


Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
ФАКУЛЬТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ



ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ



Секция III
Актуальные проблемы
управления межэтническими
и межконфессиональными отношениями

13-я Международная конференция. Май 2015

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
ФАКУЛЬТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Государственное управление в XXI веке

Секция III

Актуальные проблемы управления межэтническими
и межконфессиональными отношениями

Материалы 13-й международной конференции
Май 2015



УДК 33(063)
ББК 65я431
Г72

Г72 Государственное управление в XXI веке: материалы 13-й международной конференции, май 2015. [Сборник] / Коллектив авторов — М.: «КДУ», «Университетская книга», 2016.

Секция 3. Актуальные проблемы управления межэтническими и межконфессиональными отношениями: [Сборник] / Коллектив авторов — М.: «КДУ», «Университетская книга», 2016. — 28 с.

ISBN 978-5-91304-636-9

ISBN 978-5-91304-639-0 секция 3

В сборник включены доклады и выступления участников международной конференции по широкому кругу проблем государственного управления, Евразийской интеграции, социальных аспектов инновационного развития экономики, современных теорий и технологии управления. Тексты представлены на языке оригинала: русском и английском.

Для исследователей, преподавателей, студентов, аспирантов, управленцев-практиков, а также всех, кто интересуется вопросами государственного управления.

Электронное издание

Оригинал макет подготовлен в ООО «КДУ»

© Факультет государственного управления
МГУ им. М. В. Ломоносова, 2016

978-5-91304-639-0

© КДУ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Максимова О.Н. (Россия, г. Оренбург)</i> Проблема национализма в многонациональном регионе и конструирование идентичности молодёжи.....	4
<i>Сулягина Ю. О. (Россия, г. Москва)</i> Адаптация трудовых мигрантов к новой этнокультурной среде: стратегии и этапы процесса.....	10
<i>Шерстюк Е.А. (Россия, г. Москва)</i> Интернет-коммуникация в российских регионах.....	18
<i>Буданов М.А. (Россия, г. Москва)</i> Двойная лояльность как угроза гражданской нации	25

ПРОБЛЕМА НАЦИОНАЛИЗМА В МНОГОНАЦИОНАЛЬНОМ РЕГИОНЕ И КОНСТРУИРОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЁЖИ

Этнополитические процессы в многонациональных регионах современной России, среди прочего, характеризуются усиливающейся тенденцией роста ксенофобии в молодёжной среде. Одним из подтверждений этого является поддержка молодыми россиянами лозунга «Россия для русских», как следствие утверждения в сознании молодёжи защитно-компенсаторного типа национализма, который в отличие от национализма эмансипационного, ориентированного на построение государства иного порядка (утверждение новой системы ценностей) апеллирует к сохранению существующего порядка, прежней системы ценностей, опираясь при этом на мифы, символы, идеи, историческую память.

В основе защитно-компенсаторного типа национализма лежит не поиск новых ориентиров развития, а принцип создания барьеров для утверждения в массовом сознании новых комплексов идей. Условием интеграции сообщества становится образ «чужого», «иного» как следствие отсутствия позитивных идей, что связано с консервацией существующего положения через рост негативизма, через утверждение факторов враждебного отношения к другому.

Защитно-компенсаторный, ностальгический комплекс представлений об оставшейся в прошлом «великой державе» представляет собой внешний контур предельно общего российского «мы». На внутреннем уровне действуют такие механизмы сплочения и демаркации, как идеологическая и бытовая ксенофобия, дистанцирование, неприязнь к «другому» и «чужаку» [1].

Трансформация ценностных представлений это культурно обусловленный процесс. Культура понимается как инерционная система, как совокупность норм и ценностей, которые являются изменчивыми. С целью анализа трансформации ценностных приоритетов молодёжи обратимся к социологическим исследованиям в молодёжной среде, проведённым на территории Оренбургской области за 20-летний период с 1993 по 2014 гг.

На вопрос об отношении к лозунгу «Россия для русских» в 1993 г. более 50% студентов ответили утвердительно, что слабо соотносится с позитивными этнополитическими установками. По итогам опросов в 1994 – 1996 гг. от 50 до 60% студентов одобряли (полностью или частично) лозунг «Россия для русских» [2]. В 2011 г. лозунг «Россия для русских» поддержали 36% опрошенных в группе 18 – 29 лет [3]. Исследования, проведенные в 2013 г. среди студентов пяти ВУЗов г. Оренбурга свидетельствуют о том, что лозунг «Россия для русских» поддерживали 28% респондентов [4]. Снижение нетерпимости по отношению к этническому другому в среде оренбургской студенческой молодёжи является позитивной практикой, однако в корне не меняет ценностной основы мировоззрения молодёжи.

Результаты социологических исследований, проведённых на территории Оренбургской области в 1996 г. свидетельствовали о либеральной направленности мировоззрения студентов по сравнению с ценностными представлениями населения области (таблица 1).

На первый взгляд, как отмечает руководитель социологического центра «Общественное мнение» Г.В. Шешукова, можно сделать вывод о том, что студенты выбирают скорее либеральные ценности, а не национальные или государственные. Но, это только вербальная направленность, которая слабо реализуется в поведении студентов. Поскольку лишь 43% студентов в данный период были ориентированы на участие в выборах [5]. А это показатель поведенческой

* Максимова Ольга Николаевна, кандидат политических наук, начальник отдела международных связей, Оренбургский государственный аграрный университет.

активности в реализации деятельности по утверждению новых ценностей, формированию новой картины мира, в том числе в сфере этнополитических отношений.

Таблица 1

**Ценностные ориентации населения области и студенчества
(май 1996 г., Оренбургская область) в %**

идеи-символы	население области	студенчество
Возрождение России	11	20
Свобода	4	15
Вхождение в современный мир	3	10
Права человека	14	32

Не только студенты, но и оренбуржцы в целом по всему массиву опрошенных фактически не разделяют либеральные ценности. В ходе социологических опросов на территории Оренбургской области, как отмечает Г.В. Шешукова, отвечая на вопрос: «Вы за свободы и права личности?», – большинство оренбуржцев дают ответ – «да», вместе с тем при ответе на контрольные вопросы только 5–7% реально разделяют либеральные ценности. А вот национальные, державные уже больше, религиозные – более половины населения [6].

Как для жителей Оренбургской области в целом, так и для отдельных социальных групп одной из которых является молодёжь важное значение имеет этническая идентификация (таблица 2).

Таблица 2

**Этническая идентификация и ее значимость
в возрастной группе 18 – 29 лет (в %)**

Этническая принадлежность очень значима и значима	год	%
	2004	72
	2005	74
	2006	79
	2007	76
	2011	75
	2013	27

С целью выяснения соотношения гражданской, этнической и региональной идентичности в ходе социологических исследований студентам был задан вопрос о чувствах и ассоциациях, которые соответствуют понятию «Родина». По условиям анкеты респондент мог одновременно дать несколько определений. Для большинства студентов Родина – это Россия (62%). Вместе с тем, для почти половины опрошенных (44,3%) это еще и родной город, либо родной регион (39%). Студенты из Казахстана называли родиной Казахстан, или город, из которого они приехали. Больше трети (35,7%) студентов ассоциируют понятие Родина с историей России, а еще 9% – с историей своего региона. Таким образом, историческая память является в понимании студенческой молодежи важной частью восприятия Родины [7, С. 49]. Не случайно этот символический ресурс активно используется на современном этапе. Роль истории страны в последнее десятилетие заняла значительную нишу в официальном дискурсе власти. Дискурс власти ориентированный на историческое прошлое в первой половине 2000-х гг. и с каждым годом характеризующийся повышением внимания к исторической тематике, включённый в информационное и

образовательное пространство, на современном этапе предопределил значимость исторической памяти в ценностных ориентациях современной молодежи.

Результаты социологических исследований 2012 г. В среде студенческой молодежи г. Оренбурга свидетельствуют о том, что суждения молодёжи о восприятии родины, сводятся к следующим: «родина – это место, где легко», «где всегда ждут», «там, где хорошо душе» и характеризуют эмоционально-психологическое восприятие родины. Ответы студентов на вопрос «О какой из перечисленных групп Вы можете сказать «это – мы?» свидетельствуют об устойчивости приоритетов в структуре групповой идентичности. На первом месте по частоте упоминаний – семья, на втором – круг друзей, и только на третьем – гражданство («мы – это граждане страны»). Этническая идентичность в иерархии находится среди меньших предпочтений, по значимости она практически равна профессиональной групповой идентичности [7, с. 50]. Между тем современная оренбургская студенческая молодёжь интегрирована в региональные этнополитические процессы поскольку при опросе молодёжь, оказалась способной оценить межнациональные отношения в регионе и в их характеристике они представлены как вполне позитивные.

Положительные оценки межнациональных отношений в группе опрошенных 18 – 29 лет за период с 1994 по 2012 гг. распределились следующим образом (см. таблицу 3).

Таблица 3

Положительная оценка межнациональных отношений в группе опрошенных 18 – 29 лет (в %)

Межнациональные отношения в Оренбургской области как «хорошие» оценили	год	%
	1994	56,5
	2006	48
	2010	55
	2011	48
	2012	61,4

Таблица 4

Недоброжелательное отношение молодежи (18 – 29 лет) к людям разных национальностей в 1993 – 2011 гг. (в%)

На вопрос есть ли национальности, к которым Вы испытываете неприязнь, утвердительно отвечали	год	%
	1993	32,6
	1994	58,4
	2006	34
	2011	36

В 2013 г. о межнациональных отношениях в области в оценках оренбургской студенческой молодёжи можно судить по ответам на вопросы о дискриминации, ксенофобии и межэтнической толерантности. Треть студентов вообще никогда не сталкивались с дискриминацией. Две трети респондентов указали, что им довелось попадать в ситуацию, когда нарушались их права. Студенты в основном говорили об ущемлении своих прав в связи с возрастом и полом. Самый высокий уровень дискриминации отметили студенты в связи с конфликтом поколений – 27%,

на ущемления в связи с полом указали 17% респондентов, по национальной принадлежности ущемление в правах ощущали 14% опрошенных [7, с. 51].

