

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА, КАК УНИВЕРСАЛЬНОГО ИНСТРУМЕНТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ)

А.Б. Голубь¹, Л.В. Голубь²

¹Законодательное собрание Еврейской автономной области,

²Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема,
г. Биробиджан

В работе рассмотрены вопросы формирования образа территории и его трансформации в региональный имидж. Авторами описывается один из способов целенаправленного формирования имиджа территории как универсального ресурса социально-экономического развития региона.

Ключевые слова: имидж, регион, Еврейская автономная область.

FORMATION OF THE IMAGE OF THE REGION AS A UNIVERSAL INSTRUMENT OF STATE POLICY (ON THE EXAMPLE OF THE JEWISH AUTONOMOUS REGION)

A.B. Golub¹, L.V. Golub²

¹Legislative Assembly of the Jewish autonomous region,

²Sholom-Aleichem Priamursky state university,
Birobidzhan

The paper considers the issues of forming the image of the territory and its transformation into a regional image. The authors describe one of the ways of purposeful formation of the image of the territory as a universal resource of social and economic development of the region.

Keywords: image, region, Jewish Autonomous Region.

Принимая за аксиому, что у любой территории имеется свой собственный неповторимый образ, который неизбежно трансформируется во времени и в пространстве, следует понимать, что каждая территория в процессе своего исторического развития может целенаправленно видоизменять (трансформировать) собственный облик. Именно этот процесс планомерного изменения образа территории и называется региональным имиджем.

Как правило, географическим образам, соответствуют такие штрихи-метки, как картографическое изображение объекта, топонимы, характерные черты ландшафта или яркие и потому так запоминающиеся крупные историко-географических событий, связанных именно с данным объектом (Голубь, 2012).

Особую роль в формировании представления о территории выполняет политико-географический образ, берущий на себя тройственную функцию: отражения и укрепления региональной идентичности; содействия в выработке

региональной политики; выполнение инструментальной функции в разработке перспективного регионального планирования.

Вот почему, наиболее полный географический портрет территории проявляется как результат развития общественного самосознания – комплексного видения людьми своей территории, интересов и перспектив развития.

Родственным понятием к географическому образу является термин «*географический имидж*». Под этим термином понимается такая система представлений о государстве (регионе), когда производится конструирование представлений о территории с целью решения конкретных задач (привлечение инвестиций в регион, развитие внутреннего туризма, закрепление населения и т.д.) (Багров, Швец, Самулев, 2001).

Таким образом, в географической науке применение термина «имидж», уместно, когда речь идет о формировании отношений к той или иной стране или региону со стороны, как самих жителей, так и со стороны сопредельных территорий.

Формирование имиджа Еврейской автономной области неразрывно связано с ключевыми историческими событиями становления молодого советского государства в Дальневосточном регионе.

Революционные события 1917 г. и последующая за ними Гражданская война 1918-1922 гг. практически обезлюдили и без того редкое население Дальнего Востока. По имеющимся данным переписи 1926 г. на огромной территории площадью 6 млн. км² проживало около 32 тыс. человек. Понятно, что такими силами освоить столь обширный регион практически не представлялось возможным.

В такой сложной политической и социально-экономической обстановке на Дальнем Востоке правительством было принято решение об укреплении обороноспособности региона, развитии его инфраструктуры, промышленной и продовольственной базы, строительства дорог.

Именно с этой целью была рассмотрена возможность организованного переселения евреев на Дальний Восток. Такое решение вопроса представлялось руководству страны наиболее оптимальным и особенно в имиджевом плане – создание в молодой советской республике первой и единственной в мире еврейской автономии для более чем 2 млн. ее граждан.

В этом отношении переселение евреев на Дальний Восток образно можно сравнить с историей исхода евреев из Египта, когда пророк Моисей сформировал для своего народа имидж «Земли Обетованной», прежде всего как «земли хорошей и пространной». Земли, «где реки текут молоком и мёдом» (Исход, 3:8 и 17; Второзаконие, 8:7, 8 и 9), тем самым он не только поднял и направил тысячи людей на поиски новой земли, но и сформировал под этим лозунгом новую религию, новую культуру и целый народ.

В этом случае Моисей выступил в роли не только национального освободителя и великого законодателя, но и создателя (т.е. имиджмейкера) вполне определенного геокультурного пространства.

Всё это следует рассматривать не иначе, как процесс целенаправленного формирования имиджа вполне конкретной территории. При этом выражение «обетованная земля» для людей того времени, означало, желанное место, где легко и радостно жить, а значит, куда надо стремиться попасть и вообще все то, что представляется человеку истинным счастьем.

Для евреев 20-30-х гг. XX в. «Землей обетованной» и выступила узкая приамурская полоса Бирско-Биджанского района Дальневосточного края, а роль пророка Моисея сыграла Советская власть, всячески пропагандируя так называемый «Биробиджанский проект» как внутри страны, так и за рубежом.

Так, в частности, по линии международных еврейских организаций на Дальний Восток прибывали переселенцы из США, Германии, Австрии Латвии и Литвы, Польши и Аргентины и Болгарии и т.д.

Недаром в те годы особой популярностью пользовался кинофильм «Искатели счастья» снятый в 1936 г. на киностудии «Беларусьфильм» режиссером Владимиром Корш-Саблиным (картина снималась в Приамурской полосе – в селах: Радде, Сталинфелд, Бирофелд, Амурзет и в окрестностях Биробиджана).

Необходимо отметить особо значимую роль данного фильма в формировании позитивного имиджа Еврейской автономной области. Вот как вспоминает об этом фильме житель Одессы Анатолий Козак: «Искатели счастья» смотрели не только евреи, фильм сводил с ума всех – русских, украинцев, молдаван, немцев, которые жили в нашей стране. Я не помню ни одного человека, который отозвался бы непочтительно о фильме и его персонажах, и герои биробиджанской истории буквально вошли в советскую жизнь. ...Словом, эта уникальная в своем роде комедия явилась прекрасным интернациональным призывом к еще большему объединению всех рас и народов, населявших тогда СССР... Конечно же, сегодня такой сюжет кажется наивным. Но в 30-е годы, лента о приключениях евреев в Биробиджане воспринималась на полном серьезе. И это был настоящий бестселлер!» (Козак, 2001).

Уже в мае 1928 г. на станцию Тихонькая – будущий Биробиджан, где в то время проживало немногим более 800 человек, стали прибывать эшелоны с первыми переселенцами-евреями.

С этих пор именно еврейская составляющая самым неразрывным образом связана с современным имиджем данной территории.

Список литературы:

Голубь А.Б. Географическая культура - образ территории – имидж региона // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2012. № 2 (11). С. 17-24.

Багров Н.В., Швец А.Б, Самулев А.А. Географическая имиджелогия: свидетельство о рождении // Культура народов Причерноморья. 2001. № 25. С. 187-194.

Козак А. Искатели счастья, или воспоминания очевидца // Лехаим. Сентябрь 2001. Эул 5761 - 9 (113). URL: <https://lechaim.ru/ARHIV/113/kozak.htm> (дата обращения: 25.06.2018).