

Секция «Государственное управление и публичная политика в России: институты и практики»

## **Использование механизмов политики памяти для формирования имиджа региона**

**Научный руководитель – Морозова Елена Васильевна**

***Зубков Александр Александрович***

*Студент (магистр)*

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра государственной политики и государственного управления, Краснодар, Россия

*E-mail: santiar1997@yandex.ru*

Имидж региона - есть рациональное и эмоциональное восприятие территории, психическое отражение ее образа. Коллективную память можно рассматривать как составную часть имиджа территории, используя понятие, сформулированное Барби Зелизер в статье «Читая прошлое против шерсти: Положение исследований памяти», где отмечалось, что в широком смысле памятью являются «все мысли, чувства и действия по поводу прошлого, которые не изучает традиционная история». [1, р. 234-235]

Исходя из этого, можно понять, что: во-первых, коллективная память несет в себе как рациональный, так и эмоциональный компоненты; во-вторых, память о регионе воздействует на имидж региона, и с другой стороны, имидж региона отчасти обуславливает восприятие его истории; в-третьих, как имидж, так и память можно сознательно конструировать, используя определенные методы, технологии и механизмы. Поэтому, представляется целесообразным рассмотреть, какие именно из механизмов политики памяти можно использовать для формирования имиджа региона.

Среди механизмов политики памяти выделяют: механизм забвения - так как всегда существует некое различие в объеме между доступными для познания историческими сведениями, вполне достоверно установленными наукой и реально присутствующими в сознании сообщества картинами прошлого, возможно в некоторой степени варьировать это соотношение. Причинами данного явления являются как физиологические особенности человеческого мозга - невозможно знать абсолютно все сведения о прошлом, так и политическое влияние и ценности общества, которые определяют, что именно необходимо держать в поле внимания, а какие события лучше было бы «забыть». Примером может послужить Испания, когда в стране был объявлен мораторий на обсуждение и оценку событий франкистского периода. Однако, это не всегда происходит целенаправленно - просто из-за фокуса на одних аспектах приводит к тому, что другие выпадают из общественного сознания. Например, в СССР для исторической памяти молодого патриота такие понятия, как «рабочий класс» и «революция» не были наполненные чисто идеологическим содержанием - система школьного и высшего образования наполняла их конкретными историческими сведениями. Он понимал, почему Октябрьский переворот 1917 г. называют «пролетарской революцией», с какой целью шла дискуссия о «диктатуре пролетариата» в среде интеллигенции и т.д. Сегодня же данные исторические знания для молодых людей не столь актуальны. [2]

Одним из ключевых механизмов политики памяти является образование, которое, с одной стороны, призвано непосредственно изложить свою версию истории в образовательном курсе, а с другой - формирует саму потребность что-либо помнить о прошлом, осмысливать и переживать это прошлое. Или наоборот - лишает стимулов к исторической рефлексии.

Следующий механизм - Создание и поддержание функционирования «мест памяти»: музеев, архивов, памятников, исторической архитектуры и т.д. Здесь наблюдается наиболее тесная связь с имиджем региона, так как для большого числа территорий наблюдается сильная связь с культурно-историческими ассоциациями. Особенно это характерно для туристических регионов (примеры: площадь Испании в Севилье, Тадж-Махал в штате Уттар-Прадеш).

СМИ и медийная сфера - создают дискурс, в рамках которого актуализируются те или иные исторические события, являются каналами получения информации. Вульф Канстайнер, обращал внимание на игнорирование многими исследователями медийной составляющей памяти. Коллективная память по своей природе является опосредованной и представляет собой «мультимедийный коллаж», поскольку речь идет о поиске смысла прошлого, помещенного в определенный культурный контекст. Историки, обращаясь к изучению документов, текстов, изображений, коммеморативных практик или ландшафтов, фокусируются, как правило, на одной медийной составляющей процесса воспоминания, игнорируя другие. [3] Формирование имиджа региона, в свою очередь, сложно представить без использования СМИ.

Конструирование исторического мифа. Миф является сплавом трех основных компонентов: «мифа-идеи», «мифа-образа», «мифа-события». [4, с. 20-35] Он отражает эмоциональную оценку информации, отсортированной в соответствии с ценностными ориентациями общества. Мифы устойчивы, упрощены, синкретичны и мало поддаются критике. Следует отметить, что в соответствии с характером разделяемых или неразделяемых мифов, социальные группы расслаиваются на «своих» и «чужих», на тех, кто «правильно» понимает прошлое, и тех, кто по поводу истории «врет». Еще один мотив - значимый другой, который подталкивает к подражанию или, наоборот, к независимому самосознанию.