Вместе с тем в сознании оренбургских студентов все же имеются установки, связанные с недоброжелательным отношением к представителям разных национальностей (таблица 4).

В 2013 г. об уровне недоброжелательного отношения молодёжи к представителям разных этнических групп можно судить по тому, что 44% респондентов отрицательно относятся к трудовым мигрантам в России. В данной оптике это не вполне объективный показатель, поскольку большое значение при характеристике миграционных процессов имеет экономический фактор.

Негативные чувства у молодежи вызывают представители следующих национальностей: цыгане, чеченцы, азербайджанцы, таджики, армяне, узбеки, грузины (таблица 5).

Таблица 5

**Национальности, вызывающие негативные чувства
у студенческой молодежи (в %)**

национальности	2007 г.	2011 г.	
цыгане	22	26	– 4
азербайджанцы	19	18	+ 1
чеченцы	18	20	– 2
армяне	12	12	0
таджики	10	16	– 6
узбеки	10	11	– 1
грузины	6	10	– 4

В 2011 г. 31% всех студентов вузов г. Оренбурга были готовы к личному участию в межэтнических конфликтах на стороне «своей» этнической группы.

Показателем, характеризующим не вербальный, а поведенческий потенциал межнациональной конфликтности является готовность к личному участию студенческой молодежи в межнациональном конфликте на стороне «своей» этнической группы (таблица 6).

Таблица 6

**Готовность к личному участию студенческой молодежи в межнациональном конфликте
на стороне «своей» этнической группы (в %)**

В случае необходимости готовы принять участи в межнациональном конфликте на стороне «своей» этнической группы	год	%
	2007	37
	2011	31
	2013	68

Результаты социологического опроса 2013 г. «Молодежь в полиэтничном регионе» свидетельствуют о том, что «готовность» участвовать в межнациональном конфликте на современном этапе проявили 68% всех опрошенных студентов. Из них 28% готовы конфликтовать на стороне представителей своей национальности, 40% выступили бы на стороне тех, кто прав, независимо от их национальности [3]. Готовность молодежи выступить на стороне тех кто прав вне зависимости от национальности свидетельствует о явном запросе на утверждение социальной справедливости в обществе.

В ценностных установках оренбургской студенческой молодёжи этнонационалистические стереотипы имели место в первой половине 1990-х гг. и зафиксированы в 2013 г. Вместе с тем мотивы этнической предубеждённости в сознании этих двух поколений молодёжи разные. В 1990-е гг. этнонационалистические стереотипы получили распространение в среде студенческой молодёжи как ответная реакция на распространение этнического национализма в республиках.

Как отмечают исследователи С.П. Иваненков и А.Ж. Кусжанова на протяжении двух последних лет (2012–2014) у молодежи Оренбуржья сохранился низкий уровень включенности в реальные политические события и политические движения. Она предпочитает заниматься не политикой, а «своим профессиональным делом», оставляя политике время и место, отведенное законом, в лучшем случае, уделяя внимание выборам. Это нельзя назвать аполитичным поведением, это, скорее, новая модель политического поведения молодых сегодняшней России, и за ней, при стабильном развитии ситуации, — будущее. Молодежь достаточно высоко оценивает все уровни исполнительной и законодательной власти, действующей в области, но, тем не менее, считает слабой возможность граждан влиять на процесс управления обществом на всех уровнях. Данная позиция косвенно свидетельствует о том, что она практически приняла новый политический режим и готова жить по его законам. Это проявляется и в росте патриотических настроений, и в желании работать во вновь создаваемых, в том числе и при активном участии власти, молодежных структурах. Конфигурация возможных социальных протестов носит в основном пассивно-страдательный характер и никак не может угрожать стабильности политической ситуации в области. Молодежь, скорее, уйдет в криминал, чем в политику. Что лучше – решать всем вместе, а главное – менять механизм включения молодых людей в политику, точнее – создавать его заново. Сегодня предпринимаются робкие попытки его конструирования, что в случае успеха в перспективе создает новые возможности для политической социализации молодежи. Вызывает особую озабоченность то обстоятельство, что за исследуемые два года проявилась тенденция к снижению уровня толерантности в межнациональных отношениях [8].

На современном этапе проговариваемой политикой стало самочувствие русской нации как компенсаторный символический капитал, который использует власть для самозащиты. С одной стороны рост ксенофобии является следствием сокращения поля публичных дискуссий, публичной политики обуславливает этническую консолидацию. Полностью отрицать возможность этнической консолидации как этапа, предвещающего формирование политической нации нельзя, несмотря на то, что этническая консолидация русских в России осуществляется на негативной основе (противопоставление себя другим, поиск врагов и т.п.). Однако ожидать, что переключение кодов этнического сознания в сторону гражданственности наступит после очередного программного документа, целью которого будет формирование единой российской нации тоже весьма опрометчиво.

С другой стороны в мире оцифрованного и интернет-мыслящего общества, где имеет место виртуальная публичность возникают и новые риски, связанные, среди прочего с распространением определённого мировоззрения не всегда конструктивного, а порой деструктивного, экстремистского.

Чрезвычайно важной в процессе утверждения новой системы ценностей, основанием которой могли бы стать принципы свободы, справедливости, приоритета прав и как следствие доминирования, обозначенных ценностных установок утверждение в обществе этнополитического равновесия, представляется просветительская деятельность и образование. Образование способно производить культуру нации и соответственно может выступить гарантом этнополитической стабильности. Образование – лучшая инвестиция в человеческий капитал. Но если мы заглянем в некую хрестоматию институциональной экономики, то увидим, что инвестиции в человеческий капитал в десятилетнем промежутке времени не дают положительного мультипликатора, необходимо как минимум два-три десятилетия для формирования у молодёжи обоснованного видения того, к чему следует стремиться в будущем. Одним из приоритетов может выступать динамическое экономическое развитие. Объективная оценка собственного образа жизни с точки

зрения будущего позволит молодёжи критически относиться к проекциям «в прошлое», осознать преимущества системы отношений, в основе которой диалог и сотрудничество, по сравнению с системой отношений, в основе которой установки на изоляционизм и негативизм.

Список литературы:

- [1] Вендина О.И. Могут ли в Москве возникнуть этнические кварталы? // ВОМ. 2004. № 3 (71). С. 57.
- [2] Шешукова Г.В. Роль и место системы образования в политической социализации населения современной России <http://reftrend.ru/360048.html>
- [3] Отчёт «Профилактика интолерантности в молодёжной среде», сентябрь 2011 г. Социологическое исследование / руководители В.В. Амелин, Г.В. Шешукова // Текущий архив управления по связям с общественными, национальными и религиозными организациями министерства информационной политики, общественных и внешних связей Оренбургской области 2011.
- [4] Аналитический отчет. Молодежь в полиэтничном регионе. Руководитель исследования В.В. Амелин, исполнитель Г.В. Шешукова. – Оренбург, 2013.
- [5] Шешукова, Г.В. Политическая культура электората российского региона (по материалам исследований, проведённых в Оренбургской области) / Г.В. Шешукова. – Оренбург: УПЦ, 1997. С. 47.
- [6] Шешукова Г.В. Гуманистический манифест 2000 //Материалы круглого стола <http://credonew.ru/content/view/188/52/>
- [7] Амелин В.В., Денисов Д.Н., Моргунов К.А. Оренбургская область / Молодежь в полиэтничных регионах Приволжского федерального округа. Экспертный доклад / Под. ред. В.А. Тишкова, В.В. Степанова. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. С. 49.
- [8] Иваненков С.П., Кушжанова А.Ж. Исследование динамики молодёжных позиций в контексте государственной молодёжной политики региона: постановка проблемы и базовые выводы //Управленческое консультирование 2014. № 11(71). С. 63 – 71.

АДАПТАЦИЯ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ К НОВОЙ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ: СТРАТЕГИИ И ЭТАПЫ ПРОЦЕССА

Аннотация. В статье анализируются особенности и проблемы адаптации мигрантов к иноэтнической среде. Подавляющее большинство субъектов адаптации составляют различные категории мигрантов, оказавшихся в иной социокультурной среде; впрочем, некоторым этногруппам новую культуру «приносят» на территорию их постоянного проживания (представителям аборигенных народов, ирредентистским группам). Неизбежным результатом массовых международных миграций становятся различные варианты интеракций мигрантов с принимающим этническим большинством, реализующиеся как на социально-групповом, так и на индивидуально-личностном уровнях.

Ключевые слова: миграционные процессы, адаптационные процессы, адаптационные стратегии, субъекты адаптации, социокультурная адаптация, социально-психологическая адаптация, «культурный шок», социокультурная среда, культурно-коммуникативное и социально-психологическое своеобразие, интеграция, ассимиляция, межэтнические и межкультурные взаимодействия, иммиграционная и этнонациональная политика.

Вступив в XXI век, глобализирующийся мир продолжает сталкиваться с множеством серьезнейших социальных вызовов, проблем и противоречий. Особое место среди них прочно занимают этнические проблемы. За последние десятилетия у многих миллионов людей проявился *всплеск этнической идентичности*, во многом с непрерывно возрастающей *миграционной активностью*. Так, по данным ООН, «на сегодняшний день более 175 млн. одних лишь легальных мигрантов – иммигрантов, беженцев, иностранных рабочих, предпринимателей, студентов и многих других групп проживают за пределами страны своего происхождения».[1; 27] Они непрерывно контактируют с представителями иных этнических культур. Неизбежным результатом столь массовых международных миграций становятся *различные варианты интеракций мигрантов с принимающим этническим большинством*, реализующиеся как на социально-групповом, так и на индивидуально-личностном уровнях. Имманентно присущее каждой этнической общности культурно-коммуникативное и социально-психологическое своеобразие на практике предопределяет проблемный характер всякого межэтнического общения. Его участники в той или иной мере сталкиваются с трудностями взаимодействия с теми, чья культура отличается от их собственной и чье поведение они не способны предсказать.

