
13. Карасик В.И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 477 с.
14. *Казахи в Томске* [Электронный ресурс]. URL: vk.com/club2835620 (дата обращения: 12.09.2012).
15. *Казахи города Томска* [Электронный ресурс]. URL: vk.com/club9286823 (дата обращения: 12.09.2012).
16. *Томская городская национально-культурная автономия «Казахстан»* [Электронный ресурс]. URL: vk.com/club5807590 (дата обращения: 12.09.2012).
17. *Национальные объединения*. Администрация Томской области [Электронный ресурс]. URL: <http://tomsk.gov.ru/grazhdanskoe-obschestvo/natsionalnye-ob-edineniya> (дата обращения: 12.09.2012).
18. *Российские немцы Сибири*. Russlanddeutsche Sibirien [Электронный ресурс]. URL: <http://rdhaus.rtime.ru/index.php?page=50> (дата обращения: 12.09.2012).
19. Карасик В.И. Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики. Волгоград, 1999. С. 3–18.