В качестве примера использования мифа в имидже региона можно рассмотреть такую его разновидность, как миф основания. По легенде Петр I, прогуливаясь по острову Енисаари, отметил на земле крест и сказал: «здесь быть городу», где затем был установлена мемориальная плита и в небе появился орел, который повсюду следовал за императором. Таким образом был основан Санкт-Петербург. В качестве мифа основания можно рассматривать также жалованную грамоту черноморскому казачьему войску Екатерины II для Краснодарского края. Подобные мифы служат некоторой точкой отсчета в сознании человека, позволяют проникнуться эмоционально в историю региона, почувствовать сопричастность. В отношении имиджа они в краткой и привлекательной форме дают представление о территории, рисуют ее образ.

Символы и символические мероприятия, включая праздники, определение знаменательных дат, переименование улиц и городов, использование гербов, флагов, национальных одежд, массовые мероприятия и прочие акты коммеморации. Они также могут стать визитной карточкой региона. Как, например, ысыях в Якутии, День воссоединения Крыма с Россией в Севастополе, Тиховские поминовения в Краснодарском крае.

Использование культуры - фильмы, картины, литература, музыка становятся частью ассоциативного ряда рядом с регионом, его историей, биографией знаменитых людей, родившихся и живших на данной территории. Так - роман Лихоносова В. И. «Наш маленький Париж» рисует образ Кубани, а Петербург знаменит Эрмитажем. Отдельно следует отметить кинематограф, ведь он охватывает большую аудиторию и обладает широкими возможностями для воздействия на органы чувств. А художественная составляющая позволяет на основе реальных фактов в значительной степени приукрашивать и домысливать детали в угоду зрелищности и эмоциональному эффекту. Вследствие чего киноленты, основанные на исторических сюжетах, с легкостью формируют его представление об исторической правде. Л. Н. Мазур отмечает, что фильмы удачным образом сочетают в себе

черты массовости, характеризуя общественные стереотипы и шаблоны, и художественной уникальности, поскольку выступают в качестве продукта творчества, создавая образные ряды, ранжируя их, вплетая в историческое пространство [5, с. 253].

Сетевые механизмы политики памяти и интернет-ресурсы: сайты регионов и органов власти, порталы, создаваемые по инициативе гражданских организаций: например, место-памяти.история.рф, где на карте отражены мемориальные объекты.

Все рассмотренные механизмы примечательны тем, что они проникают в обе среды - и в формирование имиджа региона и в политику памяти. Так, что зачастую отдельное явление сложно однозначно отнести к одному из них. Для формирования памяти используются методы конструирования имиджа и наоборот - имидж строиться с использованием истории региона. Например, реклама, которая часто обращается к историческим сюжетам - компания Inspired by Iceland, ролик Baikal Teaser 2D. [6]

Использование механизмов политики памяти в формировании имиджа региона позволяет дополнить конструированный образ, протянуть линию преемственности во времени от основания до современного состояния той или иной территории, объяснить некоторые региональные особенности.

Наблюдается взаимосвязь объектов и методов символической, информационной политики. Следует отметить, что механизмы политики памяти зачастую используются для формирования имиджа без рефлексии, относительно теоретических аспектов данного направления исследований. Это относится как к государственным, так и не государственным акторам в результате чего конечный результат становится фрагментарным. Поэтому переосмысление имиджа через политику памяти представляется важным для понимания закономерностей жизни региональных сообществ, а также замены одних образов региона другими в коллективном представлении.

Таким образом, составленный краткий обзор механизмов политики памяти, который, безусловно, не является исчерпывающим, призван обратить внимание на потенциально полезные для формирования имиджа региона возможности, которые ранее выпадали из поля внимания вследствие ограниченного понимания взаимосвязи таких явлений как память и имидж.

Так или иначе данная работа призвана лишь показать эти возможности и стимулировать более активное их использование.

### Источники и литература

- 1) 1. Zeliezer B. Reading the past against the grain: The shape of memory studies // Critical studies in mass communication. – Abingdon-on-Thames: Routledge, 1995. – Vol. 12, N 213. – P. 215–239.
- 2) 2. Шестов Николай Игоревич Механизмы «Забывания» в структуре исторической памяти // История и историческая память. 2014. №9. С. 76-89
- 3) 3. Kansteiner W. Finding meaning in memory: A methodological critique of collective memory studies // History and theory. – Middletown, 2002. – Vol. 41, N 2. – P. 179–197.
- 4) 4. Локк Д. Избранные философские произведения. Т. 1. М.: Соцэкгиз, 1960. 731 с.
- 5) 5. Мазур Л. Н. Образ прошлого: формирование исторической памяти // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. — 2013. — № 3 (117). — С. 243-256
- 6) 6. 10 лучших туристических реклам URL: <https://www.sostav.ru/publication/reklama-stran-22081.html>