Реальный опыт межэтнических и межкультурных взаимодействий в глобализирующемся мире весьма далек от идиллии. Вместо повсеместных консенсусных взаимоотношений различных этногрупп в рамках единого социума, равного уважения и принятия их культурного своеобразия, учета прав и законных интересов, значительно чаще происходят совсем другие процессы. Проявления этноцентризма и ксенофобии, структурной дискриминации по этническому признаку, межэтнической напряженности и открытых конфликтов, к сожалению, остаются «знаковым» атрибутом сегодняшней действительности.

Источник актуализации социокультурной адаптации в иноэтнической сред, заключается в объективно складывающемся *противоречии* между интернализированным этнокультурным фреймом, привычными потребностями, интересами мигрантов, устоявшейся моделью их социаль-

* Сулягина Юлия Олеговна, кандидат социологических наук, доцент, РГСУ.

ной активности и новыми общественными условиями их жизнедеятельности, изменившимися статусными характеристиками. Диссонанс социальных запросов и фактических возможностей переселенцев (представителей этнических меньшинств), оказавшихся в «чуждой» социокультурной среде, закономерно вызывает их активное стремление преодолеть возникшие проблемы, достичь в новых условиях комфортного существования и должной самореализации (что и побуждает к началу адаптации). Дальнейшее *содержание «адаптивных процессов* составляют целенаправленные практические усилия мигрантов, конкретные операции, отражающие желание, готовность, способность и необходимость освоиться в иной социокультурной среде». [2; 163]

Одна из основополагающих характеристик социокультурной адаптации – *адекватность* реагирования мигрантов на воздействие новой для них среды – прежде всего, на существенные изменения внешних условий их жизнедеятельности и внутреннего психологического состояния. По мере преодоления ими возникших трудностей, вхождения в иную культуру указанная адекватность проявляется также во «внутренней реорганизации» адаптантов и в осознанном избрании ими моделей социальной активности, соотносящихся с требованиями и условиями принимающей среды. Впрочем, и принимающее этносоциальное большинство (адаптивная среда) вынуждено определенным образом реагировать на соприкосновение с представителями незнакомых этнокультурных сообществ и избирать те или иные интерактивные стратегии – от тотального неприятия, отторжения «чужаков» до толерантного к ним отношения, готовности к конструктивному диалогу, взаимоприемлемому межкультурному общению. Тем самым, во всех случаях складывается активное взаимодействие в системе «адаптант – среда», что качественно усложняет протекание процессов приспособления.

Безусловно, подавляющее большинство субъектов адаптации составляют различные категории мигрантов, оказавшихся в иной социокультурной среде; впрочем, некоторым этногруппам новую культуру «приносят» на территорию их постоянного проживания (представителям аборигенных народов, ирредентистским группам). Одни адаптанты относительно добровольно вступают на данный путь (иммигранты), другие вынуждены адаптироваться (беженцы, «перемещенные лица», представители малочисленных коренных народов). Наконец, характер адаптации существенно различается у: переселенцев (иммигрантов), навсегда оставивших родину; визитеров (миссионеров, дипломатических работников, предпринимателей, студентов, наемных специалистов-контрактников и др.), длительное время живущих в чужой культуре; туристов, участников деловых и научных конференций и т.п., оказывающихся в непривычном окружении на непродолжительный период. В связи с этим ряд исследователей разделяет социокультурную адаптацию на кратковременную (считается, что она длится до двух лет и предполагает сохранение адаптантами своей этнокультурной идентичности и параллельное овладение новым языком, обретение первичных социальных связей в иной культуре) и долговременную (требующую после двух лет проживания заметно большей вовлеченности и социальной активности субъектов адаптации).

Дальнейшее рассмотрение динамики социокультурного приспособления мигрантов целесообразно осуществить в контексте концептуальной модели «*U-кривой*» адаптации. Эта модель распространилась в мировой науке в 70-80 гг. XX столетия и предполагает прохождение переселенцами в иной культуре трех главных стадий адаптации – начальной стадии приподнятости и оптимизма, дальнейшего периода дезориентации, фрустрации и депрессии (стадии «*культурного шока*»), постепенно сменяющегося достижением психосоциального комфорта жизнедеятельности в новых условиях. Примечательно, что «U-образный» принцип развертывания адаптационных процессов отражается и в научных трудах тех исследователей, кто формально не оперирует понятием «U-кривой». [3; 12] Классический же вариант данной модели изложен в работах американского социолога Триандиса, выделяющего *пять этапов «динамики социокультурной адаптации в иноэтнической среде»*. [4; 218]

Первый этап, получивший название «медового месяца», начинается с момента прибытия мигрантов в иную этнокультурную среду и характеризуется их энтузиазмом и эйфорией, их позитивным эмоциональным настроем и оптимистическими ожиданиями. В наибольшей степени подобное состояние присуще добровольным мигрантам. Многих из них специально ожидают

на новом месте: ответственные за прием лица стараются, чтобы переселенцы ощущали себя «как дома» и даже обеспечивают им некоторые преференции. Несмотря на все позитивные аспекты, период «медового месяца» оказывается крайне непродолжительным (в различных случаях длится от двух недель до шести месяцев) и неизбежно завершается в связи с реальным столкновением мигрантов с непривычными, «чуждыми» им социокультурными условиями. Начинается второй этап адаптации – период артикуляции проблем переселенцев, дисбаланса их взаимоотношений с принимающей средой. Незнание (или недостаточное знание) чужого языка, культурных ценностей, норм и обычаев, существенное изменение социальных условий жизнедеятельности, проявление чувства взаимного непонимания с местными жителями (и возможного неприятия ими) в совокупности приводят к стрессогенному воздействию новой культуры на мигрантов, формированию у них ощущений разочарования, замешательства, дезориентированности, дискомфорта и, наконец, фрустрации и депрессии. Для обозначения подобного психологического состояния (с различной степенью выраженности процессов адаптации и инкультурации) используется термин «культурный шок» (или сходные с ним – «шок перехода», «культурная утомляемость»).

Понятие «культурный шок» введено в научный дискурс антропологом К. Обергом, выделившим шесть базовых аспектов этого явления: «1) внутреннее напряжение в связи с усилиями, требуемыми для достижения психологической адаптации в новой среде; 2) чувство потери или лишения (привычного социального окружения, статуса, профессии и собственности); 3) чувство отверженности представителями иной культуры или отвержения их; 4) сбой в ролях, ролевых ожиданиях, ценностях, этнокультурной самоидентификации мигрантов; 5) неожиданная тревога, перерастающая в отвращение и негодование, агрессию, вызванные осознанием культурных различий; 6) чувство собственной неполноценности, беспомощности от неспособности «совладать» с новой средой». [5; 114] Исследователи обычно рассматривают проявление культурного шока как нормальную реакцию мигрантов, неотъемлемую часть общего процесса их социокультурной адаптации в иноэтнической среде. Следует заметить, что в большинстве концепций в центре внимания традиционно оказываются негативные последствия культурного шока для различных категорий адаптантов. Вместе с тем, можно и нужно выделить и некоторые позитивные его аспекты – для тех мигрантов, кого первоначальный дискомфорт побуждает к интернализации новых ценностей и моделей социального поведения, стимулируя тем самым их личностный рост и полноценное освоение другой культуры. Исходя из этого, канадский психолог Дж. Бери даже предложил использовать вместо термина «культурный шок» понятие «стресс аккультурации», поскольку слово «шок» подразумевает сугубо негативный опыт, в то время как в рамках стресса (вызванного сложностями межкультурного взаимодействия) активизируются и иные социально-психологические процессы (Например, оценка возникших проблем и выработка стратегии преодоления стресса).

Многоплановое проявление симптомов культурного шока характерно и для третьего этапа социокультурной адаптации в иноэтнической среде – достигая в этот период своей критической точки оно способно привести к существенным психосоматическим расстройствам у мигрантов, развитию у них фрустрации, глубокой депрессии или внешней агрессии. Не сумевшие успешно прижиться в новой среде переселенцы оставляют ее, следуют поведенческой модели «территориального бегства», то есть переезжают в другую страну, регион, возвращаются на родину и т.п. (впрочем, возможен и более трагический исход – душевные болезни, асоциальное поведение мигрантов, суицид).

Вместе с тем, значительно более распространены случаи, когда мигранты, сталкиваясь с вышеобозначенными проблемами, находят адекватные способы преодоления культурного шока, получения социальной поддержки окружения и, следовательно, достижения комфорта жизнедеятельности в новых условиях. В результате, на четвертом этапе адаптации стресс и депрессия постепенно сменяются оптимизмом, ощущением уверенности и удовлетворения. Приобретая необходимые знания и социальные навыки, осваивая иной этнокультурный фрейм, мигранты начинают чувствовать себя более приспособленными и интегрированными в жизнь нового сообщества. Пятый этап характеризуется полной или «долгосрочной» адаптацией, предполагающей

актуализацию относительно стабильных изменений в сознании и поведении адаптантов в ответ на требования и условия принимающей среды.

В идеале конечным результатом адаптационного процесса выступает взаимное соответствие (совместимость, «консенсус») индивидуальных или этногрупповых субъектов адаптации и окружающей среды (в таком случае говорят об успешном завершении адаптации, высоком уровне адаптированности). В ходе проводившихся в России конкретных этносоциологических и этнопсихологических исследований выделены конкретные индикаторы успешной адаптированности (сообразующиеся с «внешней» и «внутренней» сторонами адаптации): психологическая удовлетворенность адаптантов своим положением в новой среде и свободная ориентировка в ней, освоение ценностей, норм, стандартов поведения и традиций принимающего сообщества, обретение приемлемого жилья и работы, овладение другим языком, приспособление к новой природно-экологической среде, «паритетное общение и взаимодействие с представителями принимающего этнического большинства, полноценное участие адаптантов в социальной и культурной жизни нового сообщества». [6; 15]

Завершая рассмотрение «U-кривой», следует заметить, что она воплощает лишь некую типическую модель, концептуальную схему динамики социокультурной адаптации (в иноэтнической среде), в то время как реальная практика актуализации последней отличается заметно большей содержательной вариабельностью. В частности, как показали эмпирические исследования, значительно различаются процессы адаптации у визитеров и иммигрантов. Многие из визитеров (прежде всего туристы) даже не испытывают культурного шока, так как обычно возвращаются на родину до окончания первого этапа адаптации. В то же время пребывание мигрантов в чужой стране не обязательно начинается с «медового месяца» – если «своя» и «чужая» культуры резко контрастируют между собой. Отнюдь не все мигранты в состоянии завершить процесс адаптации: многие из них покидают иноэтническую среду, не справившись с симптомами культурного шока (упоминавшееся ранее «территориальное бегство»).

Итак, выделим базовые адаптационные стратегии межэтнического взаимодействия:

1. Стратегия (модель) «геттоизации» (пассивной автаркии), реализующаяся в ситуациях, когда адаптанты, оказавшись в новом окружении, стремятся избежать прямых контактов с чужой культурой и тем самым устранить негативные симптомы культурного шока. Следующие данной модели мигранты создают свой особый микромир: в нем присутствует исключительно «родная» этнокультурная среда, живут свои соотечественники и соплеменники. Пассивная автаркия, как правило, характерна для представителей этнических меньшинств (переселенцев и беженцев), проживающих в крупных городах, индустриальных центрах, мегаполисах. Сегодня практически в любом западном городе-миллионере существуют относительно изолированные и замкнутые районы и кварталы, населенные представителями других культур и народов; в качестве отдельных ярких примеров следует назвать турецкий квартал Кройцберг в Берлине, русскоязычный Брайтон Бич в Нью-Йорке, арабские кварталы в Париже, армянские – в Лос-Анджелесе, индийские и тайские – в Торонто, многочисленные китайские кварталы, «чайнатауны» в Северной Америке и Европе и др. Здесь говорят на рефлексивном языке, следуют обычаям и традициям своей этнической группы, и вся социальная инфраструктура отличается соответствующим этнокультурным своеобразием.

2. Стратегия «культурной колонизации» (агрессивной автаркии) – характеризуется активным проявлением у «пришельцев» этноцентризма и интолерантности. В данном случае новая реальность воспринимается крайне неадекватно, другая культура резко критикуется и отвергается. Более того, мигранты (колонизаторы) активно стремятся перенести свои атрибуты культуры и этнические стереотипы в новую среду, навязать принимающему окружению собственное мировосприятие и образ жизни. В настоящее время подобная поведенческая стратегия присуща, например, многим экстремистски настроенным выходцам из мусульманских стран Азии и Африки, переселившимся в Европу; она же характерна для современных ТНК и прочих неолиберальных организаций, действующих в незападных обществах;

3. Ассимиляция, предполагающая отказ мигрантов (добровольный или вынужденный) от родной культуры и полную идентификацию («растворение») с новым этнокультурным сообществом;

4. Интеграция (аккультурация) – наиболее предпочтительная и успешная стратегия адаптации, заключающаяся в сохранении этноменьшинствами приверженности своей культуре и параллельной интернализации ими инокультурных атрибутов. Данная модель предполагает также активизацию паритетного межкультурного диалога между мигрантами и доминирующим этническим большинством, взаимное приспособление последних: когда меньшинствам необходимо усвоить базовые ценности, нормы, знания и образцы новой социокультурной среды, а принимающему сообществу – адаптировать свои социальные институты к потребностям и запросам всех составляющих его этнических групп.

Характер и результат межэтнического взаимодействия во многом определяется целями, которые ставят перед собой мигранты. Весь арсенал целей процесса адаптации, предлагаемых разными авторами, можно организовать в иерархическую последовательность: приспособление -> сохранение переменных в пределах нормы -> уравнивание и координация -> достижение некоторого сверхнормативного состояния, повышение уровня функционирования -> самореализация. Ближайшая цель определяется доминирующим мотивом. Основные мотивы (движущие силы, позволяющие стремиться к новому состоянию), реализуемые группой в процессе адаптации, иерархически неоднородны: избегание разрушения -> сохранение нормального функционирования -> достижение возможного оптимума -> развитие и усовершенствование. Доминирующий в настоящий момент мотив определяется исходным состоянием системы. Так, если ведущим является мотив избегания разрушения, то трудно говорить об эффективности и самовыражении.

Поскольку «адаптация строится на основе взаимодействия двух сторон, то естественно, что и критерии адаптированности/деадаптированности также должны оценивать процесс двусторонне: со стороны адаптанта и со стороны среды». [7] Как правило, выделяются три основных критерия: внешний, внутренний и системный.

Внешний критерий тесно связан с понятием «приспособление» (adjustment), определяет хорошую приспособленность, соответствие требованиям среды. Результат адаптации понимается как достижение желаемого поведения в среде и описывается в терминах эффективности, компетентности, успеха.

Внутренний критерий чаще описывается через общее психологическое благополучие, комфорт, субъективную удовлетворённость своей позицией, социальное самочувствие. Внутренний критерий связан с возможностью удовлетворения индивидуальных потребностей, самовыражением, сохранением внутренних энергетических ресурсов, отсутствием напряжения, тревоги, эскапизма. Говорят, что адаптация происходит с ориентацией на внешний критерий (приспособление к требованиям среды) или на внутренний критерий (поиск возможностей реализации субъективных стремлений и удовлетворения потребностей адаптанта).

Сочетание стратегий в индивидуальном поведении определяет стиль адаптации личности. Различные стратегии преследуют далеко неодинаковые цели, во многом противоречивые и даже иногда взаимоисключающие. В зависимости от степени продуктивности, все возможные исходы можно разделить на четыре группы:

1. Способствует усовершенствованию и развитию обеих взаимодействующих систем, или хотя бы одной из них, при этом, не нарушая функционирования другой.
2. Обеспечивает сохранение целостности личности или социальной структуры при угрозе её нарушения.
3. Не приводит к каким-либо существенным изменениям.
4. Приводит к деструктивным последствиям: разрушению, нарушению функционирования, снижению исходного уровня организации хотя бы одной из сторон.

Адаптированность по внутреннему и внешнему критериям обеспечивается разным набором

ром стратегий поведения. Так, для достижения адаптированности по внутреннему критерию наибольшее значение играют стратегии, направленные на изменение среды; для адаптированности по внешнему критерию – стратегии, направленные на внутренние изменения.

Существует «взаимосвязь между стратегиями адаптивного поведения и особенностями личности. Изучение личностных особенностей дает возможность прогнозировать использование определенного набора стратегий адаптации и повышать её адаптивный потенциал». [8; 144]

На основании проведенных эмпирических исследований, которые проходят переселенцы в процессе адаптации к новой этнокультурной среде можно детально выделить этапы этого процесса.

- 1) Эйфорическая фаза (от нескольких дней до нескольких месяцев). Первичная реакция на изменения характеризуется слабой ориентацией в ситуации, не хватает знаний и опыта для того, чтобы справиться с возникшей проблемной ситуацией. Поведение спонтанно. Возникает чувство нарушения равновесия в системе «субъект-среда». Необходимо принятие изменившейся ситуации, построение новой системы взаимодействия;
- 2) Туристская фаза (от 3-х – 4-х недель до 2-х – 3-х месяцев). Приобретение необходимого количества знаний для решения проблемной ситуации;
- 3) Ориентационная фаза. Сознательный выбор правильной стратегии поведения, позволяющей создать новую систему взаимодействия.
- 4) Депрессивная фаза (от 3-х – 4-х месяцев до нескольких лет). Реакция на длительное действие различных видов психотравмирующих факторов: изменение привычного стереотипа жизни, переживание чувства потери, утраты, разлуки, переживание чувства ностальгии, потеря привычного социального и профессионального статуса, отсутствие близкого социального окружения, деформация концепции собственного будущего, неудовлетворенность самореализацией в различных видах деятельности: трудовой, коммуникативной, познавательной;
- 5) Деятельностная фаза (продуктивное взаимодействие). Достижение состояния комфорта, эмоциональной стабильности и уравновешенности. Отношение к ситуации устойчиво и позитивно.

Проблема диагностики адаптированности решается через снятие параметров с двух сторон: по внутреннему критерию информацию в большинстве случаев получают со стороны самой личности, по внешнему – используют так называемую «объективную оценку» со стороны среды. Для оценки адаптированности по системному критерию существует также только два источника: самооценка личности и внешняя оценка. Проблема заключается в том, что очень часто эти оценки могут не совпадать.

В контексте социально – психологической адаптации мы не можем говорить о каком – либо зафиксированном конечном состоянии адаптированности, это динамическое понятие. Необходимость постоянно возобновляющихся взаимодействий предполагает всё новые и новые изменения. Стремление к достижению, потребность в самовыражении может стимулировать дальнейшее разворачивание процесса, конечным результатом которого будет теперь уже некоторое сверхнормативное состояние. При ориентации на внутренний критерий, мы говорим о реализации индивидуальных стремлений и самовыражении, при ориентации на внешний критерий – о социально полезной активности и эффективности. Координация же двух названных сверхнормативных состояний позволяет выйти на уровень самореализации, что является высшей степенью процесса адаптации.

Итак, выделим существенные особенности процесса социально – психологической адаптации, оказывающие влияние на процесс её изучения:

1. Происходит, преимущественно, по типу адаптации к постоянно изменяющейся среде, что определяет необходимость смещения акцента исследований с состояния адаптированности на свойство адаптивности личности.

2. Процесс не имеет чётких границ и разворачивается на протяжении всей линии онтогенетического развития человека.
3. Характерны чрезвычайная индивидуализированность и уникальность способов адаптации.
4. Существенной особенностью является высокая степень реализации активной преобразовательной функции, как личности, так и среды. С одной стороны, личность имеет большие возможности воздействия на социальную среду, поскольку человек занимает в социальной системе более значимое место, чем в биологической. Особенностью социальной среды является наличие ряда специальных институтов, посредством которых она имеет возможность активно воздействовать на адаптанта.
5. Основной целью социально – психологической адаптации является не приспособление, а самореализация личности.
6. Социально – психологическая адаптация допускает возможности контроля и целенаправленной организации процесса. Такие возможности определяются тем фактом, что личность, как активный агент и социальных, и собственных изменений, обладает сознанием и способностью к целеполаганию.

Следует, вместе с тем, учитывать, что на практике выбор той или иной поведенческой стратегии, общая продолжительность социокультурной адаптации (от нескольких месяцев до 4-5 лет) и степень ее успешности зависят от целого ряда разноплановых факторов. К их числу, как свидетельствуют эмпирические исследования, относятся: индивидуально-личностные характеристики адаптантов (их возраст, уровень образования и профессиональной подготовки, коммуникабельность, ценностные ориентации, мотивация, личностная самооценка, характер ожиданий и притязаний, жизненный опыт и др.); характеристики взаимодействующих культурных фреймов этногрупп – прежде всего культурная дистанция (объективно существующая и субъективно воспринимаемая степень сходимости или различий между этническими культурами). Наконец, колоссальное значение приобретает целый ряд макросоциальных факторов – политическая и социально-экономическая ситуация в принимающей стране и в мире, характер иммиграционной и этнонациональной политики властей, правовой статус мигрантов, наличие (или отсутствие) общественных организаций и объединений соотечественников (землячеств, национально-культурных автономий, ассоциаций и т.п.), масштабы их деятельности, уровень коррупции и преступности (а значит, безопасности мигрантов) и многие другие. Естественно, только позитивное единство всех названных выше групп факторов способно обеспечить успех социокультурной адаптации в иноэтнической среде, и, следовательно, заложить прочную основу сохранения в мультикультурных сообществах социального и этнического мира и благополучия.

Комплексный анализ рассмотренного общественного феномена коллективными усилиями ученых-этносоциологов в конечном счете позволит ответить на целый ряд существенных вопросов сегодняшней действительности: что испытывают люди, столкнувшиеся с иноэтническим окружением; как включаются в непривычный социокультурный фрейм; каковы главные закономерности и факторы преодоления культурной дистанции, избрания той или иной стратегии межэтнического взаимодействия; как возможно достичь толерантного сосуществования и интеграции различных этногрупп в рамках всего социума. Поиск ответов на данные вопросы весьма актуален для современной России, превратившейся в страну-реципиента, принимающую миллионы мигрантов отнюдь не только с постсоветских территорий.

Список литературы.

- [1] Дмитриев А.В., Жуков В.И., Пядухов Г.А. Миграция: конфликт, безопасность, сотрудничество. М.: Изд-во РГСУ, 2009. – 417 с.
- [2] Шаленко В.Н. Трудовые конфликты: методология, теория, управление. М., 2008. – 287 с.
- [3] Dodd C. The dynamics of intercultural communication. N.Y., 1991. – 504 с.
- [4] Triandis H.C. Culture and social behavior. N.Y., 1994. – 238 с.

- [5] Идентичность и толерантность. /Под ред. Н.М. Лебедевой. М., 2002. – 402 с.
- [6] Психология беженцев и вынужденных переселенцев. /Под ред. Г.У.Солдатовой. М., 2001. – 384 с.
- [7] Information kit on the United Nations Convention on migrants rights. //www.portal.unesco.org .
- [8] Сулягина Ю.О. Факторы этнических конфликтов и правила управленческого регулирования. Социальная политика и социология. Междисциплинарный научно-практический журнал. №5. – М.: Изд-во РГСУ «Союз», 2010. – 383 с.

J. O. Suljagina,

Basic education: Thesis: “the current migration processes in the sphere of intellectual work: a sociological analysis”. Main publications: “Innovative technologies of conflict prevention in the field of labour migration in contemporary Russia” (2012), “Conflicts in the sphere of labour migration: the interaction of objective and subjective factors” (2013). Sphere of scientific interests: ethnocentrically, regional conflict management, state and municipal management. e-mail: yulas1@yandex.ru

ADAPTATION OF LABOUR MIGRANTS TO THE NEW ETHNOCULTURAL ENVIRONMENT: STRATEGY AND STAGES OF THE PROCESS

Annotation: *the article analyses the peculiarities and problems of adaptation of migrants to other ethnic environment. The vast majority of the subjects of adaptation are different categories of migrants, find themselves in a different socio-cultural environment; however, some Ethnography new culture “bring” to the territory of their permanent residence (representatives of indigenous peoples, irredentist groups). The inevitable result of a massive international migration be different ways of interactions migrants with the host ethnic majority and realized as on social-group and individual levels.*

Key words: *migration processes, the adaptive processes, adaptation strategies subjects adaptation, sociocultural adaptation, social and psychological adaptation, «cultural shock», socio-cultural environment, the cultural-communicative and socio-psychological identity, integration, assimilation, inter-ethnic and intercultural cooperation, immigration and ethno-national policy.*

References:

- [1] Dmitriev A.W., Zhukov W.I., Piaduchov G.A. Migracia: konflikt, besopasnost, sotrudnichestwo. M.: Isd-wo RGSU, 2009. – 417 s.
- [2] Shalenko W.N. Trudowije konflikty: metodologia, teoria, uprawlenije. M., 2008.- 287 s.
- [3] Dodd C. The dynamics of intercultural communication. N.Y., 1991. – 504 s.
- [4] Triandis H.C. Culture and social behavior. N.Y., 1994. – 238 s.
- [5] Identichnost i tolerantnost. /Под ред. Н.М. Лебедевой. М., 2002. – 402 с.
- [6] Psihologia bezhenzew I wynuzhdennich pereselenzew. /Pod red. G.U.Soldatowoj. M., 2001. – 384 s.
- [7] Information kit on the United Nations Convention on migrants rights. //www.portal.unesco.org .
- [8] Suljagina J.O. Faktory etnicheskixh konfliktov i prawila uprawlencheskogo regulirowania. Sozialnaya politika I sociologia. Mezhdisciplinarniy nauchno-prakticheskij zhurnal. №5. – М.: Izd-wo RGSU «Soyuz», 2010. – 383 s.

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

***Аннотация.** Возрастающее недоверие к политической информации, публикуемой в традиционных СМИ и «новых медиа», вызванное расширением ее объема и количества источников, обусловило изменение подхода к стратегии информационного сопровождения и политического позиционирования в сторону усиления роли имиджевой составляющей. Социальные сети позволяют значительному сегменту целевой аудитории получить обширную информацию о личностных качествах политического актора, что отражается на уровне политической лояльности электората, но в настоящее время большинство представителей региональной политической элиты не уделяют достаточного внимания данному каналу коммуникации.*

Целью данной работы является рассмотрение влияния интернет-коммуникаций на информационное сопровождение государственной политики в регионах России.

Информационное сопровождение государственной политики в современной России, как и в других развитых странах, выстраивается на фоне растущего недоверия к информации, публикуемой как традиционными, так и новыми средствами массовой коммуникации. В первую очередь данная тенденция обусловлена ростом объема публикуемой информации, а значительное количество независимых источников ее публикации, широкое разнообразие анонсируемых точек зрения и высокая скорость обновления контента приводят к тому, что потребители информационных продуктов вынуждены выстраивать дополнительную систему фильтрации получаемых данных.

Безусловно, расширение присутствия интернет-ресурсов в инфопространстве сыграло ключевую роль в трансформациях, произошедших в сфере политических коммуникаций, тем не менее, степень влияния интернета на общественное мнение зачастую сильно преувеличена. Традиционные СМИ продолжают играть ведущую роль в процессе взаимопозиционирования политических акторов. Большинство представителей целевой аудитории все еще использует телевидение, прессу и радио в качестве главных источников политической информации, телевидение все еще сохраняет лидирующее положение. По данным Левада-центра [1], в 2013 году 88% россиян получают информацию посредством данного канала. Тем не менее, доверяют, хотя бы частично, информации из телепередач только 51% населения, а еще в 2009 году о доверии говорили 79%. Для сравнения, информации из прессы и радио доверяют лишь 12%, и 11% верят тому, что публикуется в социальных сетях. По другим данным [2], лишь 35% населения России считают телевидение объективным источником информации. В США это показатель еще ниже – 23% [3], он достиг своего исторического минимума.

Таким образом, несмотря на то, что аудитория по-прежнему предпочитает получать информацию посредством традиционных СМИ, общее снижение уровня доверия к любому контенту, опубликованному в СМИ и новых медиа, является одной из непреложных характеристик современной реальности, в которой объем информации, а также множественность источников ее освещения, обуславливают закономерный скептицизм реципиентов. Именно поэтому в политическом дискурсе все большую актуальность приобретают имиджевые, эмоциональные аспекты позиционирования политических акторов. При наличии лояльности к политическому актору, доверие к информации, продуцируемой им самим, будет возрастать и преодолевать гра-

* Шерстюк Екатерина Алексеевна, аспирант, факультет государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

ницу «белого шума», а данные, оспаривающие позицию, будут автоматически рассматриваться с позиции недоверия.

Всю область информационного сопровождения государственной политики посредством интернета можно условно разделить на коммуникацию Web 1.0 и Web 2.0. Исторически первым возникло понятие Web 2.0, его появление было связано с новой «эрой» развития сети интернет и появлением виртуальных социальных сетей. Соответственно, все, что публиковалось в интернете до Web 2.0, стали относить к категории 1.0. Основными характеристиками ретронима «коммуникация Web 1.0» являются:

- однонаправленность информационных потоков. Контент сайта редактируется модератором, вклад пользователя ограничивается возможностью оставить свой комментарий или поставить «оценку»;
- текстовое наполнение сайта хорошо продумано, статьи пишутся профессиональными авторами.

К данным видам коммуникаций относятся официальные сайты политических акторов, а также разнообразные интернет-издания. Их основной целью является декларирование политической повестки дня, позиционирование политического актора.

Несмотря на то, что 1.0 коммуникации продолжают играть важную роль в процессе информационного сопровождения государственной политики, обозначенная ранее тенденция смещения акцента в сторону имиджевого позиционирования обуславливает активное включение социальных сетей в процесс политической коммуникации, так как именно данный канал прямой персональной связи политического актора с целевой аудиторией позволяет получить всестороннее представление о личности политика. О возможностях применения социальных сетей в политических коммуникациях на региональном и федеральном уровнях речь пойдет далее.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками ресурса[4]. Следует понимать, что у каждой социальной сети есть своя специфика, которую необходимо принимать во внимание при использовании данных ресурсов в политических коммуникациях.

По данным ВЦИОМ[5], за прошедшие 8 лет доля российских пользователей интернета выросла почти в три раза, и на второй квартал 2014 года составила 68% населения, при этом 45% пользователей выходят в сеть ежедневно (в 2006 году этот показатель составлял 5%). Таким образом, на сегодняшний день более двух третей населения нашей страны имеют доступ к сети интернет, а по данным аналитического центра Brand analytics[6] 80% дневной аудитории русскоязычного интернета проявляют активность в социальных сетях. И, несмотря на то, что значительный сегмент аудитории социальных сетей еще не достиг электорального возраста (29% пользователей – молодежь младше 18 лет), поддержание эффективного контакта с интернет-аудиторией посредством социальных сетей представляется актуальной задачей для политических лидеров, в частности, в связи с тем, что целый сегмент интернет-аудитории практически полностью отказывается от использования традиционных СМИ в качестве источника получения политической информации.

Существует еще несколько причин, обуславливающих внимание политических деятелей к данному каналу политической коммуникации. Портал Mnenia.ru в конце 2011 года опубликовал результаты проведенного опроса, в ходе которого жители Москвы высказали свое мнение по поводу цели регистрации политических лидеров в социальных сетях[7]. По итогам опроса 45% респондентов расценивают подобные действия как ПР-ход; 30% полагают, что таким образом лидеры информируют общественность о своих политических взглядах; 20% рассматривают коммуникацию в социальных сетях как единственный способ диалога между политиками и молодыми людьми; только 5% опрошенных считают, что таким образом политические деятели стремятся получить знания о «реальном положении дел в стране».

Способы применения социальных сетей в политических коммуникациях для достижения указанных целей достаточно разнообразны, в частности, они зависят от степени известности

политического актора и круга решаемых им задач. Трансграничность информации, публикуемой посредством данного канала коммуникации, обуславливает факт одновременной активности в инфопространстве регионов России федеральных и местных политических акторов. Далее будут рассмотрены основные особенности присутствия в социальных сетях данных представителей политической элиты.

К социальным сетям относятся блоги – это веб-сайты, основной контент которых состоит из регулярно обновляемых сообщений автора, содержащих текст или мультимедиа файл. Блоги предоставляют возможность авторам сделать свои записи достоянием гласности и получить обратную связь в виде комментариев «подписчиков». Сергей Миронов стал первым широко известным российским политическим актором, начавшим вести свой персональный блог. На сегодняшний день самый популярный блог-ресурс livejournal.com (Живой Журнал), уступил лидерские позиции более универсальным сетям Вконтакте и Facebook, но в то же время уровень доверия к информации, публикуемой в Живом Журнале вырос, и в настоящее время блоггеры, имеющие более 3000 ежедневных подписчиков, подпадают под законодательство, регулирующее деятельность СМИ в соответствии с ФЗ №97[8] от 5 мая 2014 г.

Таким образом и в соответствии со спецификой формата Живого Журнала фокус внимания политтехнологов, работающих с данным ресурсом, должен включать не только ведение блога политического лидера, но и мониторинг лидеров мнений и взаимодействие с ними как с авторами гражданской журналистики с достаточно высоким уровнем цитируемости.

Также к социальным сетям относятся сайты, созданные по модели Твиттер – сервиса микроблогов, который позволяет пользователям отправлять короткие текстовые сообщения друг другу. Длина таких сообщений не должна превышать 140 символов. Твиттер появился в 2006 году, на данный момент в нем зарегистрировано более 2 млн учетных записей русскоязычных пользователей. С точки зрения политических коммуникаций основной задачей данного ресурса является публикация цитат, моментальных комментариев политического актора относительно актуальных событий.

С учетом необходимости преодолевать «белый шум», чем больше высказываний актора относительно тех или иных общественных событий будет опубликовано и процитировано, тем шире будет круг реципиентов, обработавших эту информацию. Чем раньше позиция актора будет опубликована, тем больше вероятность того, что именно его мнение будет процитировано широким кругом вторичных источников, в том числе, традиционными СМИ. Именно поэтому Твиттер является самой популярной среди политических акторов социальной сетью[9]. В США почти все видные политические деятели, а также все губернаторы имеют свой аккаунт в Твиттере, примерно 80% европейских чиновников также зарегистрированы на данной площадке. В России этот показатель ниже, только 59% политических акторов ведут микроблог, причем абсолютное большинство – на номинальной, нерегулярной основе.

Третий вид социальных сетей – это веб-сайты, созданные специально для общения – Facebook, ВКонтакте, MySpace и т.п. Эти сайты предоставляют широкие возможности по налаживанию коммуникации в зависимости от ее целей, а также создают полноценное виртуальное пространство, в котором можно не только общаться, но и слушать музыку, смотреть видео, играть в игры (эти характеристики отличают данные сайты от тех, которые относятся к предыдущим категориям). Первая социальная сеть этого вида – Classmates.com – появилась еще в 1995 году. В 2006 году Павел Дуров вывел в российский сегмент Интернета социальную сеть ВКонтакте. На сегодняшний день сайт vk.com стабильно входит в пятерку самых посещаемых сайтов рунета и насчитывает более 70 млн ежедневных пользователей[10].

Интерфейс социальных сетей третьей группы предоставляет широкие возможности по освещению различных аспектов личности политического актора, и данными возможностями необходимо пользоваться в полной мере. Так, аккаунт Дмитрия Медведева Вконтакте содержит не только регулярно публикуемые цитаты относительно острых общественно-политических вопросов и поздравления с государственными праздниками, но и персональную информацию и примеры личного творчества. Подобное внимание к активности в социальных сетях также про-

являют В.В.Жириновский и Г.А.Зюганов, в отличие от многих других политических деятелей, чьи необновляемые «мертвые» аккаунты наносят политическому имиджу чуть ли не больший вред, чем полное отсутствие политика в новых медиа.

На сегодняшний день присутствие в социальных сетях для политических деятелей уже не является конкурентным преимуществом – это становится необходимым условием поддержания прямой и обратной связи с целым сегментом целевой аудитории. Сфера Интернета постоянно развивается, предлагая новые возможности и варианты взаимодействия с электоратом, к которым политические акторы вынуждены адаптироваться. Эффективное использование ресурсов новых медиа позволяет решить политическим акторам несколько крупных задач:

- анонсировать свою повестку дня целому сегменту целевой аудитории напрямую или опосредованно через лидеров мнений;
- увеличить уровень цитируемости и медийного присутствия посредством публикаций коротких реплик относительно актуальных тематик;
- укрепить имиджевую составляющую политического позиционирования посредством всестороннего раскрытия личности политического актора.

Также мониторинг информационного наполнения социальных сетей предоставляет широкие возможности по сбору обратной связи и анализу социально-политических настроений целевой аудитории. Международное исследовательское агентство Millward Brown [11] отмечает, что в последние годы подход к мониторингу информации, публикуемой в социальных сетях, претерпевает существенные изменения, делая упор не столько на скорость сбора количественной информации с целью подготовки к наступлению очередной кризисной ситуации, сколько на вдумчивый анализ тенденций развития ситуаций и предложение вариантов управления данным процессом.

Безусловно, эффективность коммуникации в социальных сетях зависит не только от регулярности обновления контента, но и от соблюдения формата данного взаимодействия. Так же, как отличается материал, публикуемый в газете, от телерепортажа, лингвистические и синтаксические нормы общения в социальных сетях обуславливают эффективность той или иной коммуникации с целевой аудиторией. Необходимость публикации информации от первого лица, отсутствие перегруженных деепричастными оборотами и специализированной лексикой текстов, применение интернет-мемов (изображений или концепций, спонтанно приобретающих популярность в интернете и распространяющихся вирусным способом) и «развлечение» серьезной повестки дня информацией развлекательного свойства позволяет создать имидж регулярной живой персональной коммуникации политического актора с представителем целевой аудитории – уникальная возможность, предоставляемая форматом социальных сетей.

Тем не менее, следует заметить, что широко известные политические деятели сталкиваются с рядом существенных ограничений в полноценном двустороннем взаимодействии с пользователями социальных сетей ввиду значительного интереса, проявляемого гражданами, и большого числа разнообразных запросов, эффективно обрабатывать которые не представляется возможным. В этой связи акции полноценного общения популярных политических деятелей федерального значения с пользователями, инициируемые в рамках кампаний по информационному сопровождению государственной политики, носят эпизодический и скорее символический характер, основной своей целью являя прямое доказательство того, что данный актор действительно умеет пользоваться социальными сетями и самостоятельно обновляет контент на своих персональных аккаунтах.

В то же время формат общения региональных политических акторов с целевой аудиторией, ввиду меньшего охвата, предполагает возможности для более полноценного диалога. Рассмотрим основные преимущества присутствия региональных политических лидеров в социальных сетях.

Первой проблемой, которую во многом решает присутствие политического актора в социальных сетях, является недостаток эфирного времени для анонсирования собственной повест-

ки дня и политической позиции. Очевидно, что количество времени и внимания, уделяемого региональным политическим акторам центральным телевидением, несопоставимо с объемом информационных поводов, генерируемых политическими деятелями федерального значения и получающим широкое освещение в СМИ. И, несмотря на то, что в каждом регионе имеются телеканалы, газеты и радиостанции местного значения, их охват географически детерминирован, в отличие от информации, публикуемой в социальных сетях и не имеющей территориальной привязки.

Также следует отметить, что стоимость поддержания эффективной коммуникации посредством социальных сетей несопоставимо ниже стоимости функционирования, например, регионального телеканала. В то же время коммуникации в социальных сетях занимают меньше времени, позволяя оперативно реагировать на инфоповоды безотносительно своего местонахождения.

Второй опцией использования социальных сетей региональными политиками, которая практически недоступна федеральным акторам, является ведение конструктивного диалога с аудиторией или коллегами. Так, достаточно резонансным инфоповодом стал онлайн-диалог губернатора Краснодарского края Александра Ткачева и мэра административного центра Владимира Евланова в Твиттере[12], посвященный состоянию дорог Краснодара. Данная коммуникация, включившая в себя всего несколько коротких сообщений, дала возможность подписчикам политических акторов наблюдать деятельность руководства региона в режиме реального времени. Также подобные доказательства того, что политические деятели «идут в ногу со временем» и пользуются «молодежными» ресурсами для связи с целевой аудиторией и контакта с контрагентами, повышает лояльность данного сегмента электората к деятельности аппарата в целом и данного политика – в частности, что особенно актуально в условиях возвращения выборности глав субъектов Российской Федерации.

Политические акторы регионального значения могут вести более конструктивную и регулярную работу с онлайн-обращениями граждан, объявлять сбор рекомендаций по решению насущных вопросов. Участие в подобных акциях, получение персональной обратной связи от руководства в ответ на свои предложения позволяет пользователям чувствовать сопричастность к процессу управления регионом, что повышает лояльность и увеличивает политическую активность групп граждан. Особенно актуально это для российской молодежи, которая статистически составляет большую часть аудитории социальных сетей, одновременно являясь группой населения, наименее активно вовлеченной в политическую деятельность. По статистике Левада-центра[13] более половины респондентов моложе 30 лет заявляют, что не интересуются политикой и только 40% уверены, что могут изменить существующее положение дел в стране, принимая участие в политической деятельности.

Активная политическая полемика на просторах социальных сетей, инициация разнообразных онлайн-акций получили сводное наименование «слактивизм» – английское производное от слов «халтурщик» и «активизм»[14]. Основная критика слактивизма как способа интеграции политически активного населения сводится к сомнениям авторов в том, что активная онлайн-поддержка политических инициатив и кандидатов будет сопровождаться реальной активной деятельностью оффлайн.

Безусловно, часть слактивистов, ведущих активную интернет-кампанию в защиту и продвижение своих политических взглядов, останется на этой стадии и не перейдет к активным действиям за пределами социальных сетей. Тем не менее, следует понимать, что социальные сети, являясь одним из инструментов социализации молодых людей, могут повлиять на их социально-политические воззрения, и если в «борьбу за умы» не включаются представители официальной власти, их место займут оппозиционные лидеры, чьи критические лозунги и призывы к радикальным действиям могут встретить активную поддержку.

Так, революционные события «арабской весны», а также события на Болотной площади 6 мая 2012 года были во многом инициированы и претворены в жизнь посредством интернет-активности в социальных сетях. Еще одним доказательством эффективности слактивистской деятельности можно считать выдвижение известного блогера Алексея Навального на пост мэра

Москвы в 2013 году. По итогам голосования[15] Навальный занял второе место, набрав 27,24% голосов избирателей.

Основной целью slackтивистских акций является формирование определенной политической позиции у того сегмента целевой аудитории, который не уделяет вопросу своей политической идентификации достаточно времени. Таким образом, поддерживая или не поддерживая определенную slackтивистскую инициативу, пользователи социальных сетей вводят вопрос своей политической лояльности в предметное поле. Чем чаще данный вопрос будет поднят, тем больше вероятность формирования устойчивой политической позиции и ее переноса из области slackтивизма в офлайн деятельность. Будет логичным предположить, что направление данной деятельности напрямую зависит от того, какие политические идеалы продвигают авторы slackтивистских инициатив.

На сегодняшний день имеет место реструктуризация процесса позиционирования политических акторов на политической арене. Возрастающее недоверие как к традиционным СМИ, так и к новым медиа обуславливает необходимость дополнительного убеждения аудитории в надежности и достоверности информации, предоставляемой политическими акторами, путем усиления акцента на имиджевом позиционировании и повышении персональной лояльности целевой аудитории к личностям политических деятелей.

Одним из средств имиджевого позиционирования является увеличение присутствия политических акторов в социальных сетях. Актуальность применения данного инструментария в политических коммуникациях обусловлена непрерывным увеличением сегмента целевой аудитории, регулярно пользующегося интернетом и с недоверием относящегося к информации, публикуемой в традиционных СМИ. В то же время специфика социальных сетей как особого средства массовой коммуникации, обладающего определенным набором «правил игры» и предоставляющего достаточно широкие возможности для активной деятельности, обуславливает наложение ряда ограничений на его использование в кампаниях по информационному сопровождению, игнорирование которых может нанести даже больший вред, чем полное отсутствие политического актора в данном сегменте коммуникаций.

Ввиду действия «эффекта масштаба» политическим лидерам регионального уровня доступен более широкий круг возможностей увеличения цитируемости, объявления повестки дня, усиления лояльности и установления эффективной обратной связи с сегментом целевой аудитории, пользующимся социальными сетями. К сожалению, в настоящее время превалирующее число представителей региональной властной политической элиты не уделяют достаточного внимания работе с данным каналом коммуникации, в связи с чем инициатива в анонсировании политической повестки дня в социальных сетях принадлежит представителям системной и несистемной оппозиции, деятельность которой может выйти за пределы виртуального пространства и составить серьезную конкуренцию официальной власти.

Список литературы:

- [1] Левада-центр. Откуда россияне узнают новости. // Пресс-выпуск. 2013. // <http://www.levada.ru/08-07-2013/otkuda-rossiyane-uznayut-novosti> (03.04.2015)
- [2] А. Фомичева, Т. Кособокова, Ю. Яковлева, И. Петров. Доверие к телевидению упало до исторического минимума. // <http://www.rbcdaily.ru/media/562949984385714> (03.04.2015)
- [3] E. Mendes. Americans' confidence in newspapers continues to erode. // <http://www.gallup.com/poll/163097/americans-confidence-newspapers-continues-erode.aspx> (04.04.2015)
- [4] DailyComm. Доходы социальных сетей. // <http://www.dailycomm.ru/m/4100> (02.04.2015)
- [5] ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 2553. // <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114772> (03.04.2015)
- [6] Brand Analytics. Социальные сети в России, лето 2014: цифры, тренды, прогнозы. // <https://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-let-2014-cifry-t/> (03.04.2015)
- [7] А. Марголис. Зачем политики проникли в соцсети. // <http://www.blog.seo-web.ru/2011/10/31/zachem-politiki-pronikli-v-socseti/> (03.04.2015)

-
- [8] Российская газета. Федеральный закон Российской Федерации от 5 мая 2014 № 97-ФЗ. // <http://www.rg.ru/2014/05/07/informtech-dok.html> (03.04.2015)
- [9] Биржевой лидер. Рейтинг популярности российских политиков в социальных сетях. // <http://www.profi-forex.org/novosti-rossii/entry1008148874.html> (03.04.2015)
- [10] Сайт Вконтакте.ру // www.vk.com (04.04.2015)
- [11] Международное исследовательское агентство Millward Brown. Горячие тренды диджитал и медиа, которые ждут нас в 2013 году // <http://www.towave.ru/pub/millward-brown-goryachie-trendy-didzhital-i-media-kotorye-zhdut-nas-v-2013-godu.html> (04.04.2015)
- [12] В. Ханова. Региональная политика в 140 символах. // <http://expert.ru/south/2012/16/regionalnaya-politika-v-140-simvolah/> (03.04.2015)
- [13] Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, Н.А. Зоркая. Молодежь России. Московская школа политических исследований, 2011. — 96 с. // <http://www.levada.ru/sites/default/files/molodezh.pdf> (04.04.2015)
- [14] Jesse Davis. Cause Marketing: Moving Beyond Corporate Slacktivism // <http://evidencebasedmarketing.net/cause-marketing-moving-beyond-corporate-slacktivism> (04.04.2015)
- [15] Мосгоризбирком. Решение о результатах выборов Мэра Москвы №64\2 от 10 сентября 2013 года. // <http://www.mosgorizbirkom.ru/documents/10279/be6838f2-0734-4981-bb9e-16ffc2030195> (04.04.2015)

ДВОЙНАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ КАК УГРОЗА ГРАЖДАНСКОЙ НАЦИИ

***Аннотация.** Под двойной лояльностью понимается сложная самоидентификация мигрантов, представителей этнических меньшинств, диаспор, которая основывается на сохранении изначальных культурных приоритетов, несмотря на перемещение данных индивидов или коллективов в иную цивилизационную среду. Другой вариант трактовки понятия – двойная лояльность как комплекс скрытых политических пристрастий малой группы, ведущих к политической неблагонадёжности по отношению к существующему политическому режиму. В данном материале контекст понятия «двойная лояльность» заключается в противоречии между юридической гражданской принадлежностью (подданством) индивида или социальной группы с одной стороны и идеалом исторического прогресса с другой.*

Часто в специальной литературе под двойной лояльностью понимается сложная самоидентификация мигрантов, представителей этнических меньшинств, диаспор, которая основывается на сохранении изначальных культурных приоритетов, несмотря на перемещение данных индивидов или коллективов в иную цивилизационную среду. Другой вариант трактовки понятия – двойная лояльность как комплекс скрытых политических пристрастий малой группы, ведущих к политической неблагонадёжности по отношению к существующему политическому режиму. Иными словами говоря, неактивная оппозиционность, то, что можно выразить фразеологизмом «быть себе на уме».

В данном материале контекст понятия «двойная лояльность» заключается в противоречии между юридической гражданской принадлежностью (подданством) индивида или социальной группы с одной стороны и идеалом исторического прогресса с другой. Идеал (картина идеального) исторического пути свойственен практически любому крупному политическому образованию в человеческой истории, будь то национальное государство или империя. Этот идеал тесно связан с коллективным ответом на вопрос о цели (смысле) существования государства, его миссии во всемирноисторическом контексте. Для современной России эта тема особенно важна в настоящий момент, т.к. исторически она складывалась в соперничестве с другими территориальными державами. Сегодня память о проигравших в той драматической борьбе оживает на фоне обострения разнообразных политических проблем нашей страны, могущих приобрести и фатальный характер: демографическая обстановка, непростые межнациональные и межконфессиональные отношения, экономическая ситуация и т.п. В своё время Российское государство вышло победителем в противостоянии с Золотой Ордой, Речью Посполитой, Османской империей, территориальные приобретения в результате этих успехов обусловили этническую пестроту и культурное многообразие страны. В то же время кризисное состояние государственности, социума, экономики может вызвать у определённой части населения разочарование в самом историческом пути России, её цивилизационной сути и, как следствие, ностальгическое отношение к отжившим империям. Разумеется, подобные процессы сопровождаются активным мифотворчеством, происходит не только оживление исторических призраков, но и порождение немислимых ранее преувеличенных представлений о достижениях проигравших геополитических конкурентах нашего государства. Такой проблемы в значимом масштабе нет ни у стран Ста-

* Буданов Максим Александрович, к.и.н., доцент, факультет государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

рой Европы, ни у США, поскольку их исторические соперники, оставив победителям в качестве трофея заметную часть своего генофонда, ушли что называется «до конца», а имеющиеся этнические и религиозные меньшинства имеют, как правило, неавтохтонное происхождение.

Проблема для России и в том, что оба наших цивилизационных проекта – Российская империя и СССР – так и остались не реализованными полностью, не были доведены до политического и идеологического «триумфа». Картина будущего в рамках этих проектов для массового сознания так и осталась смутной, во многих аспектах – даже категорически не убедительной. В этих условиях разочарование охватывает и значительную часть собственно русского населения, и одновременно в массовом восприятии становятся привлекательными политические проекты в русле национального эгоизма, исторически бесперспективные, но кажущиеся для части общества реализуемыми в условиях обострения международной конкуренции. К подобным фантомам можно (с оговорками) отнести многочисленные шовинистические идеи: от т.н. родноверия до Уральской и Сибирской «республик». Характерно, что для многих современных великорусских националистических трактовок несвойственен даже панславизм. Идея уютной «национальной квартиры» оказывается притягательной в условиях глобальной напряжённости и потрясений больших государств. С другой стороны, как правило, национальный эгоизм в чистом виде, идея этнически «чистого» государства сами по себе не ведут к созданию оригинальной картины исторического прогресса, смысла истории. Это более характерно для конфессиональных сообществ.

Двойная лояльность может иметь несколько проекций:

- Хронологическую (например, «Назад в СССР»)
- Цивилизационную (идеи всемирного халифата, западничества-смердяковщины и проч.)
- Этно-географическую («живу в России, но душой я – на исторической родине»)

В каждом варианте из трёх возможно и «дремлющее» состояние», и политически актуализированное. Но угрозой для стабильности общества и целостности государства двойная лояльность будет в любом случае.

В современном русскоязычном информационном пространстве идеологическая платформа двойной лояльности с антироссийским оттенком нередко представляет собой комбинацию национального эгоизма и фантомного имперского проекта. Тем очевиднее, что российское общество оказывается уязвимым по отношению, условно говоря, к «внутренним альтернативам». События 15 декабря 2010 г. В Москве служат тому подтверждением: массовые стычки, спровоцированные кавказцами в ответ на выступления русской молодёжи на Манежной площади 11 декабря. Одним из лозунгов в социальных сетях оказался «Восстановим СССР без русских!» [8].

Фактор двойной лояльности может актуализироваться в связи с изменениями текущей политической ситуации (например, осложнение российско-турецких отношений), с ухудшением социально-экономического состояния в стране («если бы умная нация завоевала глупую, то ...»). Особенно заметную проблему в этом ключе представляет собой образ Османской империи, давно померкший на политической карте мира, но не изжитый из сердец некоторых граждан Российской Федерации. Причины этой проблемности содержатся в трёх факторах: а). суннитском – турецкие султаны в своё время провозглашали себя халифами, т.е. духовными владыками мусульман-суннитов, а сегодня 92% мусульман в России – сунниты [6], б). тюркском – в России проживает не менее 9,5 млн. человек, принадлежащих к тюркоязычным этносам [7], в). факторе исторической памяти – долгое время для нескольких регионов России (Поволжье, Крым, Северный Кавказ) «османский» сценарий развития был вполне воплотим. Проникновение Оттоманской империи севернее Чёрного моря было в XVI в. многократно и не всегда безуспешно – осада Астрахани в 1569 г., поход на Москву турецких войск вместе с Девлет-Гиреем в 1572 г. Если образ Великого Турана не более чем комплекс идей пантюркизма, далёких от политического воплощения, то Оттоманская империя Баязида Молниеносного и Сулеймана Великолепного – вполне исторически состоявшийся имперский проект, держава, грозившая когда-то

Европе [2]. И сегодня образ Османской империи – только один из нескольких привлекательных образов для граждан с двойной лояльностью. Разумеется, из выше приведённых статистических данных не следует, что большинство суннитов – российских граждан – тайные симпатизанты Османской империи. Но поле для идеологической работы у сторонников подобных фантомных проектов, особенно среди молодёжи, очень большое.

Кроме него существует ещё более распространённый тип исторического сознания, ориентированный уже на западный мир. Тип достаточно примитивный в оценочных суждениях о России, её исторических заслугах и перспективах, но немолодой и очень живучий, блестяще описанный Ф.М. Достоевским в романе «Братья Карамазовы» в образе Смердякова. Убедительный состоявшийся в экономическом, политическом, научно-техническом отношениях, западный культурно-исторический тип в высшей степени привлекателен для цивилизационной периферии. По сути, локальная цивилизация, возникшая в Западной Европе, оказалась способной претендовать на статус глобальной всемирной цивилизации. Здесь нет возможности отразить дискуссии о том, насколько возможна интеграция российской цивилизации в этот прозападный глобальный проект, может ли она органично в него вписаться, или же здесь присутствует неодолимая чужеродность двух культур. Речь пока идёт об однозначной привлекательности западной цивилизации как факторе двойной лояльности в нашем обществе. И этот фактор проявляется подчас в неожиданном для многих контексте, например, в свете нынешнего политического раскола Украины. Раскол этот прямое следствие более ранних по времени центробежных процессов в русском культурном пространстве на рубеже XIX-XX вв., когда большая Россия воспринималась частью малороссийской интеллигенции как анти-Европа или недоЕвропа [3]. И из этого следует, что в своём цивилизационном развитии историческая («Большая») Россия не имела права на ошибку (революции, проигранные войны и проч.). Как мы видим, при обострении экономической, социальной обстановки в стране неизбежно всплывала историческая память малых групп, память действительная или же воображаемая, большого значения в данном случае это не имеет [8].

Одновременно можно утверждать, что двойная лояльность является обратной стороной мультикультурализма. Предполагаемая мозаичность общества нового, мультикультурного типа, как показывают события и процессы последних десяти-пятнадцати лет, крайне не устойчиво, подвержено масштабным потрясениям по этническим и конфессиональным причинам. Несколько лет назад прозвучали голоса о том, западный мир начинает понемногу пробуждаться от морока толерантности и ложной этнической стыдливости. Это закономерная реакция на те трещины, которые покрыли мультикультурную модель современного западноевропейского социума. Неожиданно для западного общества один из европейских лидеров (Дэвид Кэмерон) сказал что-то оригинальное и не вписывающееся в современный глобальный дискурс: «Политика государственной мультикультурности провалилась... Британцы нуждаются в более определённой и чёткой национальной идентичности» [9]. Реакция в обществе последовала очень быстро: «Около 500 мусульманских организаций только в Великобритании выразили негодование по поводу заявления премьер-министра» [9]. В другой части Европы также стали раздаваться голоса об угрозах двойной лояльности в обществе-mix. В книге германского правого политика Тило Саррацина в качестве угрозы называется американская гегемония на европейском континенте, евроинтеграция вкупе со стиранием границ и всё та же провалившаяся политика мультикультурности вкупе с политкорректностью. Канцлер А. Меркель пыталась поначалу публично резко высказываться о работе Саррацина, но общественный настрой, как оказалось, совпал с выводами автора, и канцлер была вынуждена сменить тон и мнение. В германской прессе тиражировался каламбур: «Наконец-то нашёлся хоть один немец, который осмелился заступиться за немецкий народ, и тот оказался сарацином».

Преодоление двойной лояльности, снижение рисков, связанных с этим явлением, задача не из лёгких. Во-первых, необходимо информационное противодействие, научному и журналистскому сообществу в России вполне по силам создать противоядие пропаганде враждебных исторических проектов в русскоязычном информационном пространстве. Во-вторых, Российскому

государству следует отслеживать и канализировать интересы малых групп в рамках существующей правовой и социальной системы. В-третьих, органы государственной власти на федеральном и региональном уровнях не должны допускать капсулирования имеющихся этнических диаспор, предотвращать их самоизоляцию в культурном отношении. Избавление от двойной лояльности должно идти по пути не искоренения, а профилактики, прежде всего, недопущения формирования малых групп по любым признакам – политическим, этническим, конфессиональным. Это задача и государственной власти, и образованной части общества.

Список литературы.

- [1] Ванаханен Т. Этнические конфликты. Их биологические корни в этническом фаворитизме. М., 2014.
- [2] Машанов М.А. Верховная власть в исламе. // Православные богословы об исламе. М., 2006.
- [3] Бузина О.А. Союз плуга и трезуба: как придумали Украину. Киев, 2013.
- [4] Сажина В.А. Социальный капитал малых групп. // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2010. С.88-100.
- [5] <http://regnum.ru/news/society/2058964.html>
- [6] <http://sreda.org/arena?mapcode=code12956> (15.06.2015)
- [7] www.rg.ru/2011/12/16/stat.html (15.06.2015)
- [8] Полунов А.Ю. Власть, идеология и проблемы исторического самосознания: русское население Крыма в 2005–2010 гг. // Русский сборник. Исследования по истории России. Т. 16. М., 2014. С. 423-440.
- [9] Вихарев И. Миражи рассеиваются. // Литературная газета. 2009. №5
- [10] Саррацин Т. Германия самоликвидируется. Как мы рискуем своей страной. М., 2012.